Proceedings

The 10th National Academic Conference
"Academic Thepsatri Management Science"

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ ระดับชาติ ครั้งที่ 10

วิทยาการจัดการเทพสตรีวิชาการ

29 พฤษภาคม 2568

จัดโดย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
และเครือข่ายเจ้าภาพร่วม

หน่วยงานเจ้าภาพร่วมภายนอก
สมาคมสภาคณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ แห่งประเทศไทย
สมาคมไทยโลจิสติกส์และการผลิต
สมาคมคหเศรษฐศาสตร์แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชินูปถัมภ์
สภาสถาบันนักวิชาการสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย
คณะบริหารศาสตร์ และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

สารบัญ

ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง 448-460

ชนิตา เอี่ยมสอาด และวสุ ธรรมจินดา

การศึกษาผลิตภัณฑ์ OTOP น้ำฝรั่งบ้านเคียนของชุมชนบ้านเคียน โดย เกมบันไดงู ในการเรียนการสอนหน่วยการเรียนรู้ที่ 2 เรื่อง ภูมิใจในท้องถิ่น วิชาประวัติศาสตร์ ของนักเรียนประถมศึกษาชั้นปีที่ 3 โรงเรียนวัดเทพนิมิตร ตำบลวิชิต อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต 461-473

สุวัฒน์ ทวีกุล และพรรณวดี ขำจริง

การบูรณาการแหล่งเรียนรู้ชุมชนกับการจัดการเรียนรู้เรื่องการรับมือภัยพิบัติสึนามิ โดยใช้ Storyline กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนบางม่วง ตำบลบางม่วง อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา 474-486

ประทุมพร เกตุแก้ว,วิชุดา สุขดี, วัชรีวรรณ มิดดำ และพรรณวดี ขำจริง

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการถือศีลอด ของชาวมุสลิมในจังหวัดภูเก็ต 487-500

ศิธา หมัดเหล็ม และพรรณวดี ขำจริง

การศึกษาความรู้และความเข้าใจต่อสมรสเท่าเทียมในเยาวชน จังหวัดภูเก็ต 501-517

เกศินี วิสุทธิพงษ์ และสมพร รุจิกิตติอังศุธร

การผสมผสานช่องทางประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์กับแผนที่ออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการขายอาหารริมทางในจังหวัดภูเก็ต 518-528

บุญญิสา คิดชอบ และวัลลภา อินทรงค์

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ถุงยางอนามัยของประชาชนในเขตเทศบาลนครภูเก็ต 529-541

นนทวัฒน์ มากด่าน และพรรณวดี ขำจริง

ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง

STRATEGIC FACTORS INFLUENCING EMPLOYEE PERFORMANCE: A CASE STUDY OF A RETAIL COMPANY IN LAT KRABANG DISTRICT

ชนิตา เอี่ยมสอาด[1], วสุ ธรรมจินดา[2] และสุธิดา ถนอมวงษ์[3]

[1-3]อาจารย์สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง และเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานผู้ปฏิบัติงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง จำนวน 176 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลการทดสอบวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา โดยใช้สูตรการ คำนวณหาความเชื่อมั่นของครอนบัค มีค่าเท่ากับ 0.97 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ

ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านคุณภาพงาน ปริมาณงาน เวลา มาจากปัจจัยบุคลากรมากที่สุด การจัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถตรงกับสายงาน มีความรู้ ความเข้าใจในระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานและค่านิยมร่วมของคนในองค์กร ส่งผลต่อประสิทธิภาพต่อด้านเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน พนักงานปฏิบัติงานในหน้าที่ด้วยความมุ่งมั่น ทุ่มเท อุตสาหะ และความพยายาม ให้ความสำคัญต่อการยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงาน

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพ พนักงาน ปัจจัยกลยุทธ์

Abstract

This study investigates the strategic factors influencing employee performance, with a case study of a retail company located in the Lat Krabang district. The objective is not only to examine the impact of these factors but also to propose guidelines for improving employee performance. The sample group consisted of 176 operational-level employees from the selected retail company. Data were collected using a structured questionnaire. The reliability of the instrument was assessed using Cronbach's Alpha coefficient, which yielded a high reliability score of 0.97.

The results of the study ; Data analysis was conducted using descriptive statistics including mean and standard deviation, along with multiple linear regression analysis. The findings indicate that employee performance in terms of work quality, quantity, and time efficiency is most significantly influenced by personnel-related factors. Key elements contributing to performance include assigning individuals with the right skills and knowledge to appropriate roles, understanding relevant regulations, and sharing common organizational values. These factors positively affect operational efficiency in terms of time and cost management. Moreover, employees were found to perform their duties with dedication, perseverance, and strong work ethic. There was also a high emphasis on active listening, collaboration, and the exchange of ideas and feedback in the workplace, all of which contribute to enhanced overall performance.

Keywords: Performance, Employees, Strategic Factors

บทนำ

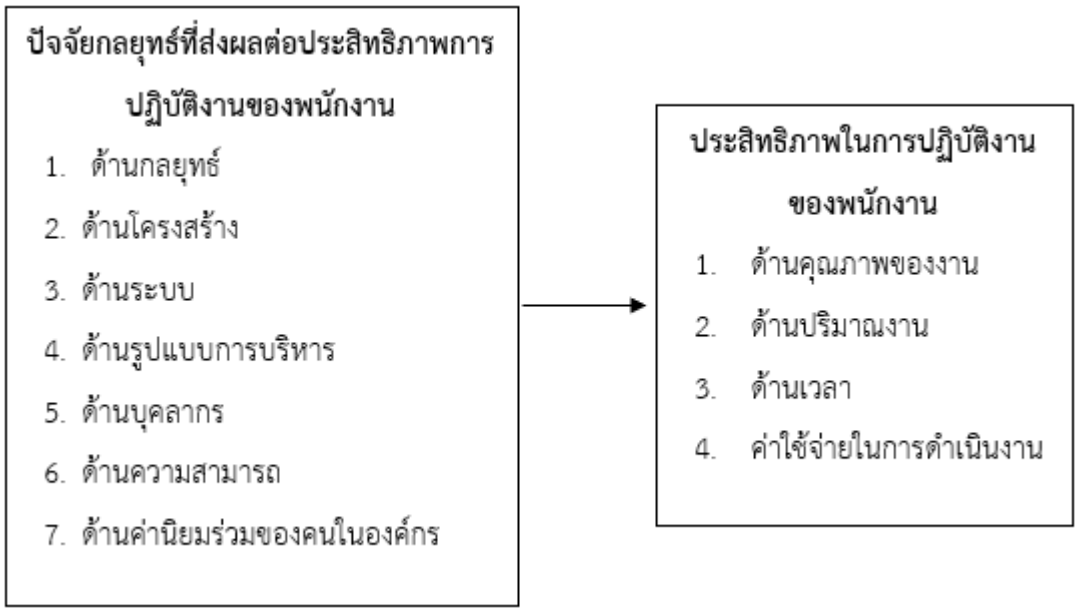
การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาของประเทศรวมไปถึงความมีเสถียรภาพทางการเงิน การกระจายรายได้ อัตราการว่างงาน ประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีช่วยทำให้การทำงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ด้วยวิธีการที่รวดเร็ว ช่วยทำให้องค์กรมีความเจริญก้าวหน้า การทำงานไม่เพียงแต่ต้องมีความสุขเท่านั้น แต่ต้องเป็นการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพด้วย จึงจะทำให้พนักงานได้ชื่อว่าเป็นคนทำงานที่ทำงานดี ทำงานเก่ง จนเป็นที่พึงพอใจของหัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน องค์กรควรจะทำอย่างไร ให้ทำงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดผลประโยชน์สูงสุดให้กับองค์กรที่เราร่วมงานด้วย สิ่งสำคัญที่สุด คือ การเริ่มต้นจากตัวแต่ละบุคคลเอง โดยอาศัยความรู้และทักษะ ที่นำไปใช้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตนเอง และองค์กรโดยใช้เวลาทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิด ประโยชน์สูงสุด (ปาริฉัตร โชติภูมิเวทย์, 2564) องค์กรจำเป็นต้องมีการศึกษาและแสวงหากลยุทธ์เพื่อเกิดการบรรลุได้ตามเป้าหมาย (กมลรัตน์ สัมมาตริ,2563) การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้วางไว้เกิดการทำงานที่เหมาะสมโดยมีการประสานงานให้เกิดความร่วมมือ ความสามัคคีสร้างความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงาน ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จ (ศาสตร์ศิลป์ ทองแรง ,2557) ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรต่างๆ หรือการบริหารงานที่สัมฤทธิ์ผลนั้นขึ้นอยู่กับตัวแปรซึ่งมีความสัมพันธ์ แนวทางวิเคราะห์ปัจจัยภายในหน่วยงานซึ่งเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์การบริหารองค์กรที่จะช่วยให้การบริหารองค์กรมีศักยภาพการทำงานสูงมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพและมีความสุข ส่วนสำคัญ คือ คน เมื่อคนมีความสุขรักงานที่ตนเองทำ ย่อมก่อให้เกิดความสุขแก่องค์กร บุคคลรอบข้าง ซึ่งการจะสร้างองค์กรในรูปแบบดังกล่าวขึ้นมาได้นั้นต้องอาศัยปัจจัยและองค์ประกอบหลายประการเข้าด้วยกัน คือ มีน้ำใจ ใฝ่หาความรู้ สุขภาพดี จิตใจสงบ สิ่งแวดล้อม สังคมดี การมีครอบครัวที่ดีและอบอุ่น ผ่อนคลายดีและ วัสดุอุปกรณ์ดี ซึ่งจะต้องอาศัยส่วนสำคัญอีกประการต้องอาศัยปัจจัยที่ทำให้องค์กรมีความเข้มแข็งขึ้นมา ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย การรับรู้ที่รวดเร็ว มีความคล่องตัว สามารถปรับตัวได้เร็ว กระบวนการทำงานที่ชัดเจน ต้องการปรับปรุงและการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์การ และนำไปสู่ปัจจัยการพัฒนาองค์กรสร้างสุขให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถแบ่งเป็นสองระดับที่มีความเกื้อหนุนกัน คือ การพัฒนาระดับบุคคลและองค์กร พร้อมทั้งต้องมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์ในส่วนสำคัญที่สุด คือ ต้อง เป็นการพัฒนาที่ร่วมสมัย โดยมีแนวทาง การยอมรับข้อตกลง การมีส่วนร่วมทุกระดับ ความสัมพันธ์ทางบวกและบรรยากาศในการทำงาน ความประทับใจในคุณค่าของงานที่ทำลักษณะของการสื่อสาร และมีกลยุทธ์ที่ดีในการนำรูปแบบนี้ไปใช้

จากเหตุผลดังกล่าว จึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง สำหรับแนวทางวิเคราะห์ปัจจัยภายในหน่วยงานซึ่งเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์การบริหารองค์กรที่จะช่วยให้การบริหารองค์กรมีศักยภาพการทำงานสูงมากยิ่งขึ้น McKinsey (อ้างอิง สุภนาถ โมฬีรัตตะกูล,2557) ได้กล่าวว่า ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรต่างๆ ซึ่งได้ทำการรวบรวมแนวคิดของประชา ตันเสนีย์ (2550) , วิภาพร นิธิปรีชานนท์ (2554), อภิสิทธิ์ กฤษเจริญ (2551), อำนาจ วัดจินดา (2567) ผู้เขียนขอนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานของพนักงาน ประกอบด้วย

1. กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง การวางแผนเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การพิจารณา จุดแข็ง จุดอ่อนของกิจการ วิธีการสำหรับองค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และจะตอบสนองความต้องการแก้ปัญหาหรือช่วยให้บรรลุเป้าหมาย

2. โครงสร้าง (Structure) ลักษณะโครงสร้างขององค์การที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ รวมถึงขนาดการควบคุมการรวมอำนาจและทรัพยากรภายในบริษัท การกระจายอำนาจของผู้บริหาร โครงสร้างจะครอบคลุมแนวทางกลไกการประสานงานการติดต่อสื่อสารและระบบต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกัน เช่น การมอบหมายงาน การกำหนดความชัดเจนในหน้าที่การงานด้านต่างๆ

3. ระบบการปฏิบัติงาน (System) กระบวนการและลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงานทุกอย่างที่เป็นระบบที่ต่อเนื่องสอดคล้องประสานกันทุกระดับในการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ตามที่กำหนดไว้ องค์กรมีระบบงานที่ดีก็จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานได้อย่างชัดเจนถูกต้อง

4. รูปแบบการบริหาร (Style) แบบแผนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของผู้บริหารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของสภาพแวดล้อมภายในองค์กรพบว่า ความเป็นผู้นำขององค์กรจะมีบทบาทที่สำคัญต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์กรผู้นำที่ประสบความสำเร็จจะต้องวางโครงสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้วยการเชื่อมโยงระหว่างความเป็นเลิศและพฤติกรรมทางจรรยาบรรณให้เกิดขึ้น

5. บุคลากร (Staff) การวางแผนทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการวิเคราะห์ ความต้องการทรัพยากรมนุษย์ในอนาคต โดยการตัดสินใจเกี่ยวกับบุคลากรนั้นควรมีการวิเคราะห์ที่อยู่บนพื้นฐานของกลยุทธ์องค์กรที่เป็นสิ่งกำหนดทิศทางที่องค์กรจะดำเนินไปให้ถึงซึ่งจะเป็นผลให้กระบวนการกำหนดคุณลักษณะการคัดเลือกและจัดวางบุคลากรได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

6. ความสามารถ (Skill) ความรู้ความสามารถ และคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของบุคคลซึ่งจำเป็นต้องมีในการปฏิบัติงานตำแหน่งหนึ่ง ๆ ให้ประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลบรรลุผลสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

7. ค่านิยมร่วม (Shared Values)ค่านิยมร่วมกันระหว่างคนในองค์กร ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเป็นค่านิยมและบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกันโดยสมาชิกของได้กลายเป็นรากฐานของระบบการบริหารและวิธีการปฏิบัติของบุคลากรและผู้บริหารภายในองค์กร หรืออาจเรียกว่า วัฒนธรรมองค์กร รากฐานของวัฒนธรรมองค์กรการที่พนักงานอาจไม่รู้สึกผูกพันกับบทบาทของตนเอง นำไปสู่การลดประสิทธิภาพการทำงาน

ประสิทธิภาพ คือ การทำงานที่ประหยัดได้ผลงานที่รวดเร็ว มีคุณภาพ คุ้มค่ากับการใช้ ทรัพยากรในด้านการเงิน คน อุปกรณ์และเวลา ประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งซึ่งสามารถสร้างให้ เกิดขึ้นได้และสามารถวัดได้ในทางปฏิบัติโดยจะวัดประสิทธิภาพจากปัจจัยนำเข้ากระบวนการหรือ ผลผลิตที่ออกมา โดยวัดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างประกอบกัน สามารถมองได้ในแง่มุม ดังนี้

1) ประสิทธิภาพในแง่มุมของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนการผลิต (Input) เช่น การใช้ ทรัพยากรทั้งเงิน คน วัสดุ เทคโนโลยีที่มีอยู่อย่างประหยัด คุ้มค่าและเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

2) ประสิทธิภาพในแง่มุมของกระบวนการบริหาร (Process) เช่น การทำงานที่ ถูกต้องได้มาตรฐาน รวดเร็วและใช้เทคนิคที่สะดวกสบายกว่าเดิม

3) ประสิทธิภาพในแง่มุมของผลลัพธ์ (Process) เช่น การทำงานที่มีคุณภาพเกิดประโยชน์ต่อสังคม เกิดผลกำไร ทันเวลาผู้ปฏิบัติงานมีจิตสำนักที่ดีต่อการทำงานและบริการเป็นที่ พอใจของลูกค้า

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของปีเตอร์ และโพลวแมน Peterson & Plowman (1953) สรุปองค์ประกอบ ของประสิทธิภาพไว้ทั้งหมด 4 ข้อ ดังนี้

1. คุณภาพงาน (Quality) ผลของงานจะต้องมีความถูกต้อง มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายตามต้องการของงานนั้น ๆ

2. ปริมาณงาน (Quantity) ผลงานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามที่คาดหวังของ หน่วยงาน ควรมีการเป้าหมายในการทำงาน หรือมีการกำหนดมาตรฐานของงาน

3. เวลา (Time) ใช้เวลาในการทำงานเหมาะสมกับปริมาณงาน หรือความยากง่าย ของงาน และมีการพัฒนาเทคนิคในการทำงานให้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

4. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Costs) ค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการดำเนินงานจะต้อง เหมาะสมกับงาน มีการใช้ทรัพยากรที่อยู่อย่างคุ้มค่า

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ พนักงานผู้ปฏิบัติงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง จำนวน 313 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานผู้ปฏิบัติงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง จำนวน 176 คน โดยอ้างอิงสูตรการคำนวณตัวอย่างของ (Yamane,1973) ซึ่งการจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว จำนวนตามสูตรตามสมการที่ 1 และ 2 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad (1)$$

โดยที่

n = จำนวนขนาดตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05

$$n = \frac{313}{1 + 313(0.05)^2} \quad (2)$$

n = 176 คน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลที่ 176 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionare) ในการเก็บข้อมูล โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพแบบสอบถาม โดยใช้การทดสอบวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาโดยใช้สูตรการหาค่าความเชื่อมั่นของครอนบัค (Cronbach’s Alpha) มีค่าเท่ากับ 0.97 เพื่อการนำไปแจกสอบถามในลำดับต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\overline{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบังโดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\overline{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง ใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (All Enter Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง

ตาราง 1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลด้านปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง

ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน	$\overline{X}$	S.D	แปลผล
1. กลยุทธ์	3.88	.677	มาก
2. โครงสร้าง	3.90	.756	มาก
3. ระบบ	3.92	.808	มาก
4. รูปแบบการบริหาร	3.83	.783	มาก
5. บุคลากร	3.84	.690	มาก
6. ความสามารถ	3.89	.762	มาก
7. ค่านิยมร่วมของคนในองค์กร	3.88	.706	มาก

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง พบว่า อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ ระบบ ($\overline{X}$ =3.92, S.D = .808) รองลงมาคือโครงสร้าง ($\overline{X}$ =3.90, S.D = .756) และ ความสามารถ ($\overline{X}$ =3.89, S.D = .762)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
คุณภาพของงาน	4.05	.588	มาก
ปริมาณงาน	4.01	.568	มาก
เวลา	4.06	.600	มาก
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	3.89	.710	มาก

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เวลา ($\bar{X}$ =4.06, S.D = .600) รองลงมาคือ คุณภาพของงาน ($\bar{X}$ =4.05, S.D = .588) ปริมาณงาน ($\bar{X}$ =4.01, S.D = .568) และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ($\bar{X}$ =3.89, S.D = .710) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง

ตาราง 3 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านคุณภาพของงาน

ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.387	.181		7.684**	.000
1. กลยุทธ์	.122	.100	.140	1.213	.227
2. โครงสร้าง	.022	.112	.029	.200	.842
3. ระบบ	.068	.098	.094	.700	.485
4. รูปแบบการบริหาร	-1.54	.101	-.205	-1.520	.130
5. บุคลากร	.28	.105	.328	2.666**	.008
6. ความสามารถ	.202	.097	.261	2.086*	.038
7. ค่านิยมร่วมของคนในองค์กร	.148	.087	.178	1.695	.092
R =.774 , R^2 =.600 , Adjusted R^2= .583 , F = 35.953 , Sig = .000*					

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานด้านคุณภาพของงาน ทั้ง 7 ปัจจัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .774 ซึ่งปัจจัยทั้งหมดสามารถอธิบายประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านคุณภาพของงานได้ร้อยละ 58.3 (Adjusted R^2= .583) โดยปัจจัยที่ส่งผลคุณภาพของงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ บุคลากร และนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ได้แก่ ความสามารถ เมื่อพิจารณาน้ำหนักที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพด้านคุณภาพงานมากที่สุด ได้แก่ บุคลากร (Beta = .328)

ตาราง 4 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านปริมาณงาน

ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.539	.188		8.208**	.000
1. กลยุทธ์	.127	.104	.151	1.245	.226
2. โครงสร้าง	.111	.116	.148	.960	.339
3. ระบบ	-.028	.101	-.040	-.274	.785
4. รูปแบบการบริหาร	-.174	.105	-.240	-1.653	.100
5. บุคลากร	.286	.109	.348	2.630**	.009
6. ความสามารถ	.157	.100	.211	1.566	.119
7. ค่านิยมร่วมของคนในองค์กร	.157	.091	.195	1.726	.086
$R = .733$, $R^2 = .537$, Adjusted $R^2 = .517$, $F = 27.808$, Sig = .000					

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานด้านปริมาณงาน ทั้ง 7 ปัจจัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .733 ซึ่งปัจจัยทั้งหมดสามารถอธิบายประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านปริมาณงานได้ร้อยละ 51.7 (Adjusted $R^2 = .517$) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ บุคลากร เมื่อพิจารณาน้ำหนักที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพด้านปริมาณงานมากที่สุด ได้แก่ บุคลากร (Beta = .348)

ตาราง 5 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านเวลา

ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.258	.172		7.306**	.000
1. กลยุทธ์	.015	.096	.017	.156	.877
2. โครงสร้าง	.088	.106	.111	.824	.411
3. ระบบ	.119	.093	.161	1.280	.202
4. รูปแบบการบริหาร	-.187	.097	-. 244	-.1.931	.055
5. บุคลากร	.230	.100	.265	2.303*	.023
6. ความสามารถ	.134	.092	.170	1.450	.149

ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
7. ค่านิยมร่วมของคนในองค์กร	.321	.083	.378	3.841**	.000
R = .806 , R^2 = .650 , Adjusted R^2= .635 , F = 44.484 , Sig = .000					

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านเวลา ทั้ง 7 ปัจจัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .806 ซึ่งปัจจัยทั้งหมดสามารถอธิบายประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านเวลาได้ร้อยละ 63.5 (Adjusted R^2= .635) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อเวลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ค่านิยมร่วมของคนในองค์การ และนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากร เมื่อพิจารณาน้ำหนักที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพด้านเวลามากที่สุด ได้แก่ ค่านิยมร่วมของคนในองค์การ (Beta = .378)

ตาราง 6 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านค่าใช้จ่าย ในการดำเนินงาน

ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.006	.059		-.096	.924
1. กลยุทธ์	.086	.033	.082	2.626**	.009
2. โครงสร้าง	.031	.036	.033	.855	.394
3. ระบบ	-.044	.032	-.050	-1.394	.165
4. รูปแบบการบริหาร	-.041	.033	-.045	-1.250	.213
5. บุคลากร	-.041	.034	-.040	-1.215	.226
6. ความสามารถ	.007	.031	.008	.233	.824
7. ค่านิยมร่วมของคนในองค์กร	1.006	.028	1.001	35.377**	.000
R = .985 , R^2 = .971 , Adjusted R^2= .970 , F = 803.302 , Sig = .000					

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ทั้ง 7 ปัจจัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .985 ซึ่งปัจจัยทั้งหมดสามารถอธิบายประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้ร้อยละ 97.0 (Adjusted R^2= .970) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ค่านิยมร่วมของ

คนในองค์การและกลยุทธ์ เมื่อพิจารณาน้ำหนักที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมากที่สุด ได้แก่ ค่านิยมร่วมของคนในองค์การ (Beta = 1.001)

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง ซึ่งผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยกลยุทธ์จะพบว่า ทุกด้านไม่ได้ส่งผลต่อประสิทธิภาพในทุกด้านเนื่องด้วยจำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ทำการเก็บทั้งหมด ได้เก็บในช่วงเวลาเดียวพร้อมกันและใช้กลุ่มตัวอย่างเพียงองค์กรเดียว ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ณ ช่วงเวลาดังกล่าว และพบว่าประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านคุณภาพงาน ปริมาณงาน เวลา มาจากปัจจัยบุคลากรมากที่สุด การจัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถตรงกับสายงาน มีความรู้ ความเข้าใจในระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประชา ตันเสนีย์ (2550) กล่าวว่าองค์กรที่จะประสบความสำเร็จส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นกระบวนการในการคัดเลือกและการจัดวางบุคลากรได้อย่างเหมาะสม การที่พนักงานมีความสามารถมีความรอบรู้ และเชี่ยวชาญในภาระงานที่รับผิดชอบ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ ใช้เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานมีความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น และความสามารถความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน (อำนาจ วัดจินดา, 2567) และค่านิยมร่วมของคนในองค์กร ส่งผลต่อประสิทธิภาพต่อด้านเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน พนักงานปฏิบัติงานในหน้าที่ด้วยความมุ่งมั่น ทุ่มเท อุตสาหะ และความพยายาม ให้ความสำคัญต่อการยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงาน สามารถทำงานเป็นทีมซึ่งสอดคล้องกับประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ (2561) กล่าวว่าความผูกพันต่อองค์การของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เพราะว่า พนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคมอาจมีความรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งขององค์การและอยากที่จะปฏิบัติงานให้กับองค์การด้วยความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน และสอดคล้องกับประภาพรรณ พนันเภาว์ (2557) ที่พบว่า ความผูกพันต่อองค์การด้านความปรารถนาที่จะทำงานในองค์การ ความต้องการมีส่วนร่วม การเสียสละและทำทุกอย่างเพื่อความก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านกลยุทธ์ปฏิบัติงานได้สำเร็จตามเกณฑ์คุณภาพที่หน่วยงานคาดหวังถูกต้องตามระเบียบหลักเกณฑ์ใช้วัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าจัดเก็บเป็นระเบียบเรียบร้อยสะดวกต่อการปฏิบัติงานส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านค่าใช้จ่ายซึ่งสอดคล้องกับ สุรางค์ บุญยะพงศ์ไชย (2562) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลยุทธ์ ขององค์การที่มีทีมบริหารที่แข็งแกร่งมีความสามารถสูงสามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายตามลำดับ

วัตถุประสงที่ 2 แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง

1. ด้านคุณภาพของงานและปริมาณงาน บริษัทควรมีการทบทวนการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นระยะเพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานสามารถใช้ทักษะความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญของตนในการปฏิบัติงานและมีการฝึกอบรม พัฒนาอย่างสม่ำเสมอ

2. ด้านเวลาและค่าใช้จ่าย บริษัทควรมีการส่งเสริมการทำกิจกรรมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานร่วมกันเพื่อสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมในการทำงานเป็นทีม มีความผูกพันกับบริษัท ย่อมทำให้พนักงานมีความทุ่มเท และมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และควรมีการจัดสรรเทคโนโลยีที่จำเป็นเพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานมีความรวดเร็ว ประหยัดเวลา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

บริษัทควรมีนโยบายเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานและแนวทางในการแก้ไขปัญหา มีการส่งเสริมให้พนักงานทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดความสามัคคี มีความร่วมมือ ลดความขัดแย้งอันนำไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

มีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความสำเร็จขององค์กรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กมลรัตน์ สัมมาตริ. (2563). *ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แก่นขวัญ จำกัด จังหวัดขอนแก่น.* มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ประชา ตันเสนีย์. (2550). *รูปแบบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพของผู้บริหารระดับสูงของ บริษัท (มหาชน) ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของตลาดหลัก ทรัพย์แห่งประเทศไทย.* มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ปาริฉัตร โชติภูมิเวทย์.(2564). *การบริหารจัดการกระบวนการทำงานที่บ้าน (WFH) เพื่อคุณภาพชีวิตของพนักงานต่อประสิทธิภาพการทำงานในภาวะวิกฤตโควิด-19 ของกลุ่มธนาคาร.* สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ประภาพรรณ พนันเภาว์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์การ กับประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่สำนักงบประมาณ กรุงเทพมหานคร. *วารสารบรรณศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*,7(1)

ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ. (2561). *คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพัน ต่อองค์การและประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม.*มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

สุภนาถ โมฬีรัตตะกูล. (2557). *การปรับโครงสร้างองค์การเพื่อรองรับการขยายธุรกิจสู่ภูมิภาค ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน+3 ตามกรอบแนวคิดของ McKinsey ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง.* คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรางค์ บุญยะพงศ์ไชย. (2562). ศึกษาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยพิจารณา ด้านการลงทุนภาคเอกชน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.*

วิภาพร นิธิปรีชานนท์. (2554). *แนวปฏิบัติที่ดีในการบริหารงานวิจัยของสำนักคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. สาขาวิชาการ บริหารศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศาสตร์ศิลป์ ทองแรง. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสาย สนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

อภิสิทธิ์ กฤษเจริญ. (2551*).การพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนคาทอลิกสังกัดสังฆมณฑลในทศวรรษหน้า.* วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต, สาขาบริหารการศึกษา,มหาวิทยาลัยบูรพา.

อำนาจ วัดจินดา.(2567) .เข้าถึงได้จาก https://www.hrcenter.co.th/file/columns/hr_f_20170512_102402.pdf 22 กุมภาพันธ์ 2567

Peterson, E. & Plowman, E.G. (1953). *Business organization and management*. Homewood, llinois : Richard D. Irwin.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics : an Introductory Analysis.* (3rd ed). New York : Harper and Row.

PROCEEDING

RSBEC 2025

การประชุมทางวิชาการ
ระดับชาติและนานาชาติ

ครั้งที่ 2

The 2nd RMUTSB Golbal Business and Economics Conference



ด้านธุรกิจและเศรษฐศาสตร์

23 – 25 มกราคม 2568

ณ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ศูนย์พระนครศรีอยุธยา หันตรา

Part E: Marketing and Business Management			
NO.	Title	Author	Page
MB51	คุณภาพการบริการและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการคลินิกแพทย์แผนไทย โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลวัดพระญาติการาม	กุลธิดา โตสมบุญ และนวพร รัตนบุรี	1-17
MB52	การทำงานแบบไฮบริดในภาครัฐ : โอกาส ความท้าทาย และแนวทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของภาครัฐไทย	ขวัญตา เบ็ญจะชันธ์ และไวพจน์ กุลาชัย	1-18
MB53	แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	ชนิตา เอี่ยมสอาด, สิริรัตน์ เทียมเสรีวงศ์ และสุธิดา ถนอมวงษ์	1-16
MB54	พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ในอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	วีรวัลย์ ปิ่นขุมพลแสง, วทัญญู โสมสุพรรณ, วิภาภรณ์ ทองชวัชน์, ศิริลักษณ์ พรายแก้ว, ขวัญจิรา จันทร์ตา, ฐิตินันท์ ศิลปศร และสมใจ ศรีเนตร	1-13
MB55	การศึกษาความเป็นไปได้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กรณีศึกษา : ตำบลท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช	กมลนันท์ ชีววัดนาโชติ, วชิร ยั่งยืน, อาทิตย์ สุจเสน และนิตยา ทัดเทียม	1-17
MB56	ความคิดเห็นของนักศึกษาวิทยาลัยรัตภูมิที่มีต่อภาพลักษณ์ของวิทยาลัยรัตภูมิ	ราตรี สุยบางดำ	1-16
MB57	คุณภาพของการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ซ้ำของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	ปณียา อินทกาศ	1-17
MB58	การศึกษาเวลามาตรฐานเพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิต ในโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์: กรณีศึกษา บริษัท AAA จำกัด	วิลัยวัลย์ ทองสลับ	1-18

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

GUIDELINES FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF EMPOLOYEES WORK PERFORMANCE IN PRIVATE ORGANIZATION AT LAT KRABANG DISTRICT,BANGKOK

RSBEC การประชุมทางวิชาการระดับชาติและนานาชาติ 2025 ครั้งที่ 2
The 2nd RMUTSB Golbal Business and Economics Conference

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

Guidelines For Increasing the Efficiency of Empoloyees Work Performance in Private Organization at Lat Krabang District, Bangkok

ชนิตา เอี่ยมสอาด, สิริรัตน์ เทียมเสรีวงค์ และสุธิดา ถนอมวงษ์
Chanita Aemsaad, Sirirat Thiamseriwong and Sutida Tanomwong
มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
BANGKOK SUVARNABHUMI UNIVERSITY
chanita.a@bsu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1. เพื่อการศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร และ 2. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

พนักงานที่มีอายุ 20-25 ปี มีตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ มีอายุงาน 1-5 ปี มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านคุณภาพงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลาและด้านค่าใช้จ่ายในระดับที่น้อย เมื่อเปรียบเทียบกับพนักงานที่มีอายุ 26- 35 ปี มีตำแหน่งระดับหัวหน้าแผนกและผู้จัดการแผนก อายุงานมากกว่า 10 ปี ดังนั้นองค์กรควรมีนโยบายและแผนปฏิบัติงานด้านการฝึกอบรมในการพัฒนาทักษะให้กับพนักงาน เพิ่มปริมาณและระดับความยากของงานให้กับพนักงานเพื่อพัฒนาความสามารถของพนักงาน ควรมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการปฏิบัติงานให้กับพนักงานทราบ มีการทบทวนผลการปฏิบัติงานเป็นระยะ และแจ้งให้พนักงานทราบถึงความก้าวหน้าของการปฏิบัติงาน

คำสำคัญ : ปัจจัยการบริหาร, ประสิทธิภาพ, พนักงานในองค์กร

Abstract

This Article aimed to study 1. The performance of employees in private organizations in Lat Krabang District, Bangkok. and 2. Guidelines for increasing the efficiency of employees work performance in private organizations in Lat Krabang District, Bangkok. the sample was employees work, They was selected by Quantitative the instrument for collecting data was questionnaire Analysis data by Descriptive statistics and Content Analysis. The research results were found as follows;

Employees aged 20-25 years, working in operational positions, with 1-5 years of service, have low efficiency in terms of work quality, work quantity, time and cost compared to employees aged 26-35 years, working in department head and department manager positions, and working for more than 10 years. Therefore, the organization should have a policy and action plan for training to develop skills for employees, increase the amount and difficulty of work for employees to develop their abilities, set performance standards for employees, review performance results periodically and inform employees of their work progress.

Keyword: Management factors, efficiency, employees in the organization

1. บทนำ

การแข่งขันในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วขึ้นตามยุคตามสมัยที่เปลี่ยนไป องค์กรจึงต้องเกิดการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานในด้าน เรื่องคุณภาพ ราคาและการบริการ เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า สำหรับแนวทางการควบคุม คุณภาพของสินค้า การควบคุมการผลิต และการลดต้นทุนในกระบวนการผลิตเป็นแนวทางที่สำคัญ อย่างยิ่งที่หลายบริษัทนำมาใช้เป็นกลยุทธ์หลักในการแข่งขัน ในการทำงานนั้น นอกจากการกำหนดวัตถุประสงค์ในการทำงานแล้ว การวางแผนยังจะช่วยให้งานบรรลุผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกทั้งยังช่วยลดเวลาและการใช้ทรัพยากรในการทำงาน การทำงานที่มีประสิทธิภาพนั้นเกิดขึ้นได้ ด้วยเงื่อนไขของการวางแผนงานที่ดี การวางแผนที่ดีเกิดจากความคิดที่รอบคอบ คิดจากมุมมองที่หลากหลาย ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน คือการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้วางไว้ (ศาสตร์ศิลป์ ทองแรง, 2557) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานยังสะท้อนถึงความสามารถของพนักงานในการทำงานให้ได้มาตรฐานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีการลดการสูญเสียในทรัพยากร (อรสุดา ดุสิตรัตนกุล ,2557) การจะดำเนินการให้ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในกระบวนการ และการดำเนินการในขั้นตอนต่างๆ เป็นอย่างดีรวมถึงมีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การดำเนินงานสัมฤทธิ์ผล และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด แผนกวางแผนการผลิต จึงมีบทบาท และมีความสำคัญต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินการขององค์กร การที่องค์กรสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วเท่าไหร่ องค์กรจะยิ่งได้เปรียบและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากทำให้วัตถุประสงค์รวมขององค์กรประสบความสำเร็จสูงสุด โดยพนักงานมีความพอใจกับงานที่ได้รับมอบหมาย และมีความพอใจและความร่วมมือร่วมใจกับเพื่อนร่วมงาน

ดั้งนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับพนักงาน และวางแผนปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติงานของพนักงาน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อการศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร เอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

3. การทบทวนวรรณกรรม

การดำเนินงานขององค์การเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้และแข่งขันได้ จำเป็นต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาให้กับองค์การ ซึ่งหน้าที่องค์การต้องมีแนวทางและเกณฑ์การวัดเพื่อให้แน่ใจว่าองค์การได้ดำเนินการได้บรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งที่นี้จะกล่าวถึงทฤษฎีด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) คือ กระบวนการ วิธีการ หรือการกระทำใด ๆ ที่นำไปสู่ผลสำเร็จ โดยใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อันได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน เงินทุน และวิธีการดำเนินการหรือประกอบการ ที่มีคุณภาพสูงสุดในการดำเนินการได้อย่างเต็มศักยภาพ ได้กล่าวว่า การปฏิบัติงานจะดีมีประสิทธิภาพหรือไม่ ขึ้นอยู่กับผู้ปฏิบัติว่าจะได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งภายนอกและภายใน (external and internal) มากน้อยเพียงใด ซึ่งถ้าหากว่าผู้ปฏิบัติงานได้รับการตอบสนองมาก การปฏิบัติงานก็ย่อมมี ประสิทธิภาพมากด้วยเช่นกันโดยมีรายละเอียดคือ ความต้องการภายนอก (Zaleanick, 1958)

ซึ่ง Plowman and Peterson (1960) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยสรุปองค์ประกอบได้ 4 ประการ ได้แก่

1) คุณภาพของงาน (quality) จะต้องมีคุณภาพสูง คือ ผลลัพธ์ของงานมีประโยชน์ มีความคุ้มค่าและผู้ใช้ผลงานนี้ เกิดความพอใจผลการทำงาน ผลงานมีความถูกต้องได้มาตรฐาน และสำเร็จ ได้ในระยะเวลารวดเร็ว นอกจากนี้ผลงานที่มีคุณภาพ ควรก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การและสร้างความ พึงพอใจ ของลูกค้าหรือผู้มารับบริการ

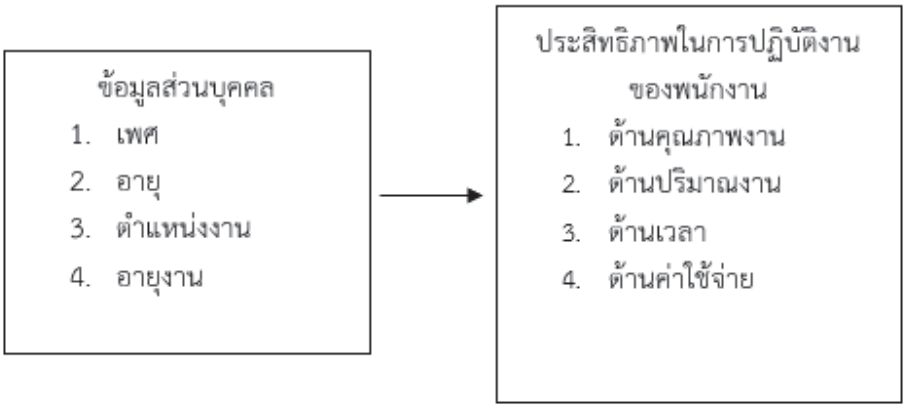
2) ปริมาณงาน (quantity) ปริมาณงานที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับที่ผู้ผลิตผลงานวางแผนไว้ อย่างลงตัว ทั้งนี้อยู่ภายใต้เงื่อนไข ระยะเวลาที่เหมาะสม

3) เวลา (time) คือ เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานเป็นไปตามที่วางแผนไว้อย่างเหมาะสมกับ งานและมีการพัฒนาเทคนิค การทำงานตลอดจนเทคนิคการวางตำแหน่งอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวก ในการใช้งาน ทำให้การทำงานสะดวกรวดเร็วขึ้น

4) ค่าใช้จ่าย (costs) ในการดำเนินงานทั้งหมดต้อง เป็นไปตามที่วางแผนไว้ คือ จะต้อง ลงทุนน้อยและได้ผลกำไรมากที่สุด ประสิทธิภาพในมิติของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนการผลิต ได้แก่ การใช้ ทรัพยากรด้านการเงิน คน วัสดุ เทคโนโลยีที่มีอยู่ อย่างประหยัดคุ้มค่าและเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

จากทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อใช้ในการศึกษาในลำดับต่อไป

4. กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

5. การดำเนินการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบัง จำนวน 900 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบังโดยมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 277 คน โดยใช้สุ่มจากการตารางสำเร็จรูปของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1970) และเก็บข้อมูลแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม มีวิธีการประเมินค่าความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหา วิธีการคำนวณ ความสอดคล่อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) จากความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยมีค่าคะแนนของข้อคำตอบโดยรวมเท่ากับ 0.91

การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร เอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร และวัตถุประสงค์ที่ 2 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ด้านคุณภาพงาน พนักงานมีความกระตือรือร้นและมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย สามารถใช้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ทำให้งานมีคุณภาพได้มาตรฐานที่องค์กรกำหนดไว้

และมีการคำนึงถึงคุณภาพของงาน หรือผลงานที่จะส่งผลถึงภาพลักษณ์ขององค์กรโดยพนักงานที่มีอายุ 26-30 ปี และมีอายุงานในองค์กร 5-10 ปี จะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านคุณภาพของงาน

ด้านปริมาณงาน พนักงานได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมตรงกับความรู้ความสามารถ การปรับปรุงการทำงานเพื่อให้ได้ปริมาณงานตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดอยู่เสมอโดยเพศหญิงที่มีอายุงาน 5-10 ปีจะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านปริมาณงาน

ด้านเวลา พนักงานมีความเต็มใจที่จะอุทิศเวลาเพื่อให้เกิดผลสำเร็จของงานมีความรับผิดชอบการวางแผนการทำงานเพื่อการปฏิบัติงานเสร็จทันเวลาที่กำหนด โดยเพศหญิงที่มีอายุ 26-35 ปี และมีอายุงานมากกว่า 10 ปี มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านเวลา

ด้านค่าใช้จ่าย การบริหารการจัดการงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด มีการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการอบรม พัฒนาทักษะ ประสบการณ์ในงานที่ได้รับผิดชอบเหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติ โดยผู้มีอายุ 31-35 ปี ตำแหน่งระดับผู้จัดการแผนก มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 1 แสดงผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน จำแนกตามเพศ

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
1. ด้านคุณภาพงาน	ชาย	89	4.03	.484	-1.493	.137
	หญิง	188	4.12	.504		
2. ด้านปริมาณงาน	ชาย	89	4.13	.481	-2.194*	.029
	หญิง	188	4.26	.466		
3. ด้านเวลา	ชาย	89	3.95	.525	-3.793**	.000
	หญิง	188	4.22	.555		
4. ด้านค่าใช้จ่าย	ชาย	89	3.27	.508	.814	.417
	หญิง	188	3.22	.462		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบโดยใช้สถิติทดสอบ t-test Independent พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านปริมาณงาน (Sig =.029) และที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านเวลา (Sig =.000)

ตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน จำแนกตามอายุ

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านคุณภาพงาน	Between Groups	1.70	2	.850	3.467*	.033
	Within Groups	67.15	274			
	Total	68.858	276			
2. ด้านปริมาณงาน	Between Groups	.831	2	.415	1.854	.159
	Within Groups	61.36	274			
	Total	62.197	276			
3. ด้านเวลา	Between Groups	4.76	2	1.80	7.997**	.001
	Within Groups	81.56	274	.298		
	Total	86.32	276			
4. ด้านค่าใช้จ่าย	Between Groups	3.54	2	1.77	8.188**	.001
	Within Groups	59.34	274	.217		
	Total	62.89	276			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบ One – Way ANOVA พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน (Sig = .033) และที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านเวลา (Sig = .001) และด้านค่าใช้จ่าย (Sig = .001) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 3-5

ตารางที่ 3 แสดงการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ด้านคุณภาพงาน จำแนกตามอายุ

อายุ		ด้านคุณภาพงาน		
		20 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี
	$\bar{X}$	3.98	4.18	4.09
20 – 25 ปี	3.98	-	-.193**	-.106
			(.009)	(.168)
26 – 30 ปี	4.18	-	-	.086
				(.220)
31 – 35 ปี	4.09	-	-	-

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบรายคู่ พบว่า ผู้ที่อายุ 20 -25 ปี มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน ด้านคุณภาพงาน น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4 แสดงการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ด้านเวลา จำแนกตามอายุ

อายุ		ด้านเวลา		
		20 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี
	$\bar{X}$	3.92	4.23	4.19
20 – 25 ปี	3.92	-	-.307**	-.268**
			(.001)	(.002)
26 – 30 ปี	4.23	-	-	.039
				(.611)
31 – 35 ปี	4.19	-	-	-

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบรายคู่ พบว่า ผู้ที่อายุ 20 -25 ปี มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน ด้านเวลางาน น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี และผู้ที่มีอายุ 31 – 35 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 5 แสดงการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ด้านค่าใช้จ่าย จำแนกตามอายุ

อายุ		ด้านเวลา		
		20 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี
	$\bar{X}$	3.40	3.22	3.11
20 – 25 ปี	3.40	-	-.184**	-.290**
			(.008)	(.001)
26 – 30 ปี	3.22	-	-	-.106
				(.110)
31 – 35 ปี	3.11	-	-	-

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบรายคู่ พบว่า ผู้ที่มีอายุ 20 -25 ปี ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน ด้านเวลางานน้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี และผู้ที่มีอายุ 31 – 35 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน จำแนกตามตำแหน่งงาน

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านคุณภาพงาน	Between Groups	.721	2	.360	1.449	.237
	Within Groups	68.13	274	.249		
	Total	68.85	276			
2. ด้านปริมาณงาน	Between Groups	.317	2	.159	.703	.496
	Within Groups	61.88	274	.226		
	Total	62.19	276			
3. ด้านเวลา	Between Groups	.872	2	.436	1.398	.249
	Within Groups	85.45	274	.312		
	Total	86.32	276			
4. ด้านค่าใช้จ่าย	Between Groups	3.51	2	1.758	8.115**	.001
	Within Groups	59.37	274	.217		
	Total	62.89	276			

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบ One – Way ANOVA พบว่าตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่าย (Sig = .001) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ด้านค่าใช้จ่าย จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่ง		ด้านค่าใช้จ่าย		
		ระดับปฏิบัติการ	ระดับหัวหน้าแผนก	ระดับผู้จัดการแผนก
	$\bar{X}$	3.21	3.54	3.91
ระดับปฏิบัติการ	3.21	-	-.331**	-.706**
			(.006)	(.003)
ระดับหัวหน้าแผนก	3.54	-	-	-.375**
				(.003)
ระดับผู้จัดการแผนก	3.91	-	-	-

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 ผลการทดสอบรายคู่ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน ด้านค่าใช้จ่าย ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 พบว่าระดับปฏิบัติการมีประสิทธิภาพด้านค่าใช้จ่ายจ่ายน้อยกว่า ระดับหัวหน้าแผนก และ ระดับผู้จัดการแผนก และระดับหัวหน้าแผนก มีประสิทธิภาพด้านค่าใช้จ่ายน้อยกว่า ระดับผู้จัดการแผนก

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน จำแนกตามอายุงาน

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านคุณภาพงาน	Between Groups	1.66	2	.832	3.393*	.035
	Within Groups	67.19	274	.245		
	Total	68.85	276			
2. ด้านปริมาณงาน	Between Groups	2.73	2	1.367	6.297**	.002
	Within Groups	59.46	274	.217		
	Total	62.19	276			

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
3. ด้านเวลา	Between Groups	4.01	2	2.008	6.685**	.001
	Within Groups	82.30	274	.300		
	Total	86.32	276			
4. ด้านค่าใช้จ่าย	Between Groups	.93	2	.465	2.056	.130
	Within Groups	61.96	274	.226		
	Total	62.89	276			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบ One – Way ANOVA พบว่าอายุงานที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านคุณภาพงาน (Sig = .035) และที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านปริมาณงาน(Sig = .002) และด้านเวลา (Sig = .001) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 9-11

ตารางที่ 9 แสดงการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ด้านคุณภาพงาน จำแนกตามอายุงาน

อายุงาน		ด้านคุณภาพงาน		
		1 – 5 ปี	5 – 10 ปี	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.16	4.02	4.44
1 – 5 ปี	4.16	-	-.138*	-.276
			(.022)	(.340)
5 – 10 ปี	4.02	-	-	-.414
				(.152)
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	4.44	-	-	-

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 ผลการทดสอบรายคู่ พบว่า ผู้ที่มีอายุงาน 1 – 5 ปี มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน ด้านคุณภาพงาน น้อยกว่าผู้ที่มีอายุงาน 5 – 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 10 แสดงการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ด้านปริมาณงาน จำแนกตามอายุงาน

อายุงาน		ด้านปริมาณงาน		
		1 – 5 ปี	5 – 10 ปี	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.28	4.14	4.22
1 – 5 ปี	4.28	-	-.142*	-.599
			(.012)	(.340)
5 – 10 ปี	4.14	-	-	-.741**
				(.007)
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	4.22	-	-	-

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 10 ผลการทดสอบรายคู่ พบว่า ผู้ที่มีอายุงาน 1 – 5 ปี มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน ด้านปริมาณงานน้อยกว่า ผู้ที่มีอายุงาน 5 – 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้ที่มีอายุงาน 5 – 10 ปี มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน ด้านปริมาณงานน้อยกว่าผู้ที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 11 แสดงการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ด้านเวลา จำแนกตามอายุงาน

อายุงาน		ด้านเวลา		
		1 – 5 ปี	5 – 10 ปี	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.22	4.04	4.88
1 – 5 ปี	4.22	-	-.183*	-.664*
			(.006)	(.039)
5 – 10 ปี	4.04	-	-	-.847**
				(.008)
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	4.88	-	-	-

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 11 ผลการทดสอบรายคู่ พบว่า ผู้ที่มีอายุงาน 1 – 5 ปี มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน ด้านเวลาน้อยกว่าผู้ที่มีอายุงาน 5 – 10 ปีและผู้ที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้ที่มีอายุงาน 5 – 10 ปี มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน ด้านเวลาน้อยกว่าผู้ที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า พนักงานที่มีอายุ 20-25 ปี มีตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ มีอายุงาน 1-5 ปี มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านคุณภาพงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลาและด้านค่าใช้จ่ายในระดับที่น้อย องค์การควรมีนโยบายและแผนปฏิบัติงานด้านการฝึกอบรมในการพัฒนาทักษะให้กับพนักงาน เพิ่มปริมาณและระดับความยากของงานให้กับพนักงานเพื่อพัฒนาความสามารถของพนักงาน นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการปฏิบัติงานให้กับพนักงานทราบ มีการทบทวนผลการปฏิบัติงานเป็นระยะ และแจ้งให้พนักงานทราบถึงความก้าวหน้าและจุดที่ต้องพัฒนา

7. อภิปรายผล

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพงาน พนักงานมีความกระตือรือร้นและมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย สามารถใช้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ทำให้งานมีคุณภาพได้มาตรฐานที่องค์กรกำหนดไว้ และมีการคำนึงถึงคุณภาพของงาน หรือผลงานที่จะส่งผลถึงภาพลักษณ์ขององค์กรโดยพนักงานที่มีอายุ 26-30 ปี และมีอายุงานในองค์กร5-10 ปี จะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านคุณภาพของงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปพิชญา ศรีจันทรา (2563) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ของบริษัทขนส่งแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านปริมาณงาน พนักงานได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมตรงกับความรู้ความสามารถ การปรับปรุงการทำงานเพื่อให้ได้ปริมาณงานตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดอยู่เสมอโดยเพศหญิงที่มีอายุงาน 5-10 ปีจะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านปริมาณงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของเชาวฤทธิ์ สุขสวัสดิ์ (2561) ที่ศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ฝ่ายผลิต แผนกประกอบยางบริษัทผลิตยางรถยนต์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี พบว่า มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ด้านเวลา พนักงานมีความเต็มใจที่จะอุทิศเวลาเพื่อให้เกิดผลสำเร็จของงานมีความรับผิดชอบการวางแผนการทำงานเพื่อการปฏิบัติงานเสร็จทันเวลาที่กำหนด โดยเพศหญิงที่มีอายุ 26-35 ปี และมีอายุงานมากกว่า 10 ปี มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านเวลา ซึ่งคล้องคล้องกับ พฤธิสิทธิ์ อุทุม. (2559) กล่าวไว้ว่า พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ตามระยะเวลาที่กำหนดเมื่อเทียบกับมาตรฐานในการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ สุรพงษ์ ฉันทพัฒน์พงศ์. (2558) กล่าวไว้ว่า พนักงานมีความเข้าใจในระยะเวลทำงานที่กำหนดที่ทำให้พนักงานปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ด้านค่าใช้จ่าย การบริหารการจัดการงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด มีการ

จัดสรรค่าใช้จ่ายในการอบรม พัฒนาทักษะ ประสบการณ์ในงานที่ได้รับผิดชอบเหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติ โดยผู้มีอายุ 31-35 ปี ตำแหน่งระดับผู้จัดการแผนก มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านค่าใช้จ่าย คล้องคล้องกับ พฤธิสิทธิ์ อุทุม. (2559) กล่าวไว้ว่า ใช้ทรัพยากรทั้งคนและอุปกรณ์ได้อย่างเหมาะสมคุ้มค่าเกิดประโยชน์สูงสุดรวมทั้งมีการนำเทคนิคต่าง ๆ เข้ามาใช้เพื่อช่วยลดขั้นตอนการทำงานส่งผลให้สามารถเสร็จได้ทันตามกำหนดเวลาที่วางไว้

8. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ผลจากการวิจัย ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ในด้านคุณภาพงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลาและด้านค่าใช้จ่าย โดยการเปรียบเทียบกับข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้ทราบว่า พนักงานอายุ ตำแหน่งงาน และอายุงานน้อย ทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานน้อยอาจด้วย การเพิ่งเริ่มต้นงาน ความรับผิดชอบการทำงานในขอบเขตจำกัด ยังขาดประสบการณ์การทำงานที่หลากหลาย ดังนั้น สถานประกอบการ องค์การ บริษัท ควรทำความร่วมมือกับ สถาบันการศึกษาเพื่อฝึกทักษะ ความรู้ ความสามารถที่จำเป็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กรต่างๆ

9. สรุป

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พนักงานมีความกระตือรือร้นและมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย สามารถใช้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ทำให้งานมีคุณภาพได้มาตรฐานที่องค์กรกำหนดไว้ และมีการคำนึงถึงคุณภาพของงาน หรือผลงานที่จะส่งผลถึงภาพลักษณ์ขององค์กร พนักงานได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมตรงกับความรู้ความสามารถ การปรับปรุงการทำงานเพื่อให้ได้ปริมาณงานตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดอยู่เสมอ พนักงานมีความเต็มใจที่จะอุทิศเวลาเพื่อให้เกิดผลสำเร็จของงานมีความรับผิดชอบการวางแผนการทำงานเพื่อการปฏิบัติงานเสร็จทันเวลาที่กำหนด การบริหารการจัดการงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด มีการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการอบรม พัฒนาทักษะ ประสบการณ์ในงานที่ได้รับผิดชอบเหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติ องค์กรต้องมีการสนับสนุนให้พนักงานรุ่นใหม่ที่อายุน้อย ประสบการณ์น้อย ได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพขององค์การและความมั่นคงให้กับพนักงาน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ควรมีการวางแผนในการพัฒนาพนักงานที่มีอายุงานน้อย โดยสอดคล้องกับลักษณะงานที่พนักงานต้องรับผิดชอบ และมีการติดตามความก้าวหน้าในกระบวนการพัฒนาพนักงาน

2. ควรมีแผนการฝึกอบรมและกิจกรรม เพื่อเพิ่มความรู้และทักษะให้กับพนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น ลดความผิดพลาด มีความคิดสร้างสรรค์ มีแนวทางในการพัฒนางานและพัฒนาพนักงาน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาทักษะและการพัฒนางาน และมีการเก็บรวมรวมข้อมูลในรูปแบบของการสัมภาษณ์

เอกสารอ้างอิง

เชาวฤทธิ์ สุขสวัสดิ์. (2561). **ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต แผนกประกอบยาง บริษัทผลิตยางรถยนต์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี.** ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารจัดการองค์การ. มหาวิทยาลัยเกริก.

ปพิชญา ศรีจันทรา. (2563). **แรงจูงใจและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบริษัทขนส่งแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร.** คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พฤธิสิทธิ์ อุทุม. (2559). **ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการองค์การบริหารส่วนจังหวัดสระแก้ว.** สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศาสตร์ศิลป์ ทองแรง. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสาย สนับสนุนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี

อรสุดา ดุสิตรัตนกุล.(2557). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ : ศึกษาเฉพาะกรณีของบุคลากรส่วนกลาง.** คณะพัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การบริหาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Plowman, E., & Peterson, C. (1960). **Business organization and management**. Illinois: Irwin.

Taro Yamane. (1970). **Statistic : an Introductory Analysis**. 2nd ed. New York : Harper & Row.

Zaleanick, A. (1958). **Motion productivity and satisfaction of workers**. Massachusettes : Division of Research Harvard University.

การประชุมทางวิชาการระดับชาติและนานาชาติ

ด้านธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ ครั้งที่ ๒ ประจำปี ๒๕๖๘

The 2nd RMUTSB Global Business and Economics Conference 2025

ขอมอบเกียรติบัตรฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

ชนิตา เอี่ยมสอาด, สิริรัตน์ เทียมเสรีวงค์, สุธิดา ถนอมวงษ์

ได้เข้าร่วมนำเสนอผลงาน

เรื่อง แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเอกชน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ระหว่างวันที่ ๒๓-๒๕ มกราคม ๒๕๖๘

ณ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ศูนย์พระนครศรีอยุธยา หันตรา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(ชนกานต์ ธารเรวดี)	(รองศาสตราจารย์ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ)	(วรวงษ์ ระฆังทอง)	(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรชัย เอมอักษร)
สมาคมนักบัญชีไทย	สมาคมศิษย์เก่าพณิชยการพระนครศรีอยุธยา วาสุกรี (ส.พ.ว)	สมาคมผู้สอบบัญชีภาษีอากร	คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ม.เกริก
Krirk University
Founded 1952
3 ซอยรามอินทรา 1 เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 โทร. 0-2552-3500-9 ตู้ ป.ณ. 93 โทรสาร. 0-2552-3513 www.krirk.ac.th
3 Soi. Ram-intra 1 Bangkhen. Bangkok 10220 Tel. 0-2552-3500-9 P.O. Box. 93 Fax. 0-2552-3513 www.krirk.ac.th

ที่ ม.กร.140000/๒๖๒

11 มิถุนายน 2568

เรื่อง แจ้งผลการพิจารณาตีพิมพ์บทความในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ร่มพฤกษ์

เรียน **ชนิตา เอี่ยมสะอาด และคณะ**

ตามที่ท่านส่งบทความเรื่อง **"การบริหารจัดการที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตในบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการ"** (Managerial with The Efficiency of Operation Employees in Private Company at Samut Prakan Provice) มายังวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ร่มพฤกษ์เพื่อร่วมตีพิมพ์นั้น

บัดนี้ กองบรรณาธิการได้ส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน ซึ่งบทความดังกล่าวผ่านเกณฑ์การประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจึงขอแจ้งรับตีพิมพ์บทความของท่านในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ร่มพฤกษ์ ปีที่ 43 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2568)

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

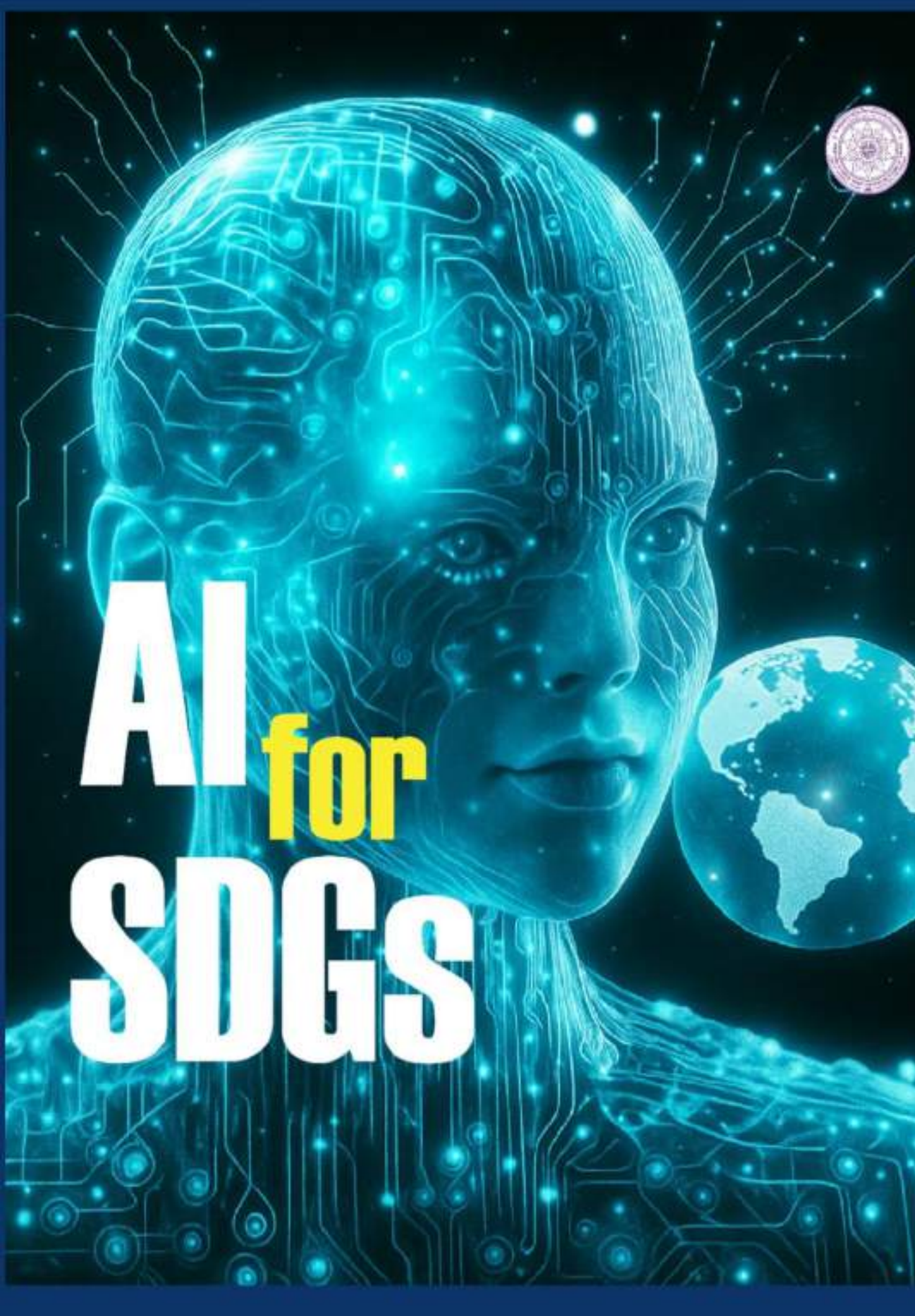
ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์)

บรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ร่มพฤกษ์

โทรศัพท์ : 02-552-3500 -9 ต่อ 402

Proceedings



VOLUME VI : Humanities and Social Sciences

The 15th Benjamit Vichakarn National and International Conference on "AI : A Driving Force for Sustainable Development Goals"

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า
ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของบุคลากร สถาบันพระบรมราชชนก	พลอยไพลิน โพธิ์เงิน ยุทธนาท บุณยะชัย	274-286
ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง	จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์ ภณสิทธ์ อันยะ	287-295
การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี	ธิรพิทย์ ศรศักดิ์ ภัทราวุฒิ โนรี มะลิวรรณ ช่องงาม	296-306
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่แมวของผู้บริโภค ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	กรกนก บุญพา เสาวภา เมืองแก่น	307-316
ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	ภัทราธัช แก้วพลายงาม ชนัดดา ศรีวิเชียร	317-328
ทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุคการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	เกศกนก สาพิมพ์ วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์	329-337
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว อนุพงศ์ เครืองาม	338-349
ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู	เกศกนก สาพิมพ์ วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์	350-364
ผลการใช้การเรียนรู้ทักษะการถ่ายภาพโดยใช้กฎสามส่วน (Rule of Thirds) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	อาทินันทน์ แก้วประจันทร์ ทศพร ไชยเดช ณัฐปคัลภ์ อัครภูริณาคินทร์ ปุริมปวัชญ์ อำพัน ปาณท รัตนวงศ์แข	365-372
ความนิยมและความคาดหวังของผู้บริโภคต่ออาหารไต้ะจีนในงานอีเวนต์ของสังคมไทย	วันวิวาห์ แซ่ชั้น ไพลิน บรรพโต ประภาศรี เพิกขุนทด รัตดา พัฒน์แก้ว	373-386
ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี	กัญญาพัชร วุฒิยา ปิยาภา พรหมทอง อัญชลี เรียงหา	387-400
การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเอกสารนำกลับด้านการขนส่ง: กรณีศึกษาบริษัท ซ่ายเหนี่ยว สมาร์ท โลจิสติกส์ เน็ตเวิร์ก (ไทยแลนด์) จำกัด	กิตติวัฒน์ สนใจ ฌาณินี อาชา อาภัสรา ไชยคาม	401-414

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า

ทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุคการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

Attitudes towards News Consumption on Online Media in the Era of Online Platform Communication

เกศกนก สาพิมพ์[1], วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์[2]
[1]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, pueng_ping@hotmail.com
[2]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, wipharat.O@bsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0ของประชากรอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ของประชากรอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0กับประสิทธิภาพในทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ของประชากรอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการโดยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มี 3 ส่วน คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 และด้านประสิทธิภาพในทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ ซึ่งผ่านการหาค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว และแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .819 โดยใช้สถิติในการศึกษาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples t-test) การเปรียบเทียบ ความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เดียว(One-way Analysis of Variance: One-way Anova) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้ จำแนกตามเพศผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.5 จำแนกตามอายุผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21-30ปี คิดเป็นร้อยละ 54.5จำแนกตามสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 49.8 จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.7 จำแนกตามระดับเงินเดือนผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับเงินเดือนมากกว่า 20,000 คิดเป็นร้อยละ 45.5

คำหลัก: ทัศนคติ, ข่าวสารบนสื่อออนไลน์

Abstract

This research aimed to study the attitude towards consuming news on online media in the 4.0 era of the population of Mueang Samut Prakan District, Samut Prakan Province, to study the efficiency of the attitude towards consuming news on online media of the population of Mueang Samut Prakan District, Samut Prakan Province, and to study the relationship between the attitude towards consuming news on online media in the 4.0 era and the efficiency of the attitude towards consuming news on online media of the population of Mueang Samut Prakan District, Samut Prakan Province. The population and sample consisted of 400 people from

Mueang Samut Prakan District, Samut Prakan Province, Lat Krabang District, Bangkok. A simple random sampling was used. A questionnaire was used as the research tool. There were 3 parts: personal factors, attitude towards consuming news on online media in the 4.0 era, and efficiency of consuming news on online media, which had been tested for content consistency by experts. The questionnaire had a reliability value of .819. The statistics used in the study were percentage, mean, standard deviation, comparison of differences between 2 variables (Independent-Samples t-test), comparison of differences between more than 2 variables using analysis of variance. One-way Analysis of Variance (One-way Anova) and Pearson Correlation

The research results can be summarized as follows: Categorized by gender, most respondents were female, accounting for 63.5 percent. Categorized by age, most respondents were 21-30 years old, accounting for 54.5 percent. Categorized by status, most respondents were single, accounting for 49.8 percent. Categorized by education level, most respondents had a bachelor's degree, accounting for 40.7 percent. Categorized by salary level, most respondents had a salary level of more than 20,000, accounting for 45.5 percent.

Keywords: Attitude, Online news

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ท่ามกลางเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งพฤติกรรมการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการบริโภคข้อมูลข่าวสารต่างๆ ก็เป็นเรื่องที่ใกล้ตัว อันเป็นผลมาจากยุคการสื่อสารไร้พรมแดน ทำให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว และใช้ต้นทุนในการลงทุนที่ต่ำ ซึ่งเป็นสิ่งที่พึงประสงค์ปรารถนาของทุกๆองค์การ และบริษัท การใช้อินเทอร์เน็ตนั้นสามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้ จึงจำเป็นจะต้องให้ความสนใจและปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยี เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด โนปัจจุบันนี้อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนจำนวนมากไปแล้ว

การประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันทำได้หลากหลาย อาทิเช่น อีเมล์(e-Mail) สนทนา(Chat) อ่านหรือแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดการติดตามข่าวสารการสืบค้นข้อมูล การค้นหาข้อมูลการชม หรือซื้อสินค้าออนไลน์ การดาวน์โหลด เกมส์ เพลงไฟล์ข้อมูลฯลฯการติดตามข้อมูล ภาพยนตร์ รายการบันเทิงต่างๆ ผ่านระบบออนไลน์ การเล่นเกมส์คอมพิวเตอร์ออนไลน์การเรียนรู้ออนไลน์ (e-Learning) การประชุมทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต (Video Conference)โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต(VoIP) การอัพโหลดข้อมูล หรือ อื่นๆ

การใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปตาม การพัฒนาของเทคโนโลยีซึ่งในปัจจุบันการใช้อินเทอร์เน็ตคือการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นหาข้อมูลพบปะสังสรรค์เพื่อสร้างเครือข่ายสังคมและในปัจจุบันก็มีเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังกล่าวและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเช่น Fackbook Twitter Instagram Google และตอนนี้ก็ขยายเข้าไปสู่การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัทพ์มือถือ (Mobile Internet) มากขึ้น โดยผ่านทางระบบสัญญาณ 4G LTEหรือ (4th Generation)คือได้ว่าเป็นยุคปัจจุบันสำหรับทั่วโลกยุค 4G หรือ (4th Generation)และตอนนี้ก็กำลังเข้าสู่โลกยุค 5G ซึ่งมันจะไม่จำกัดแค่มือถือเท่านั้น แต่รวมถึงอุปกรณ์ทุกชนิดที่เชื่อมอินเตอร์เน็ตได้ (Internet of Things หรือ IoT)

สำหรับการบริหารองค์การโนปัจจุบันสามารถนำเสนอการสื่อสารในรูปแบบใหม่ของระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งแต่ละองค์การหน่วยงานหรือบริษัทต่างๆจะนำไปใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าได้โดยตรง ทำให้เกิดการตลาดรูปแบบใหม่ๆขึ้นมา นอกจากจะใช้ในการสื่อสารแล้วนอกจากนั้นก็ใช้ในการสร้างแบรนด์สินค้าของตัวเอง

ยังสามารถใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์โดยผ่านการทำโฆษณาผ่าน FacebookYoutube Googleมีสร้างแอพพลิเคชั่นที่เราสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้โดยไม่ต้องออกไปซื้อที่ร้านหรือห้างสรรพสินค้าเพิ่มความสะดวกสบายมากขึ้น

จากผลสำรวจของจำนวนผู้ใช้งานระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media)สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก 2019 พบคนไทยใช้เน็ตมากที่สุดในโลก คนไทยนิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ผ่านมือถือ ประเทศไทย มีประชากร 69.24 ล้านคน แบ่งเป็นผู้หญิง 51.3% และผู้ชาย 48.7% ประมาณ 50% ของจำนวนประชากรทั้งหมด อาศัยอยู่ในเขตเมืองมีเบอร์โทรศัพท์มือถือ 92.33 ล้านเลขหมาย ซึ่งมากกว่าประชากรไทยทั้งประเทศ 57 ล้านคน สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต 51 ล้านคน มีบัญชี Social Media 49 ล้านคน ใช้ Social Media ผ่านโทรศัพท์มือถือ

ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่าระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ใช้งานเองและรวมไปถึงองค์การและบริษัทต่างๆที่หันมาใช้ระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของตนเองหรือบริษัท รวมไปถึงกลุ่มดารา นักร้อง ศิลปิน นักวิชาการ หรือ แม้กระทั่งนักการเมือง ก็ได้ใช้ระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่องทางในการสื่อสารหรือเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตนเอง

ในงานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่จะทราบทัศนคติของการบริโภคข่าวในสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการเนื่องจากเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่มีประชากรหนาแน่นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงอิทธิพลของสื่อออนไลน์ต่อการรับรู้ ว่าจะส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ในประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการมากน้อยเพียงใด และนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนา ปรับปรุงหรือต่อยอดกลยุทธ์การตลาดออนไลน์และเพื่อสร้างรูปแบบหรือแนวทางการนำเสนอรู้เท่าทันเหตุการณ์สื่อออนไลน์ให้มีความชัดเจน เพื่อเป็นประโยชน์และนำไปปรับใช้สำหรับผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการตลาดและการโฆษณาสินค้าในออนไลน์ธุรกิจอื่นๆต่อไป

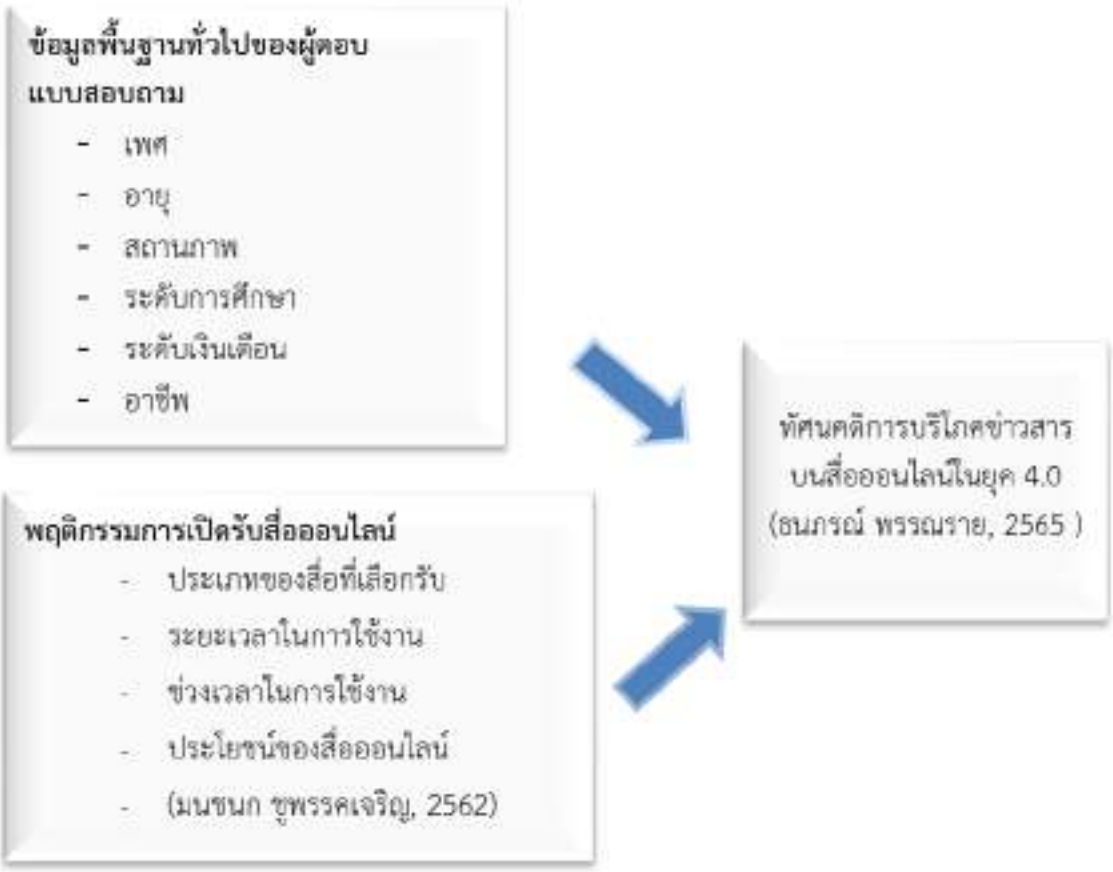
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์บนระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์บนระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
2. ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์บนระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์
3. สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดกับการบริหารงานผ่านสื่อออนไลน์

กรอบแนวคิด



ภาพ 1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ใช้สูตรคำนวณของคอแครน (Cochran, 1977 อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543)

เมื่อได้คำนวณแล้ว การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องใช้ขนาดตัวอย่างมากกว่าหรือเท่ากับ 384 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล คณะผู้วิจัยจึงทำการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้เป็นจำนวน 400 คน โดยดำเนินการสำรวจจากประชากรวัยเรียน อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งเพศชายและเพศหญิงและใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผ่านการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือประกอบการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด

โดยการตั้งคำถามใช้แบบ Rating Scale 5 ระดับ ของลิเคอร์ท (Likert Rating Scale) (1932 : 1-55) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนประสิทธิภาพและเกณฑ์แปลผลระดับประสิทธิภาพในทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ยของระดับประสิทธิภาพในทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ ได้แก่

4.51 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	น้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือ

1. การศึกษาทฤษฎี แนวคิด

2. นำแบบสอบถามที่สร้างเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมและประเมินค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (IOC)

3. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการ TRY OUT คือทดลองใช้กับผู้ปฏิบัติงานในเขตลาดกระบังที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (alpha-cofficient) ของครอนบาค (Cronbach)โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .819

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานบริษัทเอกชนที่ประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และค่าร้อยละได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยทางด้านข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของพนักงานบริษัทเอกชนที่ประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์บริษัทเอกชนที่ประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 3 ทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ของพนักงานบริษัทเอกชนที่ประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยทางด้านข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของพนักงานใน

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	146	36.5
หญิง	254	63.5
รวม	**400**	**100.00**

จากตาราง 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิงจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20ปี	73	18.3
21 - 30 ปี	218	54.5
31 - 40 ปี	65	16.3
40 ปีขึ้นไป	44	11
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปีลงมา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	199	49.8
สมรส	157	39.2
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	44	11
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 และสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมปลาย/ปวช.	73	18.3
ปวส.	150	37.35
ปริญญาตรี	163	40.7
สูงกว่าปริญญาตรี	14	3.5
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือระดับการศึกษา ปวส. จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือระดับ

การศึกษามัธยมปลาย/ปวช จำนวน 73 คิดเป็นร้อยละ 18.3 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับเงินเดือน

ระดับเงินเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000	65	16.3
10,001 – 20,000	153	38.2
มากกว่า 20,000	182	45.5
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับเงินเดือนมากกว่า 20,000 จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือระดับเงินเดือน 10,001 – 20,000 จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 และระดับเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	51	12.8
ข้าราชการ/รัฐวิสากิจ	21	5.3
พนักงานบริษัทเอกชน	300	75
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	28	7.0
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 รองลงมาคืออาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 28คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และน้อยที่สุดคืออาชีพข้าราชการ/รัฐวิสากิจ จำนวน 21 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

จำแนกตามเพศผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิงจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ตามลำดับ

จำแนกตามอายุผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปีลงมา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ

จำแนกตามสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 และสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11ตามลำดับ

จำแนกตามระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือระดับการศึกษา ปวส. จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือระดับการศึกษามัธยมปลาย/ปวช จำนวน 73 คิดเป็นร้อยละ 18.3 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

จำแนกตามระดับเงินเดือนผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับเงินเดือนมากกว่า 20,000 จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือระดับเงินเดือน 10,001 – 20,000 จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 และระดับเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

สมมุติฐาน

1. ประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการมีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ของประชากรแตกต่างกัน
2. ประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการมีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ของประชากรแตกต่างกัน
3. ประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการมีสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ของประชากรแตกต่างกัน
4. ประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ที่แตกต่างกัน
5. ประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการมีระดับเงินเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ของประชากรแตกต่างกัน
6. ประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการมีอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ของประชากรแตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง "ทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0" โดยผู้วิจัยนำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอภิปราย จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลได้ดังต่อไปนี้

พนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง ที่มีเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา และด้านค่าจ้างและสวัสดิการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัญญาภัค โพธิ์ตุ่น ได้ศึกษาทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0ของพนักงาน บริษัท เมืองทอง เซอร์วิสเซส แอนด์ แมเน็จเม้นท์ จำกัด จากการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีเพศที่ต่างกัน มีทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0ของพนักงาน บริษัท เมืองทอง เซอร์วิสเซส แอนด์ มเน็จเม้นท์ จำกัด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 งานวิจัยของ นาคินทร์ กากแก้ว ได้ศึกษาทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0ของพนักงาน สำนักวิศวกรรม บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0แตกต่างกัน งานวิจัยของ พิรพรรณ เพิ่มพูน ได้ศึกษาทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0ของพนักงาน บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาพบว่าเพศที่แตกต่างกัน ของพนักงานล้วนแต่มีทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0ที่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ สมพงษ์ ชนะศึก ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของ

พนักงานที่มีต่อการปฏิบัติงานใน บริษัท แป้งมันกาฬสินธุ์ จำกัด ซึ่งพบว่าพนักงาน บริษัท แป้งมันกาฬสินธุ์ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะลักษณะงานของ บริษัท แป้งมันกาฬสินธุ์ เป็นงานที่ใช้พละกำลังซึ่งเหมาะกับเพศชายมากว่าเพศหญิง ความพึงพอใจจึงแตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจจิมา หอมระรื่น ได้ศึกษาทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0ของพนักงาน บริษัท แคนนอน โฮเทค (ประเทศไทย) จำกัด จากผลการศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ วุฒิพงษ์ กุลวงษ์ ได้ศึกษาทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ของพนักงานบริษัท ดีเอชเอ สยามวาลา จำกัด จากการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งนี้พบว่า ประชากร อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์มากกว่าการอ่านข่าวตามหนังสือพิมพ์หรือการดูข่าวจากทางโทรทัศน์

2. การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ที่ให้บริการได้อย่างรวดเร็วและได้ให้บริการด้านข้อมูลได้อย่างเข้าใจง่ายชัดเจนและไม่ยุ่งยาก

เอกสารอ้างอิง

นฤมล แสวงผล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ของบุคลากร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

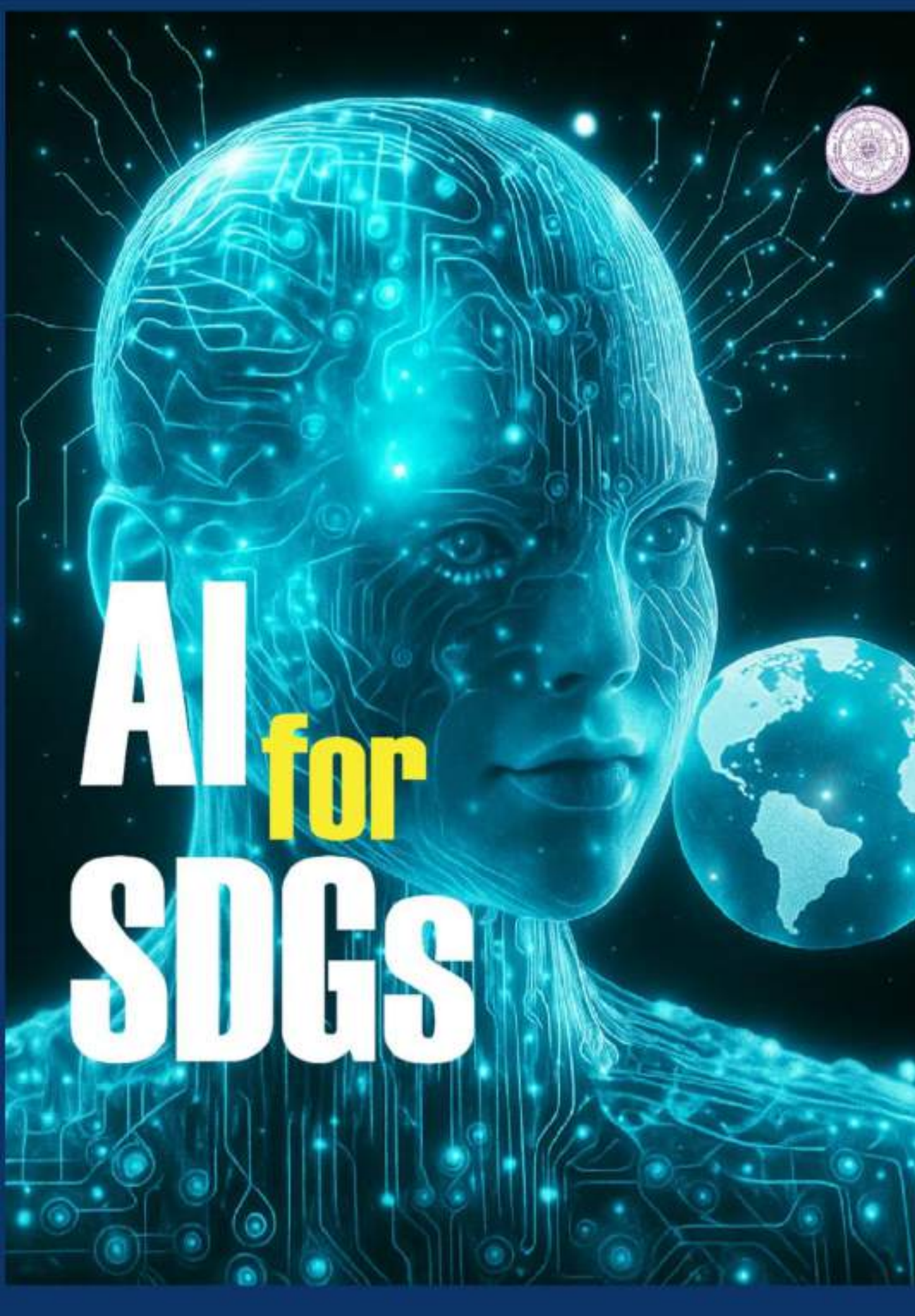
นูร์ปาซียะห์ กูนา. (2562). ทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี. สารนิพนธ์ หลักสูตรปริญญารัฐศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ปริญญา สัตยธรรม. (2550). ทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 สารนิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(การพัฒนาการทรัพยากรมนุษย์และองค์กร)คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปิยะธิดา ปัญญา และไพศาล วงคำ. (2560). ทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ของบุคลากรมหาลัยราชภัฏมหาสารคาม. สถาบันวิจัยและพัฒนา

พิมลิริ โตกะคุณะ. (2560). ทัศนคติการทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุค 4.0 ของพนักงานขายปลีกในธุรกิจห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยมหิดล.

Proceedings



VOLUME VI : Humanities and Social Sciences

The 15th Benjamit Vichakarn National and International Conference on "AI : A Driving Force for Sustainable Development Goals"

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า
ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของบุคลากร สถาบันพระบรมราชชนก	พลอยไพลิน โพธิ์เงิน ยุทธนาท บุณยะชัย	274-286
ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง	จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์ ภณสิทธ์ อันยะ	287-295
การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี	ธิรพิทย์ ศรศักดิ์ ภัทราวุฒิ โนรี มะลิวรรณ ช่องงาม	296-306
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่แมวของผู้บริโภค ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	กรกนก บุญพา เสาวภา เมืองแก่น	307-316
ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	ภัทราธัช แก้วพลายงาม ชนัดดา ศรีวิเชียร	317-328
ทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุคการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	เกศกนก สาพิมพ์ วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์	329-337
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว อนุพงศ์ เครืองาม	338-349
ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู	เกศกนก สาพิมพ์ วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์	350-364
ผลการใช้การเรียนรู้ทักษะการถ่ายภาพโดยใช้กฎสามส่วน (Rule of Thirds) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	อาทินันทน์ แก้วประจันทร์ ทศพร ไชยเดช ณัฐปคัลภ์ อัครภูริณาคินทร์ ปุริมปวัชญ์ อำพัน ปาณท รัตนวงศ์แข	365-372
ความนิยมและความคาดหวังของผู้บริโภคต่ออาหารไต้ะจีนในงานอีเวนต์ของสังคมไทย	วันวิวาห์ แซ่ชั้น ไพลิน บรรพโต ประภาศรี เพิกขุนทด รัตดา พัฒน์แก้ว	373-386
ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี	กัญญาพัชร วุฒิยา ปิยาภา พรหมทอง อัญชลี เรียงหา	387-400
การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเอกสารนำกลับด้านการขนส่ง: กรณีศึกษาบริษัท ซ่ายเหนี่ยว สมาร์ท โลจิสติกส์ เน็ตเวิร์ก (ไทยแลนด์) จำกัด	กิตติวัฒน์ สนใจ ฌาณินี อาชา อาภัสรา ไชยคาม	401-414

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า

ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู

The Relationship between Job Satisfaction and Work Performance of Personnel in Bangpoo Industrial Estate

เกศกนก สาพิมพ์[1], วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์[2]

[1]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, pueng_ping@hotmail.com

[2]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, wipharat.O@bsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ1.ศึกษาความสุขในการทำงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรม นิคมบางปู2. ศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู 3.เปรียบเทียบ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู และ4.ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู กลุ่ม ตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรในงานอุตสาหกรรม ในเขตบางปูสมุทรปราการ จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มกลุ่ม ตัวอย่างแบบง่ายใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ความถี่ค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test ค่าสถิติ F-test ผลการวิจัย พบว่า 1.ความสุขในการทำงานของบุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2.ประสิทธิภาพการ ปฏิบัติงานของบุคลากรในภาพรวมอยู่ ในระดับมาก (4.32) 3. บุคลากรที่มี เพศ อายุ และ การศึกษา แตกต่าง กันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน และด้านอายุการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ตำแหน่งงาน แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน 4.ความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์กับ รหัสบทความ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง (0.676**) อย่างมีนัยสำคัญ ทาง สถิติที่ระดับ 0.01

คำหลัก: ความสุข,การทำงาน

Abstract

This research aimed to 1. Study the happiness of employees in the Bangpoo Industrial Estate 2. Study the efficiency of employees in the Bangpoo Industrial Estate 3. Compare the efficiency of employees in the Bangpoo Industrial Estate 4. Study the relationship between happiness of employees and the efficiency of employees in the Bangpoo Industrial Estate The sample group consisted of 400 employees in the Bangpoo Industrial Estate, Samut Prakan Province. Simple random sampling was used. The research instrument was a questionnaire. The

statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and F-test. The results of the research found that 1. Overall, the happiness of employees was at a high level. 2. Overall, the efficiency of employees was at a high level (4.32). 3. Employees with different genders, ages, and education levels had different efficiency. In terms of working age, average monthly income, and job positions, there was no difference in efficiency. 4. Happiness of employees had a moderate relationship with article code and personnel efficiency at a statistical level of 0.676**, with a statistical significance of 0.01.

Keywords: happiness, work

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การทำงานมีความสำคัญต่อชีวิตของคน เนื่องจากคนส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการทำงานประมาณ 8 ชั่วโมงต่อวันเป็นอย่างน้อย ซึ่งความเป็นอยู่หรือสถานการณ์ทำงานของพนักงานเป็นเรื่องที่ผู้เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญและเอาใจใส่ เนื่องจากว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม ร่วมกับบรรยากาศที่ดีในการทำงาน จะมีส่วนที่ส่งผลดีต่อสุขภาพจิตใจของคนทำงานหากบุคลากรมีความสุขในการทำงานที่ดีจะส่งผล ดีต่อองค์กรได้หลายประการ เช่น การเกิดความร่วมมือที่ดีในการทำงาน ผลสำเร็จของงานบรรลุเป้าหมาย ลดความขัดแย้งในการทำงาน เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งโลกในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงในมิติต่างๆอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านเศรษฐกิจสังคมและเทคโนโลยี ซึ่งทำให้คนทำงานในทุกอาชีพได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงจึงจำเป็นอย่างยิ่งในสังคมที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งหากคนที่ปรับตัวไม่ได้ก็จะเกิดความเครียดทั้งในการทำงานและในชีวิตประจำวัน แต่หากคนที่มีความสามารถในการปรับตัวจะอยู่ได้และมีความสุขได้ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งจะส่งผลดีต่อการทำงานหลายประการ นอกจากนี้จากสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยสถานการณ์การเมือง หรือปัญหาในการดำเนินชีวิตทำให้คนทำงานเกิดความเครียดวิตกกังวลและไม่มีความสุขในการทำงานส่งผลกระทบต่อองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนทำให้ต้องมีการปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของบุคลากร เพื่อให้บุคลากรมีทัศนคติที่ดีสุขภาพจิตดีสามารถปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานค่านิยม วัฒนธรรมองค์กรและมีความสุขในการทำงานซึ่งที่ผ่านมามีงานวิจัยที่ศึกษาแนวคิดและปัจจัยที่สร้างคนในองค์กรให้มีความสุขสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมในการมองความสุขในองค์กรการที่ต่างกัน เช่นองค์กรแห่งสุขภาวะที่ดีและองค์กรแห่งความสุขและจิตวิญญาณแห่งองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำการงาน การทำงานปัจจุบันนี้หลายองค์กรได้ความสนใจในเรื่องของการทำให้บุคลากรในองค์กรมีความสุขในการทำงาน

เห็นได้จากการเป็นที่สำนักสำนักงานสนับสนุนสุขภาวะองค์กร สำนักงานองค์กรกองทุน สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส)ได้กำหนดตัวชี้วัดความก้าวหน้าของมนุษย์เรียกว่าความสุขแต่ประการโดยนำมาพัฒนาเป็นองค์กรแห่งความสุขซึ่งประกอบความสุข 8 มิติได้แก่ความสุขดีผ่อนคลายดี น้ำใจดีจิตวิญญาณดี ครอบครัวดี สังคมดี ใฝ่รู้ สุขภาพเงินดี และเพิ่มได้อีก 1 มิติเป็นความสุข 9 มิติโดยมีวิธีที่ 9 คือการเงินดี

ส่วนปัจจัยด้านผลการปฏิบัติงานหรือประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรจะดีหรือไม่ดีนั้นมีความเกี่ยวข้องกับคำสั่งหรือการได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา สภาพแวดล้อมของการทำงาน ปริมาณงาน ความยากง่ายของงาน เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น จากการวิจัยยังพบว่าการปฏิบัติงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานด้านต่างๆเป็นภาพสะท้อนขององค์กร โดยบรรยากาศที่ดีและความผูกพันกับองค์กรของบุคลากรสามารถส่งเสริมและส่งผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การให้มีประสิทธิภาพและมีพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในเขตพื้นที่ลาดกระบังซึ่งสามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและเสนอแนะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา เรื่อง ความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ในพื้นที่เขตบางปู จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาปัจจัยความคิดเห็นแง่มุมต่างๆในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับความสุขในการทำงาน และประสิทธิภาพในการทำงาน และนำผลการศึกษาข้อมูลที่รวบรวมได้ไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุง วางแผน กำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านความสุขในการทำงานและผลการทำงานที่มีประสิทธิภาพได้ต่อไป

วัตถุประสงค์

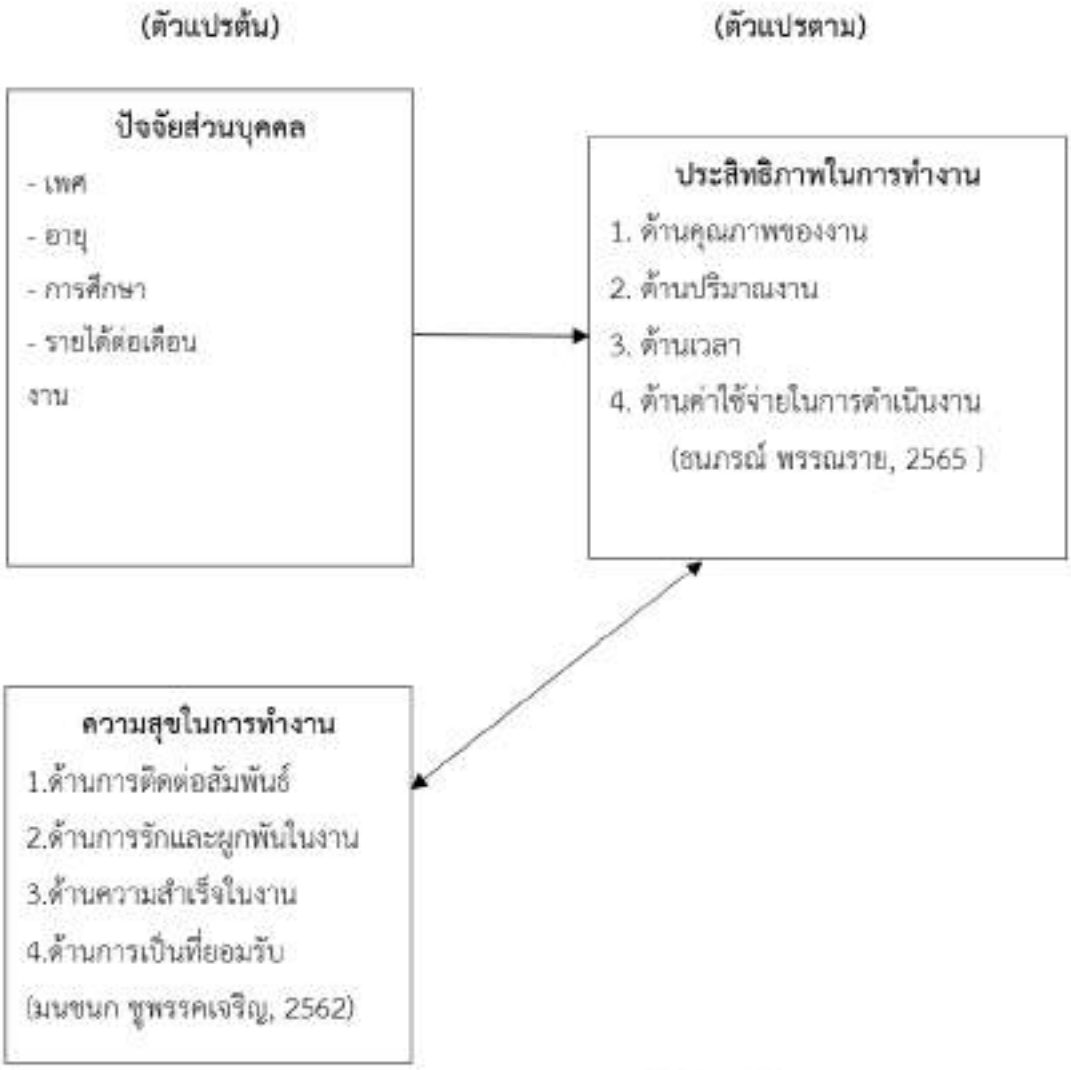
1. เพื่อศึกษาความสุขในการทำงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู
3. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบระดับความสุขในการทำงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรม
2. ทำให้ทราบระดับของประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรม
3. ทำให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรม
4. ได้ข้อมูลเป็นแนวทางในการสร้างความสุขในการทำงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรม
5. นำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมความสุขในการทำงาน ตลอดจนการวางแผนการดูแลบุคลากรในหน่วยงานในด้านการสร้างบรรยากาศความสุขในการทำงานได้

กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิด ในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ใช้สูตรคำนวณของคอแครน (Cochran, 1977 อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543)

เมื่อได้คำนวณแล้ว การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องใช้ขนาดตัวอย่างมากกว่าหรือเท่ากับ 384 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล คณะผู้วิจัยจึงทำการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้เป็นจำนวน 400 คน โดยดำเนินการสำรวจจากประชากรวัยทำงานในเขตบางปู ทั้งเพศชายและเพศหญิงและใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผ่านการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือประกอบการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด

โดยการตั้งคำถามใช้แบบ Rating Scale 5 ระดับ ของลิเคอร์ท (Likert Rating Scale) (1932 : 1-55) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนประสิทธิภาพและเกณฑ์แปลผลระดับประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ยของระดับประสิทธิภาพในการทำงาน ได้แก่

4.51 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	น้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือ

1. การศึกษาทฤษฎี แนวคิด

2. นำแบบสอบถามที่สร้างเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมและประเมินค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (IOC)

3. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการ TRY OUT คือทดลองใช้กับผู้ปฏิบัติงานในเขตบางปูที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (alpha-cofficient) ของครอนบาค (Cronbach)โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .817

ผลการวิจัย

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ผลข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำแบบสอบถามวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ

ตาราง 1 ตารางแสดงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	198	48
หญิง	202	52
รวม	**400**	**100**

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
น้อยกว่า 25 ปี	124	29.5
26-30 ปี	168	40.0
31-35 ปี	57	13.6
มากกว่า 36 ปีขึ้นไป	50	11.7
รวม	**400**	**100**
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	25	5.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย	90	21.4
ปวส. / อนุปริญญาตรี	134	31.9
ปริญญาตรี	150	35.7
รวม	**400**	**100**
4. ท่านมีประสบการณ์ทำงานภายในหน่วยงานนี้ เท่าใด		
น้อยกว่า 1 ปี	114	26.2
1-3 ปี	138	32.9
ตั้งแต่ 3 ปี ขึ้นไป	148	35.2
รวม	**400**	**100**
5. รายได้เฉลี่ย/เดือน		
น้อยกว่า 15,000 บาท	88	21.0
ปัจจัยส่วนบุคคล	**จำนวน**	**ร้อยละ**
15,001 - 20,000 บาท	194	46.2
20,001 - 25,000 บาท	78	18.6
25,001 บาทขึ้นไป	38	9.0
รวม	**400**	**100**
6. ตำแหน่งงาน		
ระดับหัวหน้างาน	93	21.7
ระดับปฏิบัติการ	307	73.1
รวม	**400**	**100**

จากตาราง 1 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.9 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 47.1 อายุระหว่าง 26-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา มีอายุระหว่าง ต่ำกว่า25 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาอีก มีอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.6 ส่วนอายุที่น้อยที่สุด คือ มากกว่า 36 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.7 ส่วนใหญ่ สำเร็จการศึกษาในระดับ ปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา ระดับปวส. คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมาอีก ระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 21.4 น้อยที่สุด คือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 5.7 ส่วนใหญ่มีอายุการทำงานในหน่วยงานนี้ มากกว่า 3 ปีขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.2. รองลงมา ช่วง 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.9. และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.2 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาทขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมาอีก คือ 20,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.6 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า25,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.0 ส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับ พนักงานระดับปฏิบัติงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.1 และน้อยที่สุด คือ พนักงานระดับหัวหน้างาน คิดเป็นร้อยละ 21.7

ตาราง 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสุขในการทำงาน

ความสุขในการทำงาน	N	Mean	S.D.	แปลผล
ด้านการติดต่อสัมพันธ์				
1.ท่านมีเพื่อนร่วมงานที่ดีต่อกัน	399	4.32	.71	มาก
2.ท่านรู้สึกมีความสุขในการทำงานกับเพื่อนร่วมงาน	399	4.26	.71	มาก
3.หน่วยงานของท่านมีการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์อย่างเหมาะสม	399	4.17	.83	มาก
รวมรายด้าน	**399**	**4.22**	**0.74**	**มาก**
ด้านการรักและผูกพันในงาน				
4.ท่านมีความสุขกับการเริ่มทำงานใหม่ๆ และตั้งใจจะทำให้สำเร็จ	399	4.30	.76	มาก
5.ท่านรู้สึกมีพลังในการทำงานอย่างเต็มที่	399	4.32	.75	มาก
6.ท่านรู้สึกสนุกและเพลิดเพลินกับงานที่ทำจนลืมเวลา	399	3.92	1.02	มาก
รวมรายด้าน	399	**4.15**	**0.84**	**มาก**
ด้านความสำเร็จในงาน				
7.ท่านสามารถทำงานได้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย	399	4.39	.68	มาก
8.ท่านมีการเรียนรู้เพิ่มเติม เพื่อความสำเร็จในงาน	399	4.35	.71	มาก
9.ท่านรู้สึกประสบความสำเร็จและความก้าวหน้าในงาน	399	4.32	.69	มาก
รวมรายด้าน	**399**	**4.35**	**0.69**	**มาก**
ด้านการเป็นที่ยอมรับ				
10. ผู้บังคับบัญชากำหนดมอบหมายงานให้ท่านอย่างเหมาะสมกับความสามารถ	399	4.39	.72	มาก

ความสุขในการทำงาน	N	Mean	S.D.	แปลผล
11. ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานรับฟังความคิดเห็นของท่าน	399	4.32	.73	มาก
12. ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานคอยสนับสนุนและยอมรับผลงานของท่าน	399	4.31	.69	มาก
13.ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานได้ชื่นชมเมื่อท่านทำงานสำเร็จ	399	4.31	.73	มาก
รวมรายด้าน	**399**	**4.31**	**0.95**	**มาก**
รวม	**399**	**4.26**	**.47**	**มาก**

จากตาราง 2 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรมเขตบางปู สมุทรปราการ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (4.26) เมื่อพิจารณาตามรายด้าน จากลำดับมากไปหาน้อย ดังนี้ ส่วนมากอยู่ในด้านความสำเร็จในงาน (4.35) รองลงมาด้านการเป็นที่ยอมรับ (4.31) รองลงมาด้านการติดต่อสัมพันธ์ (4.22) และรองที่สุด ด้านการรักและผูกผันในงาน (4.15) และหากพิจารณาตามรายหัวข้อโดยเรียงตามลำดับมากไปหาน้อย พบว่า ท่านสามารถทำงานได้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย (4.39) ผู้บังคับบัญชากำหนดมอบหมายงานให้ท่านเหมาะสม (4.39) ท่านมีการเรียนรู้เพิ่มเติม เพื่อความสำเร็จในงาน (4.35) ท่านรู้สึกประสบความสำเร็จและความก้าวหน้าในงาน (4.32) ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานได้คอยสนับสนุนและยอมรับผลงานของท่าน (4.31) ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานได้ชื่นชมเมื่อท่านทำงานสำเร็จ (4.31) ท่านมีความสุขกับการเริ่มทำงานใหม่ๆ และตั้งใจจะทำให้สำเร็จ (4.30) ท่านรู้สึกมีความสุขในการทำงานกับเพื่อนร่วมงาน (4.26) ท่านมีเพื่อนร่วมงานที่ดีต่อกัน (4.32) ท่านรู้สึกมีพลังในการทำงานอย่างเต็มที่ (4.32) ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานรับฟังความคิดเห็นของท่าน (4.32) หน่วยงานของท่านมีกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์อย่างเหมาะสม (4.17) ท่านรู้สึกสนุกและเพลิดเพลินกับงานที่ทำจนลืมเวลา (3.92)

ตาราง 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน

ประสิทธิภาพในการทำงาน	N	Mean	S.D.	แปลผล
ด้านคุณภาพของงาน				
1. คุณจะทำงานด้วยความละเอียดรอบคอบ และความถูกต้อง	399	4.39	.62	มาก
2. คุณจะตั้งใจทำงานไม่ให้เกิดความผิดพลาด	399	4.35	.66	มาก
รวมรายด้าน	**399**	**4.37**	**0.64**	**มาก**
ด้านปริมาณงาน				
3.คุณจะทำงานให้สำเร็จตามปริมาณงานเป้าหมายที่หน่วยงานกำหนด	399	4.40	.67	มาก
4.คุณสามารถจัดลำดับความสำคัญของปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จได้ตามที่กำหนด	399	4.36	.68	มาก
รวมรายด้าน	399	**4.32**	0.67	มาก

ประสิทธิภาพในการทำงาน	N	Mean	S.D.	แปลผล
ด้านเวลา				
5. คุณใช้เวลาในการทำงานให้สำเร็จได้ตามเป้าหมาย	399	4.41	.63	มาก
6. คุณสามารถหาวิธีหรือเทคนิคการทำงานใหม่ๆที่ช่วยลดเวลาในการทำงานได้	399	4.41	.69	มาก
รวมรายด้าน	**399**	**4.41**	**0.66**	**มาก**
ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน				
7. คุณจะใช้ทรัพยากรในการทำงานอย่างคุ้มค่า	399	4.36	.71	มาก
8. คุณจะทำงานให้สำเร็จโดยคำนึงถึงความประหยัดด้านทรัพยากรและต้นทุน	399	4.40	.64	มาก
รวมรายด้าน	**399**	**4.32**	**0.67**	**มาก**
ภาพรวม	**397**	**4.32**	**.45**	**มาก**

จากตาราง 3 ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพ ในการทำงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรมเขตบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (4.32) เมื่อพิจารณาตามรายด้าน จากลำดับมากไปหาน้อย ดังนี้ ส่วนมากอยู่ในด้านเวลา (4.41) รองลงมา ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (4.32) รองลงมา ด้านปริมาณงาน (4.32) และน้อยที่สุด ด้านคุณภาพของงาน (4.37) และหากพิจารณารายหัวข้อโดยเรียงตามลำดับมากไปหาน้อย พบว่า คุณใช้เวลาในการทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมาย (4.41) คุณสามารถหาวิธีหรือเทคนิคในการทำงานใหม่ๆที่ช่วยลดเวลาในการทำงานได้ (4.41) คุณจะทำงานให้สำเร็จโดยคำนึงถึงความประหยัดด้านทรัพยากรและต้นทุน (4.40) คุณจะทำงานให้สำเร็จตามปริมาณงานเป้าหมายที่หน่วยงานกำหนด (4.40) คุณจะทำงานด้วยความละเอียดรอบคอบและความถูกต้อง (4.39) คุณสามารถจัดลำดับความสำคัญของปริมาณงานที่ได้รับมอบหมาย ให้สำเร็จได้ตามกำหนด (4.36) คุณใช้ทรัพยากรในการทำงานอย่างคุ้มค่า (4.36) คุณตั้งใจทำงานไม่ให้เกิดความผิดพลาด (4.35)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 4 ผลทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
เพศแตกต่างกันมีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน	t-test	ยอมรับสมมติฐาน
อายุแตกต่างกันมีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน	F-test	ยอมรับสมมติฐาน
อายุการทำงานในหน่วยงานนี้แตกต่างกันมีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
ตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน

จากตาราง 4 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ การศึกษา ต่างกัน มีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน และปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการทำงานในหน่วยงานนี้ ตำแหน่งงานต่างกันมีความสุขในการทำงานไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

ตาราง 5 เปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับความสุขในการทำงาน

ปัจจัย	ปัจจัยส่วนบุคคล	N	$\bar{X}$	t	Sig
ความสุขในการทำงาน	ชาย	198	4.32	2.39	.017
	หญิง	201	4.21		

จากตาราง 5 ผลการวิจัยพบว่า เพศต่างกันมีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน

ตาราง 6 เปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งงานกับความสุขในการทำงาน

ปัจจัย	ปัจจัยส่วนบุคคล	N	$\bar{X}$	t	Sig
ความสุขในการทำงาน	พนักงานระดับหัวหน้างาน	91	4.35	1.87	.062
	พนักงานระดับปฏิบัติการ	307	4.24		

จากตาราง 6 ผลการวิจัยพบว่า ด้านตำแหน่งงานต่างกันมีความสุขในการทำงานไม่แตกต่างกัน

ตาราง 7 เปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลอายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการทำงานในหน่วยงานนี้ กับความสุขในการทำงาน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
อายุ	Between Group	1.989	4	.497	2.277	.060
	Within Group	86.06	394	.218		
	Total	88.05	398			
การศึกษา	Between Group	12.19	4	3.05	15.84	.000
	Within Group	75.85	394	.193		
	Total	88.05	398			
อายุการทำงานในหน่วยงานนี้	Between Group	.823	3	.274	1.24	.294
	Within Group	87.23	395	.221		
	Total	88.05	398			
รายได้เฉลี่ย/เดือน	Between Group	.904	4	.226	1.02	.396
	Within Group	87.15	394	.221		
	Total	88.05	398			

จากตาราง 7 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาแตกต่างกันมีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการทำงานในหน่วยงานนี้มีความสุขในการทำงานไม่แตกต่างกัน

ตาราง 8 ผลทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพในการทำงาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
เพศต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน	t-test	ยอมรับสมมติฐาน
อายุต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน	F-test	ยอมรับสมมติฐาน
การศึกษาต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน	F-test	ยอมรับสมมติฐาน
รายได้เฉลี่ย/เดือนต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
อายุการทำงานในหน่วยงานนี้ต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
ตำแหน่งงานต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน

จากตาราง 8 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเพศ อายุ และ การศึกษา ต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน และปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการทำงานในหน่วยงานนี้ และตำแหน่งงาน ต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

ตาราง 9 เปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับประสิทธิภาพในการทำงาน

ปัจจัย	ปัจจัยส่วนบุคคล	N	$\bar{X}$	t	Sig
ประสิทธิภาพในการทำงาน	ชาย	196	4.44	2.23	.026
	หญิง	201	4.34		

จากตาราง 9 ผลการวิจัยพบว่า เพศต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานที่แตกต่างกัน

ตาราง 10 เปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งงานกับประสิทธิภาพในการทำงาน

ปัจจัย	ปัจจัยส่วนบุคคล	N	$\bar{X}$	t	Sig
ประสิทธิภาพในการทำงาน	พนักงานระดับหัวหน้างาน	89	4.47	1.91	.056
	พนักงานระดับปฏิบัติการ	307	4.36		

จากตาราง 10 ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งงานต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน

ตาราง 11 เปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลอายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน อายุการทำงานในหน่วยงานนี้ ตำแหน่งงาน กับประสิทธิภาพในการทำงาน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
อายุ	Between Group	2.26	4	.497	2.84	.024
	Within Group	86.06	394	.218		
	Total	88.05	398			
การศึกษา	Between Group	6.04	4	1.51	7.98	.000
	Within Group	74.19	392	.198		
	Total	80.24	396			
อายุการทำงานในหน่วยงานนี้	Between Group	.331	3	.110	.542	.654
	Within Group	79.91	393	.203		
	Total	80.24	396			
รายได้เฉลี่ย/เดือน	Between Group	1.16	4	.291	1.44	.218
	Within Group	79.07	392	.202		
	Total	80.24	396			

จากตาราง 11 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และการศึกษา แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลด้าน การทำงานในหน่วยงานนี้ รายได้เฉลี่ย/เดือน ตำแหน่งงานต่างกัน มีประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน

ตาราง 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพในการทำงาน

	ความสุขในการทำงาน	ประสิทธิภาพในการทำงาน
ความสุขในการทำงาน		
Pearson Correlation	1	.671**
Sig. (2-tailed)		.000
N	399	397
ประสิทธิภาพในการทำงาน		
Pearson Correlation	.671 **	1
Sig. (2-tailed)	.000	
N	397	397

จากตาราง 12 ผลการวิจัยพบว่า ความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง (0.676**)

สรุปผลการวิจัย

ด้านปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 47.9 มีอายุช่วง 26-30 ปี ร้อยละ 40.0 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 35.4 อายุการทำงาน 3 ปีขึ้นไป ร้อยละ 35.2 มีรายต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 46.3 ตำแหน่งงาน ระดับปฏิบัติการ ร้อยละ 73.1 ด้านความสุขในการทำงานพบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.26) และด้านประสิทธิภาพในการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.32) ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และ การศึกษา แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน และด้านอายุการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานแตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2 ความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง (0.676**) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

สรุปด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.26) เมื่อพิจารณาตามรายด้าน จากลำดับมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความสำเร็จในงาน (4.35) รองลงมา ด้านการเป็นที่ยอมรับ (4.31) รองลงมาด้านการติดต่อสัมพันธ์ (4.22) และด้านการรักและผูกพันในงาน (4.15) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐชยา ศรีจันทร์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสุขในการทำงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยองค์กรในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก พบว่าอันดับแรกด้านรายได้ ผลประประโยชน์ตอบแทนที่ยุติธรรม ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยถูกสุขลักษณะและด้านความเป็นประโยชน์ต่อสังคม และสอดคล้องกับงานวิจัย พิมพ์ชนก เกื้อธรรมคุณ (2563)การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสุขส่วนบุคคลและความสุขในการทำงานความสัมพันธ์ของความสุขส่วนบุคคลกับความสุขในการทำงาน ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลกับความสุขในการทำงานกับความสุขในการทำงาน

สรุปด้านประสิทธิภาพในการทำงานภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (4.32) เมื่อพิจารณาตามรายด้านจากลำดับมากไปหาน้อยดังนี้ ส่วนมากอยู่ในด้านเวลา (4.41) รองลงมา ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (4.32) รองลงมา ด้านปริมาณงาน (4.32) และน้อยที่สุด ด้านคุณภาพของงาน (4.37) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนางสาวธนภรณ์ พรรณราย (2564) การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา ครั้งนี้ ผลการวิจัยพบว่า ระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมาก โดยด้านปริมาณงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านคุณภาพของงาน และด้านเวลา ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า บุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประเภทบุคลากร ระยะเวลาการทำงาน และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานด้านความสัมพันธ์ของความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง (0.676**) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวพล สมศรี (2564) ผลการวิจัยพบว่า 1. ความสุขความสุขในการทำงานโดยรวมพนักงานมีความสุขอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทั้ง8 ด้าน พนักงานมีความสุขอยู่ในระดับมากทุกด้านได้แก่ ด้านการมีน้ำใจงาม ด้านการมีสังคมดี ด้านการความรู้ ด้านการมีคุณธรรม ด้านการมีสุขภาพดี ด้านการผ่อนคลาย ด้านการใช้เงิน และด้านการมีครอบครัวที่ดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของนูร์ปาซียะห์ กูนา (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสุขในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุข ในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี โดยภาพรวมปัจจัยด้านลักษณะงานมีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่มีผลต่อความสุขในการทำงาน เช่น ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านอายุการทำงาน ด้านนโยบายการบริหารงานขององค์กร เพื่อให้บุคลากรมีความสุขในการทำงานอย่างแท้จริง

2. ศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่นปัจจัยค้ำจูน และแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการส่งผลต่อความสุขในการทำงานให้มากยิ่งขึ้น

3. การศึกษาครั้งต่อไปสามารถนำปัจจัยอื่นที่ผู้วิจัยคาดการณ์ไว้ว่าจะเป็นปัจจัยที่น่าจะมีอิทธิพลต่อความสุขในการทางาน เช่น บุคลิกภาพ มาศึกษาเพิ่มเติมได้

เอกสารอ้างอิง

นฤมล แสวงผล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

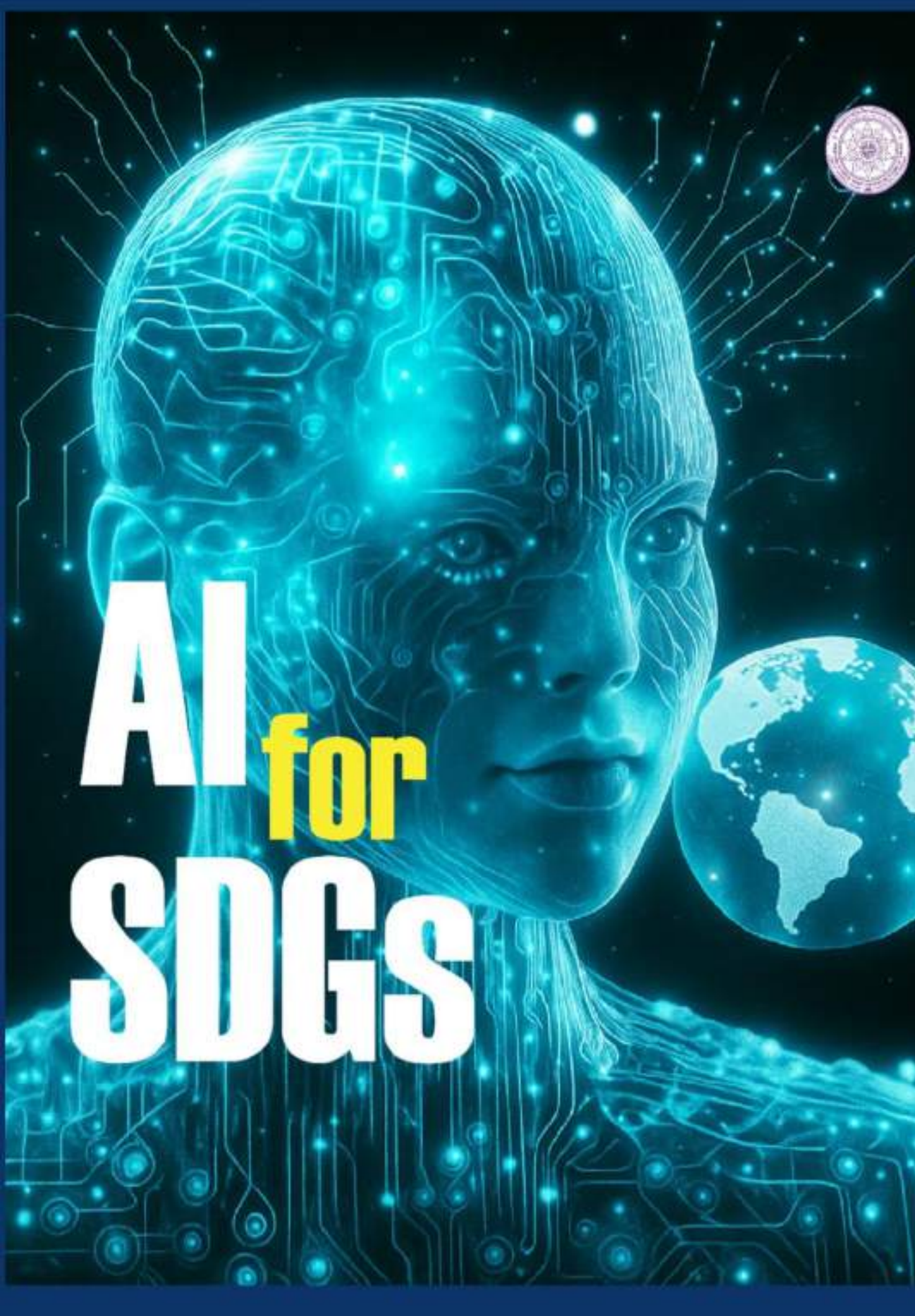
นูร์ปาซียะห์ กูนา. (2562). ความสุขในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี. สารนิพนธ์ หลักสูตรปริญญารัฐศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ปริญญา สัตยธรรม. (2550). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน. สารนิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(การพัฒนาการทรัพยากรมนุษย์และองค์กร)คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปิยะธิดา ปัญญา และไพศาล วงคำ. (2560). ความสุขในการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาลัยราชภัฏมหาสารคาม. สถาบันวิจัยและพัฒนา

พิมสิริ โตกะคุณะ. (2560). ความสุขในการทำงานของพนักงานขายปลีกในธุรกิจห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยมหิดล.

Proceedings



VOLUME VI : Humanities and Social Sciences

The 15th Benjamit Vichakarn National and International Conference on "AI : A Driving Force for Sustainable Development Goals"

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า
ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของบุคลากร สถาบันพระบรมราชชนก	พลอยไพลิน โพธิ์เงิน ยุทธนาท บุณยะชัย	274-286
ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง	จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์ ภณสิทธ์ อันยะ	287-295
การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี	ธิรพิทย์ ศรศักดิ์ ภัทราวุฒิ โนรี มะลิวรรณ ช่องงาม	296-306
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่แมวของผู้บริโภค ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	กรกนก บุญพา เสาวภา เมืองแก่น	307-316
ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	ภัทราธัช แก้วพลายงาม ชนัดดา ศรีวิเชียร	317-328
ทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุคการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	เกศกนก สาพิมพ์ วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์	329-337
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว อนุพงศ์ เครืองาม	338-349
ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู	เกศกนก สาพิมพ์ วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์	350-364
ผลการใช้การเรียนรู้ทักษะการถ่ายภาพโดยใช้กฎสามส่วน (Rule of Thirds) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	อาทินันทน์ แก้วประจันทร์ ทศพร ไชยเดช ณัฐปคัลภ์ อัครภูริณาคินทร์ ปุริมปวัชญ์ อำพัน ปาณท รัตนวงศ์แข	365-372
ความนิยมและความคาดหวังของผู้บริโภคต่ออาหารไต้ะจีนในงานอีเวนต์ของสังคมไทย	วันวิวาห์ แซ่ชั้น ไพลิน บรรพโต ประภาศรี เพิกขุนทด รัตดา พัฒน์แก้ว	373-386
ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี	กัญญาพัชร วุฒิยา ปิยาภา พรหมทอง อัญชลี เรียงหา	387-400
การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเอกสารนำกลับด้านการขนส่ง: กรณีศึกษาบริษัท ซ่ายเหนี่ยว สมาร์ท โลจิสติกส์ เน็ตเวิร์ก (ไทยแลนด์) จำกัด	กิตติวัฒน์ สนใจ ฌาณินี อาชา อาภัสรา ไชยคาม	401-414

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

Employee Job Satisfaction: A Case Study of a Company

ภัทรารัช แก้วพลายงาม[1], ชนัดดา ศรีวิเชียร[2]

[1]*คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธุวรรณภูมิ, Phattrarach@bsu.ac.th*

[2]*คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธุวรรณภูมิ, Chanatda@bsu.ac.th*

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง และเปรียบเทียบความพึงพอใจในการปฏิบัติงานพนักงาน กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานแห่งหนึ่งจำนวน 56 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test และ F-test (One way ANOVA) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน 6 ด้านความพึงพอใจในด้านลักษณะงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.26 รองลงมาได้แก่ด้านนโยบายและการปกครองบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ด้านความมั่นคงในงาน ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงานและด้านค่าจ้างและสวัสดิการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ 3.79

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการปฏิบัติงานพบว่าพนักงานที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน รายได้และระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำหลัก: ความพึงพอใจ, การทำงาน

Abstract

This study aimed to study the level of job satisfaction of employees of a company and compare the job satisfaction of employees. The sample group consisted of 56 employees of a company. Data were collected using a questionnaire. Data were analyzed using a computerized statistical program to find percentages, means, standard deviations, T-tests, and F-tests (One-way ANOVA). The statistical significance level was set at 0.05. The research results found that: 1. The results of the analysis of the overall job satisfaction of employees were at a high level. When considering each of the 6 aspects, the satisfaction in the aspect of job characteristics had the highest mean of 4.26, followed by the aspect of policy and management, relationship with colleagues and supervisors, job security, job advancement, and salary and

benefits had the lowest mean of 3.79. 2. The results of the comparison of job satisfaction found that employees with different genders, ages, education levels, current positions, income, and length of employment had significantly different job satisfaction at the statistical significance level of 0.05

Keywords: Satisfaction, work

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันองค์กรต่างๆ ต่างให้ความสำคัญต่อทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งถือว่า "คน" เป็นทุนมนุษย์ที่มีความสำคัญที่สุดองค์กรจะสามารถทำงานบรรลุเป้าหมายได้หรือไม่นั้นย่อมขึ้นอยู่กับ มนุษย์ เพราะมนุษย์เป็นผู้กำหนดเป้าหมายวางแผน และลงมือปฏิบัติ ดังนั้นงานสำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหารก็คือการเอาใจใส่ดูแล และกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนทำงานอย่างดีที่สุด ส่วนผู้ปฏิบัติงานก็ต้องทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและองค์กร แต่การที่จะทำงานให้ได้ผลการปฏิบัติดีนั้นผู้ปฏิบัติงานแต่ละบุคคลย่อมทำได้แตกต่างกันไป แม้ว่าพวกเขาจะมีความสามารถเท่าเทียมกันและอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เหมือนกัน แต่ยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและผลงานของเขาก็คือ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งตรงกับความต้องการของพนักงานและตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความรู้สึกพอใจในงานที่ทำและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานนั้นให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร คนจะรู้สึกพอใจในงานที่ทำเมื่องานนั้นให้ผลประโยชน์ตอบแทนทั้งทางด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ เพื่อสามารถสนองความต้อง การขั้นพื้นฐานของเขาได้ จากคำกล่าวที่ว่า "ความพึงพอใจในการทำงานของ บุคคลในองค์กร มีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์กรนั้นเป็นอย่างมาก" องค์กรใดก็ตาม หากบุคลากรในองค์กรไม่มีความพึงพอใจในการทำงาน ก็จะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผลงานและการปฏิบัติงานตกต่ำคุณภาพลดลง มีปัญหาด้านวินัยแต่ในทางตรงกันข้าม หากองค์กรมีบุคลากรที่มีความพึงพอใจในการทำงานสูงจะมีผลทางบวกต่อการปฏิบัติงาน ดังนั้นองค์กรจึงควรที่จะต้องพิจารณาว่า ปัจจัยอะไรบ้าง ที่มีส่วนสำคัญในการสร้างความรู้สึกการมีส่วนร่วม สร้างความผูกพัน สร้างขวัญและกำลังใจให้เกิดแก่บุคลากร ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจในการที่จะส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทแห่งหนึ่ง เพื่อนำไปเป็นแนวทางการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการดำเนินการของบริษัทให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับปัจจัยต่างๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับพนักงานมากขึ้นเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้พนักงานสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้บริษัท ฯ เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการบริหาร และ การดำเนินงานของบริษัทฯ ให้มี ความเหมาะสมสอดคล้องกับระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน เพื่อการสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานให้แก่พนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง

2. เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาหาความรู้ หลอดจนนิสิตนักศึกษา เพื่อเป็นแบบอย่างในการศึกษาต่อไป

กรอบแนวคิด



ภาพ 1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง ซึ่งมีจำนวน 65 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท แห่งหนึ่ง จำนวน 56 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ใช้สูตรคำนวณของคอแครน (Cochran, 1977 อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543)

เมื่อได้คำนวณแล้ว การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องใช้ขนาดตัวอย่างมากกว่าหรือเท่ากับ 56 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล คณะผู้วิจัยจึงทำการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้เป็นจำนวน 56 คน

โดยการตั้งคำถามใช้แบบ Rating Scale 5 ระดับ ของลิเคอร์ท (Likert Rating Scale) (1932 : 1-55) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนประสิทธิภาพและเกณฑ์แปลผลระดับประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ยของระดับประสิทธิภาพในการทำงาน ได้แก่

4.51 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง รวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม จำนวน 56 ชุด ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็นส่วน ดังต่อไปนี้

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของพนักงาน บริษัทแห่งหนึ่ง จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

(n = 56)

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	30	53.6
หญิง	26	46.4
2. อายุ		
18-30 ปี	30	53.5
31-40 ปี	16	28.6
41-50 ปี	7	12.5
51 ปีขึ้นไป	3	5.4

3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่า ม.6 , (ปวช.)	5	8.9
ม.6 , (ปวช.)	6	10.7
(ปวส.)	20	35.7
ปริญญาตรี	19	34.0
ปริญญาโท	4	7.1
มากกว่าปริญญาโท	2	3.6
4. ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน		
นักศึกษาฝึกงาน	2	3.6
ระดับปฏิบัติการ	41	73.2
ระดับหัวหน้า	9	16.1
อื่นๆระบุ.....	4	7.1
5. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2	3.6
10,000-15,000 บาท	30	53.5
15,001-20,000 บาท	16	28.6
20,001 บาทขึ้นไป	8	14.3
6. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน		
ต่ำกว่า 1 ปี	7	12.5
2-4 ปี	18	32.1
5-7 ปี	23	41.1
8-10 ปี	8	14.3
รวม	**56**	**100.00**

จากตาราง 1 จำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามเพศพนักงาน บริษัทแห่งหนึ่ง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 และเพศหญิง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 46.4 ตามลำดับ

จำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุพนักงาน บริษัทแห่งหนึ่ง ส่วนใหญ่ มีอายุ 18-30 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมา อายุ 31-40 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 อายุ 41-50 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา พนักงานบริษัท เวลโกรว์ ฮอนด้า ออโต โมบิล จำกัด ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา (ปวส.) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34.0 ม.

6, (ปวช) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 ต่ำกว่า ม.6, (ปวช.) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ปริญญาโท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และมากกว่าปริญญาโท 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

จำนวนและร้อยละจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน พนักงานบริษัท เวลโกรว์ ฮอนด้า ออโตโมบิล จำกัด ส่วนใหญ่มีตำแหน่งในระดับปฏิบัติการ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมา ตำแหน่งระดับหัวหน้างาน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตำแหน่ง อื่นๆ ระบุ..... จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และนักศึกษาฝึกงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

จำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้พนักงาน บริษัทแห่งหนึ่ง ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมารายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

จำนวนและร้อยละจำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงานพนักงาน บริษัทแห่งหนึ่ง ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 5-7 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมา 2-4 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 8-10 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของพนักงาน บริษัทแห่งหนึ่ง ปัจจัยความพึงพอใจในการทำงาน

ปัจจัยความพึงพอใจในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. ด้านลักษณะงาน	4.26	.906	มากที่สุด
2. ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา	4.02	.563	มาก
3. ด้านค่าจ้างและสวัสดิการ	3.79	.766	มาก
4. ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน	3.86	.661	มาก
5. ด้านความมั่นคงในงาน	4.00	.723	มาก
6. ด้านนโยบายและการปกครองบังคับบัญชา	4.02	.707	มาก
เฉลี่ยรวม	**3.99**	**.721**	**มาก**

จากตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง ปัจจัยความพึงพอใจในการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.99 , S.D = .721) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มากที่สุดคือ ด้านลักษณะงาน ($\bar{X}$ = 4.20 , S.D = .906) รองลงมา ด้านนโยบายและการปกครองบังคับบัญชา ($\bar{X}$ = 4.02 , S.D = .707) ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา ($\bar{X}$ = 4.02 , S.D = .563) ด้านความมั่นคงในงาน ($\bar{X}$ = 4.00 , S.D = .723) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ($\bar{X}$ = 3.86 , S.D = .661) และด้านค่าจ้างและสวัสดิการ ($\bar{X}$ = 3.79 , S.D = .766) ตามลำดับ

ตาราง 3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง ด้านลักษณะงาน

ด้านลักษณะงาน	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1.สภาพการทำงานในปัจจุบัน	4.30	.600	มากที่สุด
2.ความรู้ความสามารถเหมาะสมกับหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	4.44	.760	มากที่สุด
3.หน้าที่ ที่ปฏิบัติมีลักษณะท้าทายความรู้ และความสามารถ	4.42	.805	มากที่สุด
4.มีโอกาสร่วมแสดงความคิดการแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน	4.00	.934	มาก
5.การมีส่วนร่วมในการวางแผนการปฏิบัติงาน	4.05	.942	มาก
6.ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน	4.12	.973	มาก
7.ความพอเพียงของอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการปฏิบัติงาน	4.00	.873	มาก
8.การมีอิสระในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน	4.78	5.548	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	**4.26**	**.906**	**มากที่สุด**

จากตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง ด้านลักษณะงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.26 , S.D = .906) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจสูงที่สุดในข้อที่ 8 การมีอิสระในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน ($\bar{X}$ = 4.78 , S.D = 5.548) รองลงมา ข้อที่ 2 ความรู้ความสามารถเหมาะสมกับหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ($\bar{X}$ = 4.44, S.D = .760) ข้อที่ 3 หน้าที่ ที่ปฏิบัติมีลักษณะท้าทายความรู้ และความสามารถ ($\bar{X}$ = 4.42 , S.D = .805) ข้อที่ 1 สภาพการทำงานในปัจจุบัน ($\bar{X}$ = 4.30 , S.D = .600) ข้อที่ 6 ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ($\bar{X}$ = 4.12 , S.D = .973) ข้อที่ 5 การมีส่วนร่วมในการวางแผนการปฏิบัติงาน ($\bar{X}$ = 4.05 , S.D = .942) ข้อที่ 4 มีโอกาสร่วมแสดงความคิดการแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน ($\bar{X}$ = 4.00 , S.D = .934) และข้อที่ 7 ความพอเพียงของอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการปฏิบัติงาน ($\bar{X}$ = 4.00 , S.D = .873) ตามลำดับ

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เวลโกรว์ ฮอนด้า ออโตโมบิล จำกัด จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน	เพศ	N	$\bar{X}$	S.D	t	Sig
1.ด้านลักษณะงาน	ชาย	30	4.48	1.096	2.001	.050
	หญิง	26	4.01	.536		
2.ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา	ชาย	30	4.15	.560	2.027*	.048
	หญิง	26	3.86	.533		
3.ด้านค่าจ้างและสวัสดิการ	ชาย	30	4.02	.767	2.450*	.018
	หญิง	26	3.53	.692		

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน	เพศ	N	$\bar{X}$	S.D	t	Sig
4.ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน	ชาย	30	3.49	.685	1.039	.304
	หญิง	26	3.76	.631		
5.ด้านความมั่นคงในงาน	ชาย	30	4.014	.781	1.559	.125
	หญิง	26	3.84	.627		
6.ด้านนโยบายและการปกครอง บังคับบัญชา	ชาย	30	3.86	.809	-1.838	.072
	หญิง	26	4.20	.526		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (sig = .048) และด้านค่าจ้างและสวัสดิการ (sig = .018)

ตาราง 5 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล	สมมุติฐาน	Sig	ยอมรับ / ปฏิเสธ
เพศ	ด้านลักษณะงาน	.050	ยอมรับ
	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา	.048	ยอมรับ
	ด้านค่าจ้างและสวัสดิการ	.018	ยอมรับ
	ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน	.304	ปฏิเสธ
	ด้านความมั่นคงในงาน	.125	ปฏิเสธ
	ด้านนโยบายและการปกครองบังคับบัญชา	.072	ปฏิเสธ
อายุ	ด้านลักษณะงาน	.389	ปฏิเสธ
	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา	.375	ปฏิเสธ
	ด้านค่าจ้างและสวัสดิการ	.364	ปฏิเสธ
	ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน	.024	ยอมรับ
	ด้านความมั่นคงในงาน	.112	ปฏิเสธ
	ด้านนโยบายและการปกครองบังคับบัญชา	.018	ยอมรับ

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล	สมมุติฐาน	Sig	ยอมรับ / ปฏิเสธ
ระดับการศึกษา	ด้านลักษณะงาน	.001	ยอมรับ
	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา	.141	ปฏิเสธ
	ด้านค่าจ้างและสวัสดิการ	.003	ยอมรับ
	ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน	.107	ปฏิเสธ
	ด้านความมั่นคงในงาน	.323	ปฏิเสธ
	ด้านนโยบายและการปกครองบังคับบัญชา	.239	ปฏิเสธ
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	ด้านลักษณะงาน	.013	ยอมรับ
	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา	.395	ปฏิเสธ
	ด้านค่าจ้างและสวัสดิการ	.012	ยอมรับ
	ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน	.071	ปฏิเสธ
	ด้านความมั่นคงในงาน	.063	ปฏิเสธ
	ด้านนโยบายและการปกครองบังคับบัญชา	.087	ปฏิเสธ
รายได้	ด้านลักษณะงาน	.009	ยอมรับ
	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา	.568	ปฏิเสธ
	ด้านค่าจ้างและสวัสดิการ	.023	ยอมรับ
	ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน	.070	ปฏิเสธ
	ด้านความมั่นคงในงาน	.004	ยอมรับ
	ด้านนโยบายและการปกครองบังคับบัญชา	.072	ปฏิเสธ
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	ด้านลักษณะงาน	.064	ปฏิเสธ
	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา	.372	ปฏิเสธ
	ด้านค่าจ้างและสวัสดิการ	.241	ปฏิเสธ
	ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน	.023	ยอมรับ
	ด้านความมั่นคงในงาน	.000	ยอมรับ
	ด้านนโยบายและการปกครองบังคับบัญชา	.102	ปฏิเสธ

สรุปผลการวิจัย

พนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (sig = .048) และด้านค่าจ้างและสวัสดิการ (sig = .018)

พนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน (sig = .024) และด้านนโยบายและการปกครองบังคับบัญชา (sig = .018)

ผลการทดสอบรายคู่จำแนกตามอายุ พบว่า ช่วงอายุ 18-30 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน มากกว่า ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป, ช่วงอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน มากกว่าช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป, ช่วงอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน มากกว่าช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบรายคู่จำแนกตามอายุ พบว่า ช่วงอายุ 18-30 ปี มีความคิดเห็นต่อ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน มากกว่าช่วงอายุ 31-40 ปี, ช่วงอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน มากกว่าช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป, ช่วงอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน มากกว่าช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านลักษณะงาน (sig = .001) และด้านค่าจ้างและสวัสดิการ (sig = .003)

ผลการทดสอบรายคู่จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า การศึกษาต่ำกว่า ม.63, (ปวช.) มีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะงาน มากกว่าการศึกษา ปริญญาโท, การศึกษา ม.6, (ปวช.) มีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะงาน มากกว่าการศึกษา ปริญญาโท , การศึกษา (ปวส.) มีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะงาน มากกว่าการศึกษา ปริญญาโท, การศึกษา ปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อ ด้านลักษณะงาน มากกว่าการศึกษา ปริญญาโท, การศึกษา ปริญญาโท มีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะงาน มากกว่าการศึกษา มากกว่าปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบรายคู่จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า การศึกษาต่ำกว่า ม.63, (ปวช.) มีความคิดเห็นต่อด้านค่าจ้างและสวัสดิการ มากกว่าการศึกษา ปริญญาโท, การศึกษา ม.6, (ปวช.) มีความคิดเห็นต่อด้านค่าจ้างและสวัสดิการ มากกว่าการศึกษา ปริญญาโท, การศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อด้านค่าจ้างและสวัสดิการ มากกว่าการศึกษา ปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง พบว่าตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านลักษณะงาน (sig = .013) และด้านค่าจ้างและสวัสดิการ (sig = .012)

ผลการทดสอบรายคู่ จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน พบว่า นักศึกษาฝึกงาน มีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะงาน มากกว่า ระดับหัวหน้างาน , ระดับหัวหน้างาน มีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะงาน มากกว่า ระดับอื่นๆ.... อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบรายคู่ จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน พบว่า นักศึกษาฝึกงาน มีความคิดเห็นต่อด้านค่าจ้างและสวัสดิการ มากกว่า ระดับหัวหน้างาน , ระดับปฏิบัติการ มีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะงาน มากกว่า ระดับหัวหน้างาน , ระดับหัวหน้างาน มีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะงาน มากกว่า ระดับอื่นๆ.... อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เวลโกรว์ ออนด้า ออโตโมบิล จำกัด" โดยผู้วิจัยนำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอภิปราย จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลได้ดังต่อไปนี้

พนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง ที่มีเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา และด้านค่าจ้างและสวัสดิการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัญญาภัค โพธิ์ตุ่น ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เมืองทอง เซอร์วิสเซส แอนด์ แมเน็จเม้นท์ จำกัด จากการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีเพศที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เมืองทอง เซอร์วิสเซส แอนด์ มเน็จเม้นท์ จำกัด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 งานวิจัยของ นาคินทร์ กากแก้ว ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน สำนักวิศวกรรม บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการปฏิบัติงานจำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน งานวิจัยของ พีรพรรณ เพิ่มพูน ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาพบว่าเพศที่แตกต่างกัน ของพนักงานล้วนแต่มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ สมพงษ์ ขนะศึก ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการปฏิบัติงานใน บริษัท แป้งมันกาฬสินธุ์ จำกัด ซึ่งพบว่าพนักงาน บริษัท แป้งมันกาฬสินธุ์ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะลักษณะงานของ บริษัท แป้งมันกาฬสินธุ์ เป็นงานที่ใช้พละกำลังซึ่งเหมาะกับเพศชายมากว่าเพศหญิง ความพึงพอใจจึงแตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจจิมา หอมระรื่น ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน ไอเทค (ประเทศไทย) จำกัด จากผลการศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ วุฒิพงษ์ กุลวงษ์ ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ดีเอชเอ สยามวาลา จำกัด จากการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. บริษัท ฯ ควรกำหนดนโยบายกฎเกณฑ์ และการบริหารงานให้ชัดเจนตลอดจนมีการวางแผนล่วงหน้า การจัดสรรงานให้กับพนักงานต้องมีความเหมาะสมตรงกับความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน และพยายามสร้างความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน อีกทั้งควรสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านค่าตอบแทนซึ่งมีการเพิ่มค่าตอบแทนตามผลงานที่เพิ่มขึ้น

2. บริษัท ฯ ควรส่งเสริม และสนับสนุนให้พนักงานในทุกตำแหน่งได้รับการฝึกอบรม / สัมมนาการศึกษาดูงานนอกสถานที่ และการศึกษาต่อเพื่อเพิ่มทักษะและความรู้ในการปฏิบัติงาน

3. บริษัท ฯ ควรมีผู้ประสานงานระหว่างแผนกเป็นตัวกลางในการประสานงาน

4. ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาในแต่ละแผนกควรทำความเข้าใจดูแลเอาใจใส่พนักงานที่มีอายุ 18-30 ปี เพื่อเป็นการปรับความรู้สึกให้พนักงานเหล่านั้น มีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรไม่มีความรู้สึกแบ่งแยก และควรให้พนักงานที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานซึ่งจะทำให้พนักงานทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

นฤมล แสวงผล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

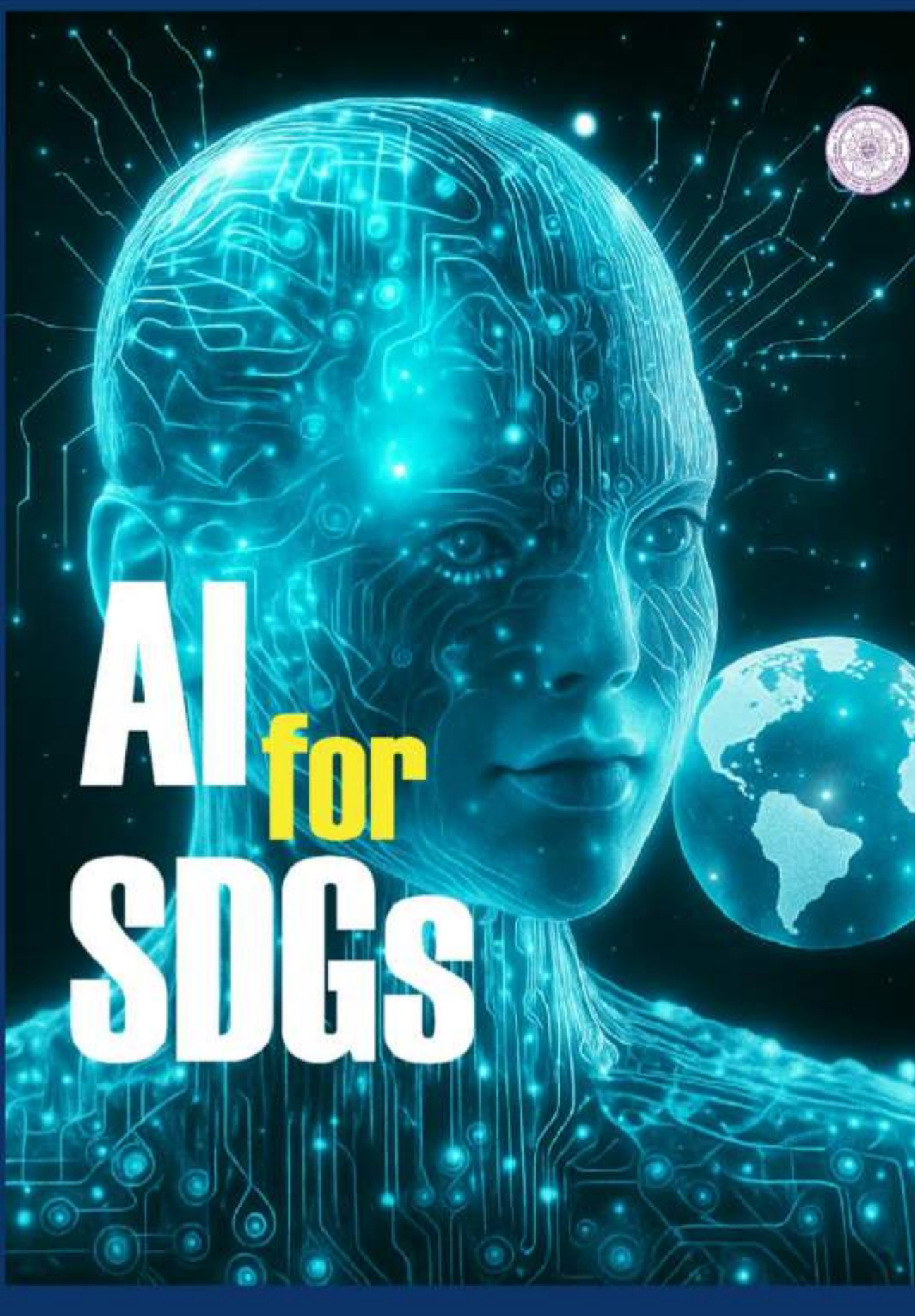
นูร์ปาซียะห์ กูนา. (2562). ความสุขในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี. สารนิพนธ์ หลักสูตรปริญญารัฐศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ปริญญา สัคยธรรม. (2550). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน. สารนิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาการทรัพยากรมนุษย์และองค์กร) คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปิยะธิดา ปัญญา และไพศาล วงคำ. (2560). ความสุขในการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาลัยราชภัฏมหาสารคาม. สถาบันวิจัยและพัฒนา

พิมสิริ โตกะคุณะ. (2560). ความสุขในการทำงานของพนักงานขายปลีกในธุรกิจห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยมหิดล.

Proceedings



VOLUME VI : Humanities and Social Sciences

The 15th Benjamit Vichakarn National and International Conference on "AI : A Driving Force for Sustainable Development Goals"

การประยุกต์ใช้ระบบจัดการขนส่ง Transporeon เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงานแผนกบริการลูกค้า กรณีศึกษา : บริษัท วีเอ็นเอส ทรานสปอร์ต จำกัด	อมฤทธิ์ สังข์สวัสดิ์ สิทธิศักดิ์ หัวจังหลีด ชวัลวิทย์ โตจิต อาภัสรา ไชยคาม	415-425
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ฮับพร็อพเพอร์ตี้เซอร์วิส จำกัด	มะลิวัลย์ วรพต ภูษิตย์ วงษ์เล็ก	426-435
การศึกษาสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์การบูรณาการปัญญาประดิษฐ์ในระบบการตลาดดิจิทัล แนวโน้มและผลกระทบต่อประสิทธิภาพองค์กร	สัชญุเศรษฐ์ เรืองเดชสุวรรณ วลัย ชัยมูล	436-450
ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของบริษัทแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร	กฤตเมธ ฮะวังจู เสาวภา เมืองแก่น คณบดี แย้มชุติ	451-466
การศึกษาโซ่คุณค่าของผ้าทอกะเหรี่ยง กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านสบหาด	จำเริญ เชื่อนแก้ว ณัฏฐรินดา เนตรสว่าง อัศนัย ธุรวติกุล	467-478
แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อพัฒนาชุมชนคลองมอญ เขตลาดกระบัง	ภณสิทธ์ อ้นยะ กวีกานต์ กลั่นมา	479-488
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา	ภณสิทธ์ อ้นยะ จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์	489-496
ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อความภักดีในตราสินค้าของลูกค้าธุรกิจโรงแรมในจังหวัดปทุมธานี	ปิยะฉัตร กัลยาบาล	497-512
การปรับปรุงประสิทธิภาพพื้นที่จัดเก็บสินค้าและอะไหล่ กรณีศึกษา : บริษัทผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศ	นุชจรี แก่นลออ จุติพร สุวกุลศิริ พิชิวัฒน์ ทองสุข	513-522
ความเสี่ยงและความท้าทายของผู้ส่งออกสินค้าของไทยในปี 2567 กรณีศึกษา: ผู้ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อาหารแปรรูปและเครื่องดื่ม	อารีรัตน์ จันทรโพธิ์ศรี สุณัฐวีย์ น้อยโสภา ณัฐวดี เพชรโสม	523-537
การพัฒนากระบวนการจองคิวลงสินค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรับเข้าสินค้า กรณีศึกษา บริษัท ดูโฮม จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม	ณาฬิษา เปรมเดช สุดารัตน์ จันทิมา สุรินทร์ กมลสุนทรโรจน์	538-547
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร	ทิพมาศ รัตนพิทักษ์ ภัทรารัช แก้วพลายงาม	548-562
ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี	กมลชนก เขียวแก้ว ศรีสุภัค เสมอวงษ์	563-576
ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Consumers' Purchasing of Sachet Skincare Products in Convenience Stores in Bangna District, Bangkok

ทิพมาศ รัตนพิทักษ์[1], ภัทรารัช แก้วพลายงาม[2]

[1]*คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธุวรรณภูมิ, tipamas.j@gmail.com*

[2]*คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธุวรรณภูมิ, chiewva@gmail.com*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร 3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจและเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำไปเปรียบเทียบใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 12,000-20,000 ปี ปัจจัยพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้านสะดวกซื้อที่นิยมใช้บริการ คือ 7-Eleven มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์ คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์ คือ ราคาประหยัด และมีบุคคลหรือสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตนเอง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคคล ตามลำดับ ปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ดังนี้ ด้านรับรู้ปัญหา ด้านแสวงหาข้อมูล มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ดังนี้ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการประเมินทางเลือก ตามลำดับ การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสม

ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นถึงการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกันในเรื่องความจำเป็นอย่างมีขั้นตอน ผู้ประกอบการควรนำเสนอข้อดีของผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองที่ชัดเจน ความสามารถที่ช่วยแก้ไขจุดบกพร่องบนใบหน้าและผิวพรรณได้ ผลประโยชน์ที่ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ มีการทดสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยจากหน่วยงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคเพิ่มโอกาสในการกลับมาซื้อซ้ำและช่วยขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่ด้วยการบอกต่อ

คำหลัก: ส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ, ผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซอง, ร้านสะดวกซื้อ

Abstract

This research aimed to 1. study the level of opinions on purchasing skincare products in sachets in convenience stores among consumers in Bangna District, Bangkok 2. To study the purchasing decision of sachet skincare products in convenience stores of consumers in Bangna District, Bangkok 3. To study and compare marketing mix factors with purchasing decision factors of sachet skincare products in convenience stores of consumers in Bangna District, Bangkok. The sample group consisted of 400 consumers who purchased sachet skincare products at convenience stores in Bangna District, Bangkok. Convenience Sampling method was used, the survey and data collection tool was a questionnaire, The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation, and compare using multiple regression analysis statistics using the Enter method.

The research results found that the demographic factors affecting the purchasing of sachet skincare products in convenience stores of consumers in Bangna District, Bangkok, the majority of the respondents were female, aged 21-30 years, had a bachelor's degree, worked as employees in private companies and had a monthly income of 12,000-20,000baht, Behavioral factors affecting consumers' purchasing of sachet skincare products in convenience stores in Bangna District, Bangkok. Most respondents' favorite convenience store is 7-Eleven, the frequency of purchasing skincare products is 1-2 times per week, the reason for purchasing skincare products is the low price. The person or media that influences the purchasing decision is myself. Marketing mix factors affecting consumers' purchasing decisions for sachet skincare products in convenience stores in Bangna District, Bangkok. Overall, the respondents' opinions were at the highest level. When considering each aspect, there were opinions at the highest level in 4 areas as follows: product, promotion, price, and distribution channels. There were opinions at the highest level in 3 areas

as follows: physical characteristics, process, and personnel, respectively. Factors in deciding to purchase skincare products in sachet form at convenience stores of consumers in Bangna District, Bangkok. Overall, the opinions of the respondents were at the highest level. When considering each aspect, there were opinions at the highest level in 3 aspects as follows: problem awareness, information seeking, and opinions at the highest level in 2 aspects as follows: post-purchase behavior, purchase decision, and alternative evaluation, respectively. A comparison of marketing mix factors affecting consumers' purchasing decision in sachet skincare products in convenience stores in Bangna District, Bangkok. It was found that marketing mix factors, product aspects, and marketing promotion aspects had a statistically significant effect on consumers' purchasing decisions for sachet skincare products in convenience stores in Bangna District, Bangkok at a level of .01., It shows that each decision to purchase a sachet of skincare products will have different needs and steps entrepreneurs should clearly present the benefits of sachet skincare products, their ability to correct facial and skin imperfections, and the benefits gained from using the products product quality and safety standards are tested by certified agencies in both the short and long term to build consumer confidence, increase the chances of repeat purchases, and help expand the customer base through word-of-mouth.

Keywords: marketing mix, purchasing decision, sachet skincare products, convenience stores

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ค่านิยมของผู้บริโภคในสังคมไทยปัจจุบันให้ความสำคัญกับความสวยความงามบนใบหน้าและผิวพรรณกันอย่างแพร่หลายและมีแนวโน้มที่จะมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในอนาคต จึงผลักดันให้ตลาดธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องสำอางเติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ตลาดเครื่องสำอางมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยที่ทำให้ตลาดเครื่องสำอางมีแนวโน้มมูลค่าการตลาดที่เพิ่มขึ้นนั้น เนื่องจากตลาดอีคอมเมิร์ซ การเลือกซื้อเครื่องสำอางทำได้ง่ายขึ้น จากการคาดการณ์ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า คาดการณ์ว่าในปี 2567 ธุรกิจเครื่องสำอางในประเทศไทยจะมีมูลค่าถึง 2.81 แสนล้านบาท สูงกว่าปี 2566 ถึง 10.4% โดยตลาดเครื่องสำอางที่ผลิตภายในประเทศ คิดเป็น 85% ของธุรกิจเครื่องสำอางในไทย และตลาดเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศ คิดเป็น 15% ซึ่งประเภทเครื่องสำอางที่ครองตลาดในไทย ได้แก่ 1.ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skincare) มีส่วนแบ่งตลาดสูงถึง 46.8% แยกเป็น 2 หมวดหมู่ย่อย ได้แก่ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า (84%) ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย (16%) 2. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผม (Haircare) มีส่วนแบ่งตลาด 18.3% แยกเป็น 2 หมวดหมู่ย่อย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม (83%) และผลิตภัณฑ์จัดแต่งผม (17%)

ภาพรวมตลาดความงามของไทยในปี 2567 คาดว่าจะมีมูลค่า 3.40 แสนล้านบาท ขยายตัว 9.5% ใกล้เคียงกับปีก่อน แต่จะมีภาวะการแข่งขันที่สูงมากขึ้นความท้าทายของผู้ประกอบการ คือ ต้องใช้เทคโนโลยี

ใหม่ๆ เข้ามายกระดับผลิตภัณฑ์และการให้บริการ รวมถึงสร้างความโดดเด่นของแบรนด์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค "ตลาดเครื่องสำอางไทย" ยังคงเติบโตได้ต่อเนื่อง และเป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยเพิ่มจีดีพีของประเทศไทย รัฐบาลสามารถสนับสนุนสร้างให้เป็น Soft Power ได้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2567)

ด้วยเหตุผลนี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการในธุรกิจตลาดความงามต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้ในสภาวะดังกล่าว จึงจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาการให้บริการด้วยกลยุทธ์ในการแข่งขันที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มความสนใจและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อ สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับใช้หรือเป็นข้อมูลในการวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อขยายองค์ความรู้และเป็นประโยชน์ในการใช้เป็นฐานข้อมูลและต่อยอดการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

กรอบแนวคิด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) กล่าวว่า ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ เพื่อสนองความพึงพอใจประกอบด้วยเครื่องมือ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่เสนอขายให้แก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจ โดยผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีประโยชน์และคุณค่าต่อผู้บริโภค
2. ด้านราคา คือ มูลค่าเงินที่ต้องจ่าย หรือคุณค่าทั้งหมดที่ผู้บริโภครับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้สินค้า หรือรับการบริการ

3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย คือ ช่องทางในการส่งมอบสินค้า และบริการไปยังผู้บริโภคให้ทันต่อความต้องการของตลาดเป้าหมาย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร เพื่อสร้างแรงจูงใจ ความคิด ความรู้สึก โดยคาดหวังว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้บริโภค

5. ด้านบุคคล คือ บุคลากร หรือพนักงานที่ทำงานให้แก่องค์กร เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและได้รับข้อมูลของสินค้าและบริการ และเกิดความผูกพันต่อสินค้าและบริการไปอย่างยาวนาน

6. ด้านกระบวนการ คือ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับการจัดการระบบและวิธีการทำงานที่นำเสนอให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยแต่ละกิจกรรมมีอย่หลากหลายตามแต่วิธีการ ซึ่งหากแต่ละกิจกรรมภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยงกัน จะทำให้กระบวนการโดยรวมมีประสิทธิภาพ

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ การนำเสนอสินค้า หรือบริการให้แก่ลูกค้าเห็นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นการสร้างธุรกิจให้เกิดความแตกต่าง และโดดเด่นต่างจากคู่แข่ง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

1. การรับรู้ปัญหา กล่าวว่า การมองเห็นปัญหา เป็นการที่นักการตลาดต้องพยายามชี้ให้ผู้บริโภคมองเห็นถึงปัญหา และมองว่าปัญหานั้นเกิดจากอะไร ทำให้มองถึงช่องแตกต่างระหว่างสภาพในอุดมคติกับสภาพความเป็นจริง (ปฐมพงษ์ ภูพาที, 2560)

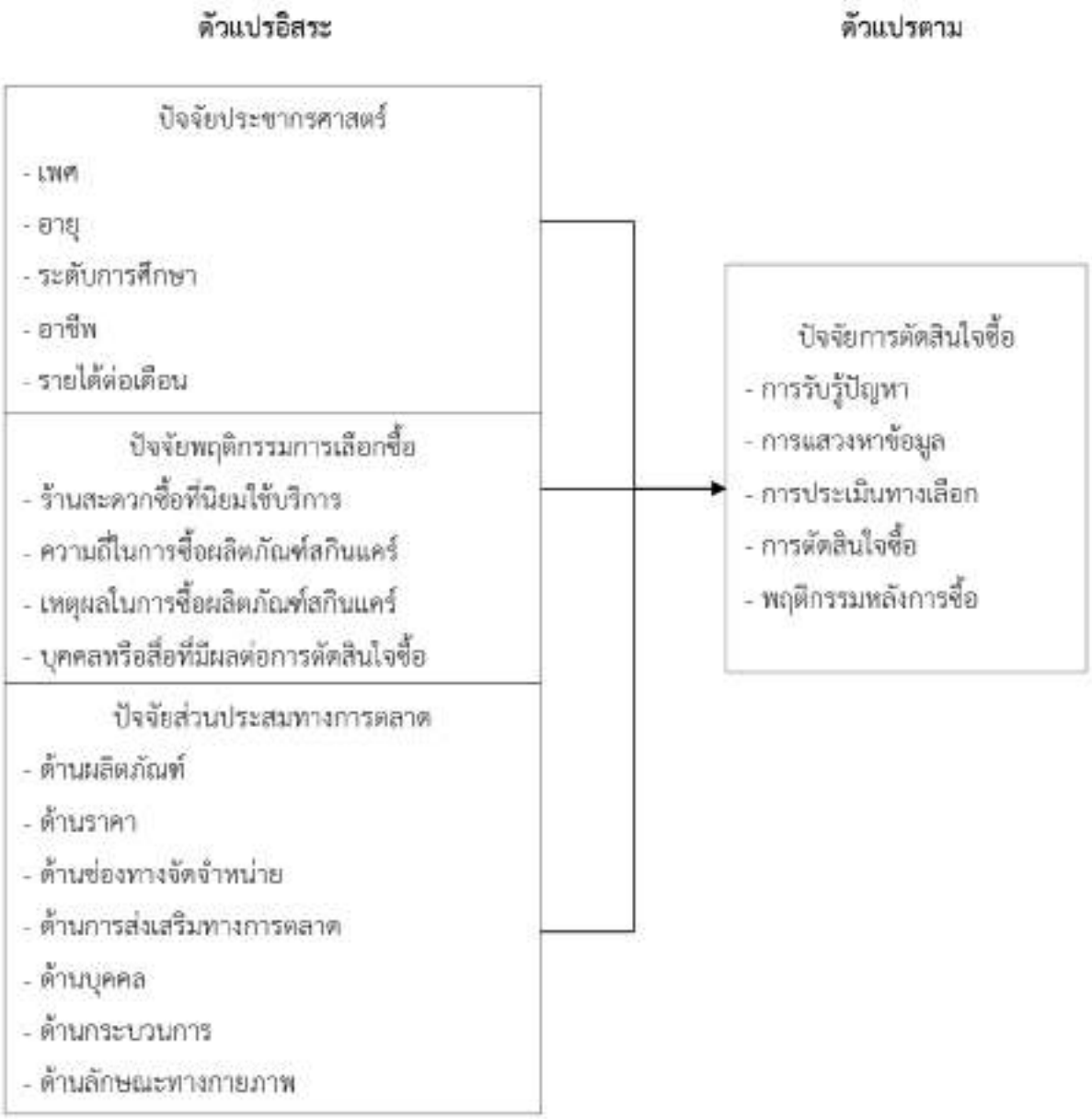
2. การแสวงหาข้อมูล กล่าวว่า หลังจากรับรู้ถึงปัญหาแล้วผู้บริโภคจะทำการหาข้อมูลเพื่อนำมาช่วยในการตัดสินใจ โดยแหล่งของข้อมูลมาจากบุคคลที่รู้จัก ข้อมูลจากผู้ขายสินค้า ข้อมูลสาธารณะจากสื่อต่างๆ รวมถึงประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง (สดุดี บุนนาค, 2560)

3. การประเมินทางเลือก กล่าวว่า หลังจากหาข้อมูลแล้วผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่มีอยู่มาเปรียบเทียบโดยใช้เหตุผลเป็นหลักเพื่อตัดสินใจเลือกสิ่งที่มีคุณค่าตรงกับความต้องการ และสามารถแก้ปัญหาที่มีอยู่ได้ สำหรับการมองประโยชน์ของสินค้านั้นจะพิจารณาถึงคุณสมบัติหลายประการที่สินค้ามีออกมาเป็นประโยชน์ในภาพรวม (สดุดี บุนนาค, 2560)

4. การตัดสินใจซื้อ กล่าวว่า เมื่อผู้บริโภคประเมินทางเลือกที่ดีที่สุดได้แล้วจะเกิดความตั้งใจที่จะซื้อ โดยมีปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง คือ ทัศนคติจากคนรอบข้างและความเสี่ยงจากสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน หลังจากนั้นผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อทางเลือกที่พึงพอใจที่สุดที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ (สดุดี บุนนาค, 2560)

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ กล่าวว่า เนื่องจากหากผู้บริโภคซื้อสินค้าไปใช้แล้วเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าจะมีการซื้อซ้ำอีกในคราวต่อไป แต่ในทางตรงข้าม หากใช้แล้วไม่พอใจผู้บริโภคจะเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อตัวสินค้าและเลิกใช้ในที่สุด ดังนั้นนักการตลาดจะต้องคอยติดตามความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ เพื่อจะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมต่อไป (ศิริวัฒน์ เหมือนโพธิ์, 2560)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีระยะเวลาในการวิจัยตั้งแต่เดือนมีนาคม – สิงหาคม 2567

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบชองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้เลือกกลุ่มตัวอย่างการคำนวณโดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) ระดับความน่าเชื่อถือร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ ±5 ดังนี้

สูตร $n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$

แทนค่าในสูตร

$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$

$n = \frac{0.25(3.8416)}{0.0025}$

$n = \frac{0.9604}{0.0025}$

$n = 384.16 \quad \sim n = 385$

ดังนั้น ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บ คือ 385 คน และในการเก็บข้อมูลอาจจะพบความไม่สมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม เพื่อป้องกันการผิดพลาดและให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

วิธีการเก็บข้อมูลในการการวิจัย คือ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) แบบสะดวก (Convenience Sampling) ดำเนินการแจกแบบสอบถามภายในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยเลือกเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เต็มใจ ยินดีให้ข้อมูล และให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตอบด้วยตนเอง เพื่อที่จะทำให้ผลการวิจัยมีความเชื่อถือมากที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจและเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 คำถามปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 คำถามปัจจัยพฤติกรรมที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อที่นิยมใช้บริการ ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์ เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์ และบุคคลหรือสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตอนที่ 3 คำถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 4 คำถามปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ แก้ไขเพิ่มเติมแล้วเสนอต่อคณะกรรมการและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และภาษาที่ใช้ โดยมีเกณฑ์การพิจารณาค่า IOC ที่มีค่าตั้งแต่ 0.50-1.00 เป็นแบบสอบถามที่สามารถนำไปใช้เป็น แบบสอบถามได้ และสอบถามที่มีค่าต่ำกว่า 0.50 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดออก แล้วพิจารณาแบบสอบถามที่ มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50-1.00 เป็นแบบสอบถาม ทำการแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551) ผลการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาได้ค่า IOC เท่ากับ 0.822 นั้นหมายความว่ามีค่าความเที่ยงตรง สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ได้

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย คือ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำไปวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

มาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale) แบบลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น คะแนนเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น (เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ, 2551)

4.21 – 5.00	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศหญิง	206	51.50
อายุ 21-30 ปี	184	46.00
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	147	36.75
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน	122	30.50
รายได้ต่อเดือน 12,000-20,000 บาท	162	40.50

จากตาราง 1 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และมีรายได้ต่อเดือน 12,000-20,000 บี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50

ตาราง 2 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ปัจจัยพฤติกรรมที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยพฤติกรรมการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านสะดวกซื้อที่นิยมใช้บริการ คือ 7-Eleven	85	21.25
ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์ คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	120	30.00
เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์ คือ ราคาประหยัด	81	20.25
บุคคลหรือสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตนเอง	93	23.25

จากตาราง 2 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ปัจจัยพฤติกรรมที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้านสะดวกซื้อที่นิยมใช้บริการ คือ 7-Eleven จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์ คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์ คือ ราคาประหยัด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 และมีบุคคลหรือสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตนเอง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.53	.32	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.51	.37	มากที่สุด
ด้านราคา	4.48	.32	มากที่สุด
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	4.42	.34	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.17	.32	มาก
ด้านกระบวนการ	4.10	.36	มาก
ด้านบุคคล	4.02	.34	มาก
รวม	4.31	.34	มากที่สุด

จากตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.31, S.D.= .34) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$=4.53, S.D.= .32) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X}$=4.51, S.D.= .37) ด้านราคา ($\bar{X}$=4.48, S.D.= .32) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ($\bar{X}$=4.42, S.D.= .34) และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}$=4.17, S.D.= .32) ด้านกระบวนการ ($\bar{X}$=4.10, S.D.= .36) และด้านบุคคล ($\bar{X}$=4.02, S.D.= .34) ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผลระดับความคิดเห็น
ด้านรับรู้ปัญหา	4.51	.32	มากที่สุด
ด้านแสวงหาข้อมูล	4.43	.33	มากที่สุด
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	4.20	.32	มาก
ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.15	.31	มาก
ด้านการประเมินทางเลือก	4.11	.31	มาก
รวม	4.28	.32	มากที่สุด

จากตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.28, S.D.= .32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ดังนี้ ด้านรับรู้ปัญหา ($\bar{X}$=4.51, S.D.= .32) ด้านแสวงหาข้อมูล ($\bar{X}$=4.43, S.D.= .33) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ดังนี้ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ($\bar{X}$=4.20, S.D.= .32) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X}$=4.15, S.D.= .32) และด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X}$=4.11, S.D.= .31) ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.93	.19		10.09	.00
	ด้านผลิตภัณฑ์	.13	.02	.22	5.34	.00
	ด้านราคา	.10	.02	.16	3.79	.26
	ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	.13	.02	.24	5.44	.62
	ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	.06	.02	.13	2.92	.00
	ด้านบุคคล	0.5	.02	.09	2.05	.24
	ด้านกระบวนการ	0.6	.02	.12	2.72	.57
	ด้านลักษณะทางกายภาพ	.01	.02	.01	402	.68

a. Dependent Variable รวมการตัดสินใจซื้อ

จากตาราง 5 แสดงความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ Sig.= .00 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด Sig.= .00 มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สำหรับ ด้านราคา Sig.= .26 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย Sig.= .62 ด้านบุคคล Sig.= .24 ด้านกระบวนการ Sig.= .57 และด้านลักษณะทางกายภาพ Sig.= .68 มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 12,000-20,000 ปี

ปัจจัยพฤติกรรมที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้านสะดวกซื้อที่นิยมใช้บริการ คือ 7-Eleven มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์ คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์ คือ ราคาประหยัด และมีบุคคลหรือสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตนเอง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.31, S.D.= .34) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$=4.53, S.D.= .32) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X}$=4.51, S.D.= .37) ด้านราคา ($\bar{X}$=4.48, S.D.= .32) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ($\bar{X}$=4.42, S.D.= .34) และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}$=4.17, S.D.= .32) ด้านกระบวนการ ($\bar{X}$=4.10, S.D.= .36) และด้านบุคคล ($\bar{X}$=4.02, S.D.= .34) ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซอง ผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์สกินแคร์ให้ช่วยแก้ปัญหาบนใบหน้าหรือผิวพรรณที่เกิดขึ้นได้อย่างตรงจุด ทำการแจกสินค้าทดลองให้ใช้หรือสัมผัสกับผิวก่อนให้รับรู้ถึงคุณภาพ การเข้าไปจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อช่วยเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันและสามารถขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ที่มากขึ้นได้

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.28, S.D.= .32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ดังนี้ ด้านรับรู้ปัญหา ($\bar{X}$=4.51, S.D.= .32) ด้านแสวงหาข้อมูล ($\bar{X}$=4.43, S.D.= .33) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ดังนี้ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ($\bar{X}$=4.20, S.D.= .32) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X}$=4.15, S.D.= .32) และด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X}$=4.11, S.D.= .31) ตามลำดับ

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ Sig.= .00 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด Sig.= .00 มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สำหรับ ด้านราคา Sig.= .26 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย Sig.= .62 ด้านบุคคล Sig.= .24 ด้านกระบวนการ Sig.= .57 และด้านลักษณะทางกายภาพ Sig.= .68 มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 12,000-20,000 ปี แสดงให้เห็นถึงความ

นิยมในกลุ่มผู้หญิงที่เพิ่งเริ่มทำงานและเริ่มมีสังคมรวมไปถึงมีรายได้จำกัด กำลังให้ความนิยมใส่ใจในในด้านสุขภาพและความงาม ผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองให้ตรงกับผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย มีการออกบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผู้หญิงวัยทำงานมากขึ้นให้พกพาสะดวกง่ายต่อการใช้ได้ทุกสภาพแวดล้อม มีการตั้งราคาที่เหมาะสมให้สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ด้วยงบประมาณที่มีจำกัด เพื่อให้ผู้บริโภคเปิดใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้เร็วยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ฐิติวิชญ์ อรุณปัญญาวงศ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อครีมบำรุงผิวหน้าแบบซองของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซื้อผ่านทางช่องทางร้านค้า /ห้างสรรพสินค้า / ร้านสะดวกซื้อ

ปัจจัยพฤติกรรมที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้านสะดวกซื้อที่นิยมใช้บริการ คือ 7-Eleven มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์ คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์ คือ ราคาประหยัด และมีบุคคลหรือสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตนเอง แสดงให้เห็นถึงความสะดวกสบายและโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซอง ผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน เพื่อเข้าไปวางจำหน่ายในช่องทางจัดจำหน่ายที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย ช่วยขยายฐานกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและโอกาสเติบโตในอนาคต สอดคล้องกับ สุปัญญา ไชยชาญ (2550) กล่าวว่า พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคทำการซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะต้องซื้อถี่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะทั่วไป มีราคาต่อหน่วยต่ำ มีวางจำหน่ายทั่วไป ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อโดยไม่ยุ่งยากแต่อย่างใด และสอดคล้องกับ อุษา แสงแจ่ม (2557) ได้ศึกษาเรื่องการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตปทุมวัน . พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางที่ใช้สำหรับใบหน้าด้วยตัวเอง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคคล ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกันในเรื่องความจำเป็นอย่างมีขั้นตอน ผู้ประกอบการควรนำเสนอข้อดีของผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองที่ชัดเจน ความสามารถที่ช่วยแก้ไขจุดบกพร่องบนใบหน้าและผิวพรรณได้ ผลประโยชน์ที่ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ มีการทดสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยจากหน่วยงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคเพิ่มโอกาสในการกลับมาซื้อซ้ำและช่วยขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่ด้วยการบอกต่อ สอดคล้องกับ ศรัณย์ เถาสุวรรณ์ (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย มีคุณประโยชน์ในตัว

เดียวกัน มีการบอกส่วนผสม รายละเอียด วันที่ผลิต วันหมดอายุและมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการผลิตอย่างชัดเจน ได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพ และมาตรฐานสมกับราคา ตามลำดับ

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบชองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ดังนี้ ด้านรับรู้ปัญหา ด้านแสวงหาข้อมูล มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ดังนี้ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการประเมินทางเลือก ตามลำดับ สอดคล้องกับ ศศินภา เลาหสินณรงค์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ (ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการ และการตัดสินใจซื้อ) สินค้าแบรนด์เนมแท้ พบว่า ด้านความภักดีต่อตราสินค้า ด้านการรับรู้คุณภาพ ด้านการเชื่อมโยงตราสินค้า และด้านความตระหนักถึงตราสินค้าล้วนมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมแท้

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบชองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบชองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นถึงความสามารถของผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบชองและการส่งเสริมทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบชองมีความเหมาะสมกับสภาพผิวและมีประสิทธิภาพตรงความต้องการ มีส่วนผสมและการใช้สารสกัดที่ปลอดภัย พร้อมมาตรฐานรับรองจากหน่วยงานองค์กรที่น่าเชื่อถือ มีการประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาแบบครบวงจรเพื่อทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สอดคล้องกับ ประภาพร คงเขียว (2564) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลีใต้และญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเจเนอเรชั่น Z" พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผู้บริโภคมองว่าชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจที่จะใช้ผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริโภคคำนึงถึงความสามารถของผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบชอง ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบชองให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างตรงจุด มีคุณประโยชน์ที่หลากหลายในตัวเดียวกัน และมีส่วนผสมหรือสารสกัดที่ปลอดภัยต่อผิว

2. ผู้บริโภคคำนึงถึงความความคุ้มค่าและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ ควรรับประกันถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบชองทำให้ผู้บริโภครู้สึกมความมั่นใจ การใช้พรีเซนเตอร์หรืออินฟลูเอนเซอร์ที่ช่วยให้เกิดการยอมรับในผลิตภัณฑ์

3. ผู้บริโภคคำนึงถึงความสะดวกสบาย ควรนำผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบชองเข้าไปวางจำหน่ายในช่องทางจัดจำหน่ายที่นิยมของผู้บริโภค ช่วยให้ขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นและโอกาสเติบโตในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. (2567, 26 มิถุนายน). ปี 67 ตลาดความงามขยายตัว 9.5% ดันเครื่องสำอาง Soft Power ของไทย. https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1133071

จิตราพร ลดาดก. (2557). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ฐิติวิชญ์ อรุณปัญญาวงศ์. (2562). พฤติกรรมการเลือกซื้อครีมบำรุงผิวหน้าแบบซองของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ประภาพร คงเขียว. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลีใต้และญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเจเนอเรชั่น Z. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ. (2551). สถิติเพื่อการวิจัย. เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลพับลิเคชั่น.

ศรัณย์ เถาสุวรรณ์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. [การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศศินภา เลาหสินณรงค์. (2557). คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ (ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการ และการตัดสินใจซื้อ) สินค้าแบรนด์เนมแท้. [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, และองอาจ ปทะวาณิช. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่. ซีเอ็ดยูเคชั่น

ศิริวัฒน์ เหมือนโพธิ์. (2560). กระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องวงจรปิดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

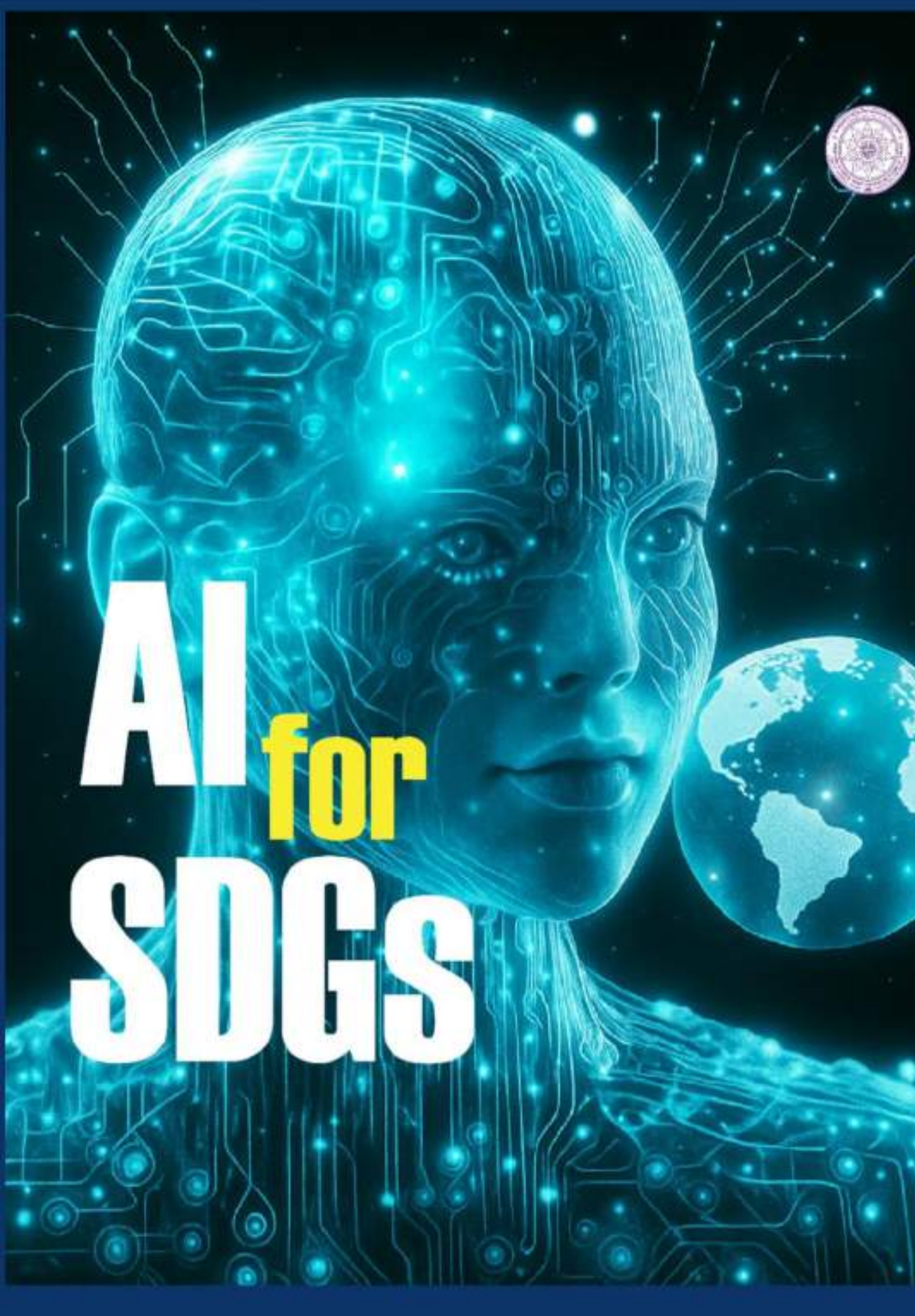
สตุติ บุนนาค. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุปัญญา ไชยชาญ. (2550). การบริหารการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 5). พี.เอ.ลิฟวิ่ง.

อุษา แสงแจ่ม. (2557). การใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตปทุมวัน. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกริก.

Cochran, W.G. 1953. Sampling Techniques. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Proceedings



VOLUME VI : Humanities and Social Sciences

The 15th Benjamit Vichakarn National and International Conference on "AI : A Driving Force for Sustainable Development Goals"

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า
ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของบุคลากร สถาบันพระบรมราชชนก	พลอยไพลิน โพธิ์เงิน ยุทธนาท บุณยะชัย	274-286
ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง	จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์ ภณสิทธ์ อันยะ	287-295
การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี	ธิรพิทย์ ศรศักดิ์ ภัทราวุฒิ โนรี มะลิวรรณ ช่องงาม	296-306
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่แมวของผู้บริโภค ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	กรกนก บุญพา เสาวภา เมืองแก่น	307-316
ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	ภัทราธัช แก้วพลายงาม ชนัดดา ศรีวิเชียร	317-328
ทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุคการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	เกศกนก สาพิมพ์ วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์	329-337
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว อนุพงศ์ เครืองาม	338-349
ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู	เกศกนก สาพิมพ์ วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์	350-364
ผลการใช้การเรียนรู้ทักษะการถ่ายภาพโดยใช้กฎสามส่วน (Rule of Thirds) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	อาทินันทน์ แก้วประจันทร์ ทศพร ไชยเดช ณัฐปคัลภ์ อัครภูริณาคินทร์ ปุริมปวัชญ์ อำพัน ปาณท รัตนวงศ์แข	365-372
ความนิยมและความคาดหวังของผู้บริโภคต่ออาหารไต้ะจีนในงานอีเวนต์ของสังคมไทย	วันวิวาห์ แซ่ชั้น ไพลิน บรรพโต ประภาศรี เพิกขุนทด รัตดา พัฒน์แก้ว	373-386
ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี	กัญญาพัชร วุฒิยา ปิยาภา พรหมทอง อัญชลี เรียงหา	387-400
การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเอกสารนำกลับด้านการขนส่ง: กรณีศึกษาบริษัท ซ่ายเหนี่ยว สมาร์ท โลจิสติกส์ เน็ตเวิร์ก (ไทยแลนด์) จำกัด	กิตติวัฒน์ สนใจ ฌาณินี อาชา อาภัสรา ไชยคาม	401-414

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของ พนักงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

Factors Affecting the Behavior of Using Online Food Ordering Applications of Employees in Lat Krabang District, Bangkok

รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว[1], อนุพงศ์ เครืองาม[2]

[1]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, Ratchi2@hotmail.com

[2]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, Anupong@bsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ในปัจจุบันเพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าว่าระหว่างเพศหญิง เพศชาย หรือบุคคลกลุ่มใดของพนักงานบริษัทในเขตลาดกระบังมีความนิยมในการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันการสั่งอาหารออนไลน์มากที่สุดเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 73.5 มีอายุระหว่าง 20-25 ปีร้อยละ 37.5 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 50.0 มีระดับการศึกษา ปวส.-ปริญญาตรี ร้อยละ 79.3 มีระดับเงินเดือน15,000-20,000 ร้อยละ 69.8 เลือกที่จะใช้แอปพลิเคชัน FOOD PANDA ร้อยละ 36.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผล เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. ด้านประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31

2. ด้านการทำงานของแอปพลิเคชัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบังให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01

3. ด้านการบริการของแอปพลิเคชัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบังให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14

4. พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้บริการ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบังให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27

คำหลัก: การใช้บริการโมบายแอปพลิเคชัน,สั่งอาหารออนไลน,พฤติกรรมผู้บริโภค,แอปพลิเคชันมือถือ

Abstract

This research aimed to study the current use of online food ordering mobile applications in order to know the needs of customer groups, whether female, male, or which group of employees in Lat Krabang District prefer to use online food ordering mobile applications. Data were collected using a questionnaire from a sample group of 400 people and analyzed by computer using the SPSS program.

The research results found that

Personal characteristics data found that most of the respondents were female, 73.5 percent, aged 20-25 years, 37.5 percent were single, 50.0 percent had a vocational certificate-bachelor's degree, 79.3 percent had a salary of 15,000-20,000, 69.8 percent chose to use the FOOD PANDA application, 36.3 percent

1.The results of the data analysis on the factors that influenced the use of the online food ordering mobile application by employees in Lat Krabang District Very important, with an average of 4.31

2. In terms of application functionality, it was found that the factors affecting the behavior towards using the mobile application for ordering food online of employees in Lat Krabang District were very important, with an average of 4.01

3. In terms of application service, it was found that the factors affecting the behavior towards using the mobile application for ordering food online of employees in Lat Krabang District were very important, with an average of 4.14

4. In terms of user behavior, it was found that the factors affecting the behavior towards using the mobile application for ordering food online of employees in Lat Krabang District were very important, with an average of 4.27

Keywords: Using mobile applications, Ordering food online, Consumer behavior, Mobile applications

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการแข่งขันในตลาดธุรกิจร้านอาหารมีความรุนแรงมากขึ้นและ จำนวนธุรกิจ ภัตตาคาร ร้านอาหารใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดการกระจายตัวของลูกค้าและส่วนแบ่งในตลาด อย่างไรก็ตาม ทิศทางของธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร เป็นอีกหนึ่งธุรกิจพื้นฐานที่อยู่คู่กับสังคมไทยและ เป็น ธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับภาคการท่องเที่ยว พฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคอาหารที่หลากหลาย และ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่ม การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคที่หันมารับประทานอาหาร นอกบ้านและสนใจดูแลสุขภาพมากขึ้น

ในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟน เป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศไทย โดย 95.2 % ของคนไทยมีโทรศัพท์มือถือและเหตุผลที่ทำให้โทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟน เป็นที่นิยมมาจากประสบการณ์ที่กลุ่มผู้ใช้งานยุคใหม่ ซึ่งเป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก เพื่อได้รับความบันเทิง ข้อมูลความรู้และระบบการทางานที่ช่วยให้สามารถทำสิ่งต่างๆ ได้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

การสั่งอาหารผ่านโมบายแอพยังมีธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและสนับสนุนบริการร้านอาหาร เช่น ตัวกลางการให้บริการส่งอาหารออนไลน์หรือการจองโต๊ะอาหารผ่านแอพ และเว็บไซต์แนะนำร้านอาหาร ซึ่งการสร้างความร่วมมือกับผู้ให้บริการเหล่านี้ จะเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจร้านอาหารมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจจากการเข้าถึงฐานลูกค้าของพันธมิตรเหล่านี้ ซึ่ง Zhou (2010) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีนั้นมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อ ผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการอำนวยความสะดวกในการทำงานหรือการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งประกอบด้วยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการสั่งอาหารผ่านโมมายแอพ อิทธิพลทางสังคม สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน และการมีทัศนคติที่ดีต่างมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่ได้กล่าวมาเบื้องต้น ผู้วิจัยที่มีความสนใจที่จะทำการศึกษาการวิเคราะห์การบริการของแอปพลิเคชันการสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง เพื่อที่ให้ผลการศึกษาที่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการทราบถึงประสิทธิภาพของการทำงานโมบายแอปพลิเคชันและตอบสนองต่อความสะดวกสบายของผู้ใช้บริการต่อไป

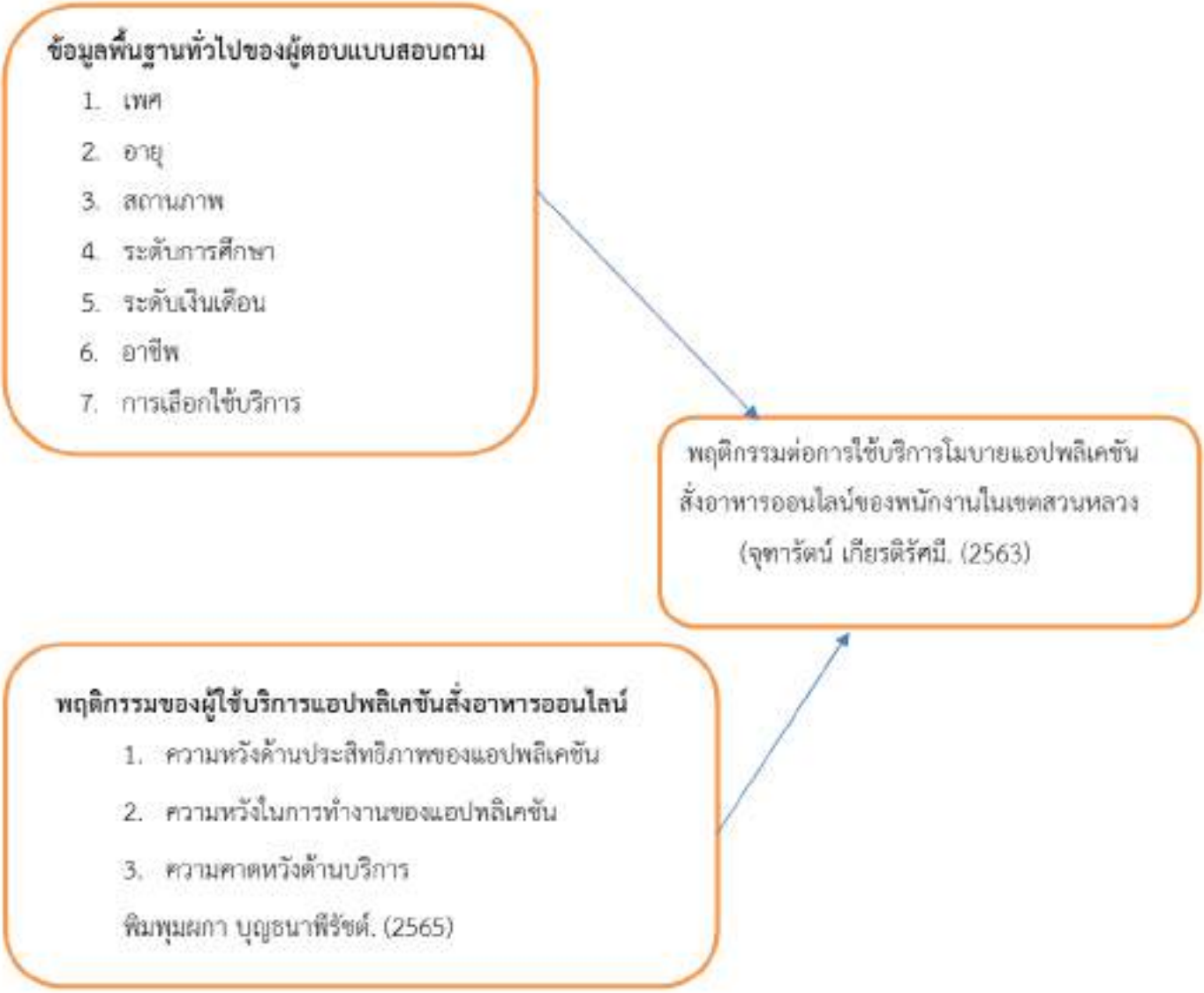
วัตถุประสงค์

1. เพื่อการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลความคาดหวังด้านประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันและปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวังในการทำงานของแอปพลิเคชัน อิทธิพลทางสังคม พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้บริการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งต่อความต้องการของการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลของการวิจัยในครั้งนี้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจในการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบได้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
2. ผลจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่เพิ่มเติมให้กับผู้ที่ประกอบธุรกิจร้านอาหารส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์โมบายแอปพลิเคชันส่งตรงถึงมือผู้ที่ใช้บริการ (DELIVERY) ซึ่งช่วยในการขยายผ่านลูกค้าและสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจอีกช่องทางหนึ่ง
3. ผู้ที่สนใจนักวิชาการและนักวิจัยที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์แอปพลิเคชัน สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

กรอบแนวคิด



ภาพ 1 กรอบแนวคิด ในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือพนักงานระดับปฏิบัติการที่ปฏิบัติงานใน เขตลาดกระบัง จำนวน 400 คน จึงเลือกใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อความเหมาะสม ได้ใช้สูตรของ Yamane, 1973

แบบสอบถามฉบับร่างที่นำมาทดลองใช้ มาทำการวิเคราะห์โดยนำคะแนนที่ได้จากการตรวจสอบความคิดเห็นของกลุ่มทดลองมาหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical package for the social science) นำแบบสอบถามที่ได้จากการทดลองได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามวิเคราะห์โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) มีค่าเท่ากับ 0.863

ลักษณะแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับเงินเดือน เป็นข้อความแบบเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งอาการออนไลน์ เป็นข้อความแบบเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของพนักงาน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นชนิดประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ข้อคำถามมีจำนวนทั้งหมด 16 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

เกณฑ์การให้คะแนน

แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นคำถามปลายปิด ซึ่งกรณีเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตคลาดกระบัง ทัศนคติที่ใช้เกณฑ์การให้คะแนนเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง	คะแนน	5
มาก	หมายถึง	คะแนน	4
ปานกลาง	หมายถึง	คะแนน	3
น้อย	หมายถึง	คะแนน	2
น้อยที่สุด	หมายถึง	คะแนน	1

โดยมีเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (รศ.ดร. บุญชม ศรีสะอาด)ดังนี้ ช่วงคะแนนค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น

คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	ระดับความพึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	ระดับความพึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ **T – Test F – Test**

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล บุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับเงินเดือน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยการจำแนกตามแบบสอบถาม ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	106	26.5
หญิง	294	73.5
รวม	**400**	**100.00**

จากตาราง 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	73	18.3
20 - 25 ปี	150	37.5
26 - 30 ปี	87	21.8
31-40 ปี	50	12.5
40 ปีขึ้นไป	40	10.0
รวม	**400**	**100.00**

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 20-25 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ อายุ 26-30 จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 รองลงมาคือ อายุ ต่ำกว่า 20ปี จำนวน 73 คิดร้อยละ 18.3 รองลงมาคือ อายุ 31-40ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และอายุ 40 ขึ้นไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแอปพลิเคชัน

แอปพลิเคชัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Grad food	104	26.0
Line men	103	25.8
Food panda	145	36.3
Get	20	5.0
Uber eats	**23**	**5.8**
Lala food	5	1.3
รวม	**400**	**100.00**

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เลือกใช้แอปพลิเคชัน Food panda จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาแอปพลิเคชัน Grad food จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมา

แอปพลิเคชัน Line men จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาแอปพลิเคชัน Uber eats 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 รองลงมาแอปพลิเคชัน Get จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และรองลงมาแอปพลิเคชัน Lala food จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อย 1.3 ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน(S.D)	ระดับความพึงพอใจ
ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน			
1. มีความชัดเจนในการอธิบาย ชี้แจง และแนะนำขั้นตอนการให้บริการ	4.42	0.63	ดีมาก
2. ขั้นตอนการให้บริการมีความคล่องตัวและไม่ยุ่งยาก	4.23	0.64	ดีมาก
3. มีความสะดวกรวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา	4.29	0.60	ดีมาก
รวม	**4.31**	**0.63**	**มาก**

จากตาราง 4 พบว่าจำนวนความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง ในด้านความคาดหวังด้านประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.31) เมื่อพิจารณาพบว่า มีความชัดเจนในการอธิบาย ชี้แจง และแนะนำขั้นตอนการให้บริการ ด้านลักษณะของงานอยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{x}$ = 4.42) รองลงมาคือมีความสะดวกรวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา ระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.29) ด้านขั้นตอนการให้บริการมีความคล่องตัวและไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{x}$ = 4.23) ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน (S.D)	ระดับความพึงพอใจ
ความคาดหวังในการทำงานของแอปพลิเคชัน			
1.มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่น ตอบข้อสงสัยได้ตรงประเด็น ให้คำแนะนำและช่วยแก้ปัญหาได้เหมาะสม	4.19	0.69	มาก
2.การทำงานของแอปพลิเคชันเสถียร	3.77	0.85	มาก
3.ขั้นตอนในการสั่งอาหารไม่ยุ่งยากแล้วเข้าใจง่าย	4.06	0.67	มาก
รวม	**4.01**	**0.74**	**มาก**

จากตาราง 5 พบว่าจำนวนความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.01) และเมื่อพิจารณามีความรู้ความสามารถในการ

ให้บริการ เช่น ตอบข้อสงสัยได้ตรงประเด็น ให้คำแนะนำและช่วยแก้ปัญหาได้เหมาะสมในระดับ มาก ($\bar{x}$ = 4.19) รองลงมาคือขั้นตอนในการสั่งอาหารไม่ยุ่งยากแล้วเข้าใจง่าย อยู่ในระดับ มาก($\bar{x}$ = 4.06) มีการทำงานของแอปพลิเคชันเสถียร ($\bar{x}$ = 3.77) ตามลำดับ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับ ความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน (S .D)	ระดับความพึงพอใจ
ความคาดหวังด้านการบริการ			
1.พนักงานมีความเอาใจใส่และพร้อมที่จะให้บริการ	4.13	0.64	มาก
2.พนักงานแต่งกายสะอาดสุภาพเรียบร้อย	4.14	0.65	มาก
3.พนักงานมีความกระตือรือร้นในการจัดส่งสินค้า	4.14	0.64	มาก
รวม	**4.14**	**0.65**	**มาก**

จากตาราง 6 พบว่าจำนวนความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง ในด้านความมั่นคงในงานภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.14) และเมื่อพิจารณาพนักงานแต่งกายสะอาดสุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}$ = 4.14) รองลงมาคือพนักงานมีความกระตือรือร้นในการจัดส่งสินค้าในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.14) พนักงานมีความเอาใจใส่และพร้อมที่จะให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.13) ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 1 พนักงานระดับปฏิบัติการที่ปฏิบัติงานในบริษัทแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบังที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

ตาราง 7 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจ	เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D	t	Sig
ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ	ชาย	106	4.3239	0.39160	0.341	0.108
	หญิง	294	4.3061	0.48176		
ความคาดหวังด้านการทำงาน	ชาย	106	4.0849	0.47601	1.789	0.201
	หญิง	294	3.9785	0.54169		
ความคาดหวังด้านการให้บริการ	ชาย	106	4.1478	0.49351	0.272	0.925
	หญิง	294	4.1327	0.49127		
พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้บริการ	ชาย	106	4.2665	0.45679	0.109	0.417
	หญิง	294	4.2611	0.43680		

*($p \leq .05$)

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง จำแนกตามเพศโดยใช้สถิติ T – Test เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า

เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า เพศที่แตกต่างส่งผลต่อลักษณะของงานแตกต่างกัน (Sig = 0.201)

เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า เพศที่แตกต่างส่งผลต่อลักษณะของงานแตกต่างกัน (Sig = 0.108)

เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า เพศที่แตกต่างส่งผลต่อลักษณะของงานแตกต่างกัน (Sig = 0.925)

เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า เพศที่แตกต่างส่งผลต่อลักษณะของงานแตกต่างกัน (Sig = 0.417)

สมมติฐานข้อที่ 2 พนักงานระดับปฏิบัติการที่ปฏิบัติงานในบริษัทแห่งหนึ่งในเขตลาดกระบังที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

ตาราง 8 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบังจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.666	4	0.667	3.232	0.013
	ภายในกลุ่ม	81.465	395	0.206		
	รวม	84.131	399			
ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.243	2	0.122	0.437	0.646
	ภายในกลุ่ม	110.406	397	0.278		
	รวม	110.649	399			
ความคาดหวังด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.63	2	0.031	0.130	0.878
	ภายในกลุ่ม	96.244	397	0.242		
	รวม	96.307	399			
พฤติกรรมการให้ของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.749	2	0.374	1.928	0.147
	ภายในกลุ่ม	77.064	397	0.194		
	รวม	77.813	399			

*($p \leq .05$)

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง จำแนกตามอายุ โดยใช้ค่าสถิติ One-way ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐานพบว่าได้แก่

อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า อายุที่แตกต่างส่งผลต่อความคาดหวังด้านประสิทธิภาพไม่แตกต่างกัน (Sig = 0.013)

อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า อายุที่แตกต่างส่งผลต่อความคาดหวังด้านการทำงานไม่แตกต่างกัน (Sig = 0.646)

อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า อายุที่แตกต่างส่งผลต่อความคาดหวังด้านการบริการไม่แตกต่างกัน (Sig = 0.878)

อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า อายุที่แตกต่างส่งผลต่อพฤติกรรมการให้ของผู้ใช้บริการไม่แตกต่างกัน (Sig = 0.147)

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 มีอายุระหว่าง 20-25 ปีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีระดับการศึกษาปวส.-ปริญญาตรี จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3มีระดับเงินเดือน 15,000-20,000 จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 เลือกที่จะใช้แอปพลิเคชัน FOOD PANDA จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผล เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบังให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31 เพราะว่ารายละเอียดของแอปพลิเคชันมีความชัดเจนและเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก

ด้านการทำงานของแอปพลิเคชัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เพราะว่าผู้ใช้บริการมีการเข้าใจการทำงานของแอปพลิเคชันในการสั่งอาหารออนไลน์เป็นสิ่งที่จำเป็นมาก

ด้านการบริการของแอปพลิเคชัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 เพราะว่าผู้ให้บริการสุภาพเรียบร้อยมีความกระตือรือร้นในส่งอาหารและส่งอาหารได้รวดเร็วมีความจำเป็นมาก

พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้บริการ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27เพราะว่าผู้ใช้บริการต้องการความสะดวกสบายในการสั่งอาหารมารับประทานและยังประหยัดเวลาในการไปซื้ออาหารมารับประทานอย่างมาก

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์และปัจจัยในการเลือกใช้แอปพลิเคชัน เกิดจากการต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วในการซื้ออาหาร

ข้อมูลลักษณะด้านประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน พบว่า โดยภาพรวมมีความชัดเจนในการอธิบายชี้แจง และแนะนำขั้นตอนการให้บริการระดับความสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.42 ความสามารถในการแสดงรายละเอียดและให้ยกตัวอย่างเข้าใจง่ายหายจากข้อสงสัยเกิดความชัดเจนในสิ่งนั้น หรือขยายความในลักษณะที่ช่วยให้ผู้อื่นเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ได้ชัดเจนขึ้น ซึ่งอาจกระทำได้โดยการการบอกรายละเอียดขั้นตอนในการสั่งอาหารของแอปพลิเคชัน ทั้งนี้เป็นการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 20-25 ปี และมีสถานภาพโสดโดยส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทมีรายได้ 15,000-20,000 บาท

ข้อมูลด้านการทำงานของแอปพลิเคชัน พบว่า โดยภาพรวมมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่น ตอบข้อสงสัยได้ตรงประเด็นให้คำแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสมระดับความสำคัญมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 แนะนำ แนะแนว ชี้ให้เห็น แสดงออกถึงทางเลือก ข้อมูล ข้อเท็จจริง เพื่อให้ผู้ที่มาขอคำปรึกษาได้เป็นแนวทางในการตัดสินใจด้วยตนเอง การแนะนำ ไม่ใช่การตัดสินใจแทน ไม่ใช่การส่งเสริมให้เลือก แต่เพียงแค่ทำให้เห็นทางเลือก หรือการตอบข้อสงสัยในการใช้งานของแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการ ช่วยแก้ไขปัญหาของการใช้งานของแอปพลิเคชันกับผู้ใช้บริการช่วยแนะนำให้เข้าใจการทำงานของแอปพลิเคชันและการใช้งานได้อย่างถูกวิธี

ข้อมูลด้านการให้บริการของแอปพลิเคชัน พบว่า โดยภาพรวมพนักงานแต่งกายสะอาดสุภาพเรียบร้อย พนักงานมีความกระตือรือร้นในการจัดส่งสินค้าระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 การแต่งกายเป็นการบ่งบอกสถานภาพทางสังคม บางอาชีพมีการกำหนดลักษณะการแต่งกาย หรือเรียกว่าเครื่องแบบ เครื่องแต่งกายเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับผู้สวมใส่ บ่งบอกถึงบุคลิกภาพ รสนิยม และบทบาทหน้าที่การงาน การแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยในการทำงานบริการ ถือเป็นเรื่องที่สำคัญเพราะจะทำให้ตัวบุคคลนั้นดูดีแล้วยังถูกระเบียบ การที่พนักงานกระตือรือร้นในการส่งอาหารถือเป็นเรื่องที่ดีสำหรับลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน และยังทำให้ผู้ใช้บริการเลือกที่จะใช้บริการแอปพลิเคชันนั้น

ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่า โดยภาพรวมประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.43 หนึ่งเหตุผลที่หลายคนมักประสบปัญหาเรื่องของการไม่มีเงินเก็บ เงินออม หลักๆ คือเราหมดเงินไปกับค่าเดินทางเฉลี่ยต่อเดือนนั้นเยอะมาก ซึ่งหลายคนอาจจะมองว่ายังไง เงินจำนวนนี้เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอยู่แล้วเลยไม่อยากต้องมาเก็บมาคำนวณหรือเปรียบเทียบดู การที่มีการสั่งอาหารออนไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น อาหารที่อยากกินอยู่ไกลก็ต้องเดินทางไปซื้อก็ต้องค่าใช้จ่ายในการเดินทางการที่มีการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันทำให้สะดวกสบายไม่ต้องเสียเวลาเสียค่าใช้จ่าย

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งนี้พบว่า พนักงานบริษัทในเขตลาดกระบัง ส่วนใหญ่เลือกใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหารออนไลน์เพราะความสะดวกสบายประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการจัดส่งอาหารไม่สูงมากสามารถสั่งได้ในราคาที่ถูกกว่าหน้าร้านเพราะมีการให้ส่วนลดตามร้านอาหารที่เข้าร่วมโปรโมชั่น

2. การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงรสนิยมในการเลือกใช้แอปพลิเคชันในการสั่งซื้ออาหารว่าแอปพลิเคชันใดที่ให้บริการได้อย่างรวดเร็วและได้ให้บริการด้านข้อมูลในการเลือกซื้อและสั่งอาหารได้อย่างเข้าใจง่ายชัดเจนไม่ยุ่งยากในการสั่งอาหาร

3. ได้ทราบถึงว่าแอปพลิเคชันไหนที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบันของการสั่งซื้ออาหารในแอปพลิเคชันออนไลน์เป็นส่วนมากและได้ทราบถึงอายุของผู้ใช้บริการว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับอายุ 20ปี ขึ้นไป

เอกสารอ้างอิง

เกตุวดี สมบูรณ์เทวี. (2561). ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ ผลิตภัณฑ์อาหารผ่านผู้ให้บริการ “Food Panda Application”. วารสารการจัดการ สมัยใหม่, 16(1), 153-162.

ธนรัตน์ ศรีสำอางค์, เอก บุญเจือ, และวรรณัย สายประเสริฐ. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านเว็บไซต์. วารสารบริหารธุรกิจ, 1(3), 354-371.

จุฑารัตน์ เกียรติรัศมี. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอพพลิเคชั่นออนไลน์ของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

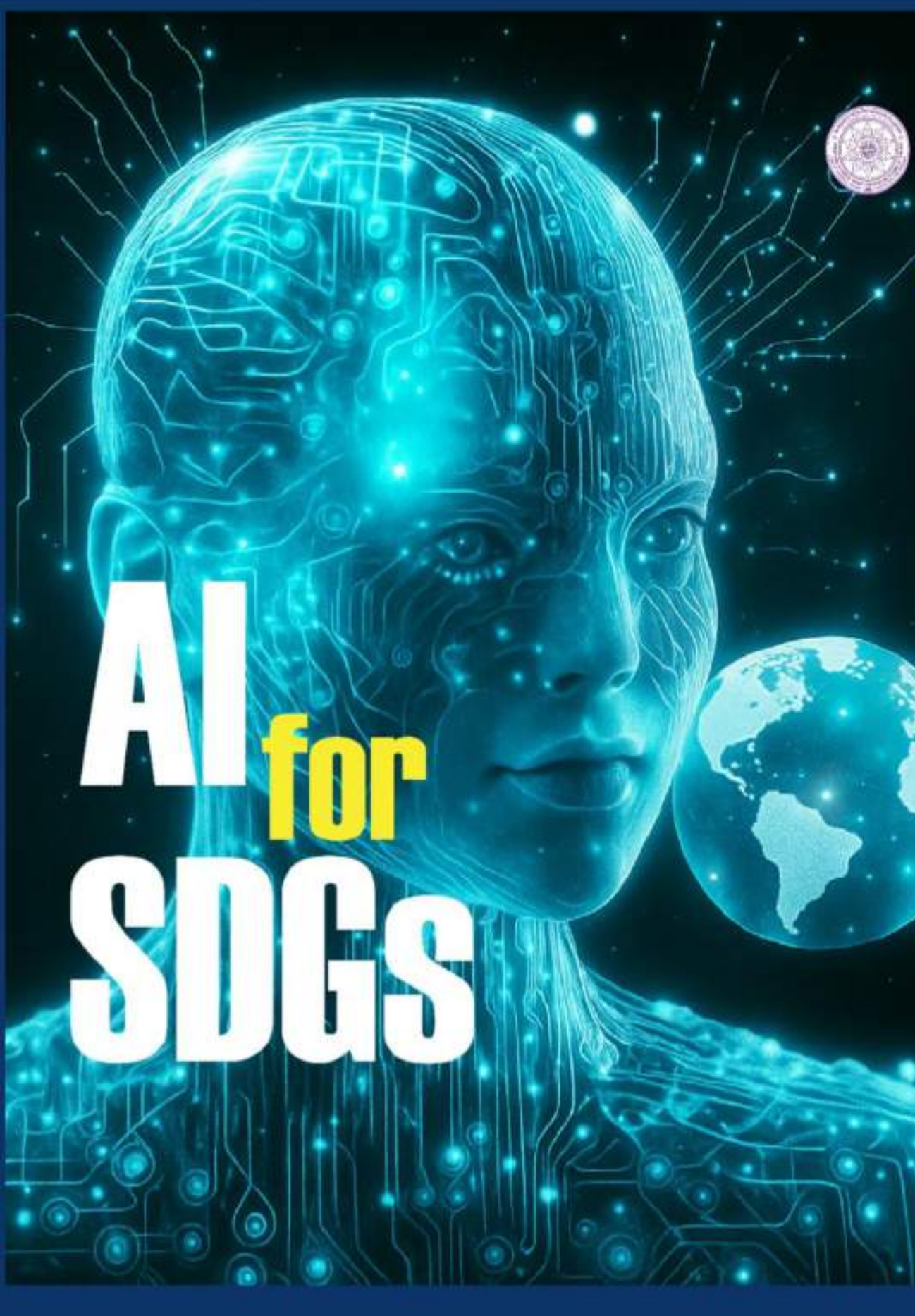
โชติมา ชูกุล. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแอพพลิเคชั่นเรียกรถยนต์โดยสารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

ณภัทรา เกียรติพงษ์. (2563). การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชั่นเรียกรถยนต์โดยสาร ของผู้บริโภค. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาวิชาการบริหารการตลาด.

ธนกฤต กิตติ์ธนาเดชากร. (2564). CUSTOMER BUYING DECISION PROCESS USING ONLINE PLATFORM FOR ONLINE FOOD DELIVERY IN THAILAND. (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

พิมพุมผกา บุญธนาพีรัชต์. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

Proceedings



VOLUME VI : Humanities and Social Sciences

The 15th Benjamit Vichakarn National and International Conference on "AI : A Driving Force for Sustainable Development Goals"

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า
คุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย	ปิยาภา พรหมทอง กวีกานต์ กลั่นมา จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์	125-133
กลยุทธ์ทางการตลาด 4 C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ กระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	ทักษพร ดาวขาว วัลลภ นิมานนท์	134-142
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในภาคอุตสาหกรรม	เดโชชัย สาพิมพ์ ศุภโชค เสมศรี เพียร โตท่าโรง สิทธิกร ใจดี เจตจอหอ	143-159
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำ Chat GPT ไปประยุกต์ใช้ในงานบัญชี	วฤตตา สังวรกิตติวุฒิ ฐนิตา บุญยสาร สมโภช ฮองกูล นวพร เชื้อเฉลิม ประภาพรรณ เอกอภิสิทธิ์	160-167
ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ปกครองในการบริการรถบัส รับ-ส่งนักเรียน ของโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง ในงานโลจิสติกส์	ศุภเดช สงสม ธนวัฒน์ อภิธานวิทิต จุลจักร เอี่ยมลาภะ	168-182
ความพึงพอใจต่อบรรยากาศการเรียนรู้ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในสาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่	รณชัย แพทย์ไชโย โยษิตา ผิบลักษณ์ ตนุพล วันชัยสถิร	183-191
การส่งเสริมและพัฒนาศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร ในอำเภอฉลาง จังหวัดภูเก็ต	นฤพนธ์ อัยสานนท์ จินดา ขลิบทอง เฉลิมศักดิ์ คุ้มหิรัญ	192-204
ความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของแกนนำสุขภาพประจำครอบครัว ตำบลบางคลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	สมฤดี นามวงษ์	205-217
แนวทางความร่วมมือระหว่างชุมชนกับตำรวจในการป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา สถานีตำรวจนครบาลหนองจอก	พรเทพ สุดิปัญญา เฉลิมพล บุชอุดม ผกากรอง ชุติกุลวรนันท์	218-229
พฤติกรรมการจัดการขยะอาหารของชุมชนในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต	ปิ่นรัตน์ สิริพันธ์พงศ์	230-244
ปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำโบราณบางพลี	กวีกานต์ กลั่นมา ภณสิทธ์ อ้นยะ	245-252
การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานกลุ่มแปลงใหญ่ปาล์มน้ำมันในอำเภอเมืองพังงา จังหวัดพังงา	นทดล ภักดี จินดา ขลิบทอง เฉลิมศักดิ์ คุ้มหิรัญ	253-273

กลยุทธ์ทางการตลาด 4 C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ กระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษา ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

Marketing Strategies 4 C's Affecting the Purchase Decision of Branded Bags of Students in Lat Krabang District, Bangkok

ทักษพร ดาวขาว[1], วัลลภ นิมานนท์[2]

[1]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, thaksaporn.daw@gmail.com

[2]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, Wanlup ninmanon@gmail.com

บทคัดย่อ

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด 4 C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือของการวิจัย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด อายุระหว่าง 25- 36 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 25,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4C's ในด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวกในการซื้อของผู้บริโภค และด้านการสื่อสาร พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4C's ในด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวกในการซื้อของผู้บริโภค และด้านการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4C's ทั้ง 4 ตัวสามารถร่วมกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษา ได้ร้อยละ 74.00

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4C's, การตัดสินใจซื้อ, กระเป๋าแบรนเนม

Abstract

The objective of this study was to study the 4 C's marketing strategies that influenced the decision to buy branded bags of students in Lat Krabang District, Bangkok. This study was an approximate research using a questionnaire as a research tool. The sample group was 400 consumers in Lat Krabang District, Bangkok. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results of the study found that most of the sample group were females, aged 25-36 years, had a bachelor's degree, and had an

average income of 20,000-25,000 baht per month. The 4 C's marketing mix factors in terms of consumer demand, consumer cost, consumer convenience, and communication were found to have a high mean value. It was also found that the 4 C's marketing mix factors in terms of consumer demand, consumer cost, consumer convenience, and communication had a statistically significant effect on the decision to buy branded bags at a level of 0.05. All 4 C's marketing mix variables could jointly affect the decision to buy branded bags of students by 74.00 percent.

***Keywords**:* 4C's Marketing Mix, Purchase Decision, Branded Bags

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการซื้อแบรนด์เนมกลายเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ ดังนั้น ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมให้คุ้มค่าที่สุดจึงเป็นประเด็นที่คนให้ความสนใจ และเนื่องจากการลงทุนในสินค้าแบรนด์เนมแต่ละชิ้นต้องใช้เงินจำนวนไม่น้อย ผู้ซื้อจึงต้องพิจารณาอย่างรอบคอบว่าควรเลือกซื้อ รวมถึงกระแสการรู้จักแบรนเนมมีการเผยแพร่ข้อมูลด้านสินค้าผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่าง ๆ โปรโมชั่น สิทธิพิเศษ และกิจกรรมทางการตลาด ทำให้สามารถแบ่งปันข้อมูลทั้งภาพของสินค้า ไปยังกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมาก ในระยะเวลาอันสั้นและ ดึงดูดน่าสนใจ ส่วนผู้บริโภคเองก็สามารถแสดงความคิดเห็นโต้ตอบกลับตามกระแสนิยมมาได้รวดเร็ว ทำให้เห็นการตอบรับ ที่ทันท่วงทีของกระแสนิยมกระเป๋าแบรนเนม (อำพล นววงศ์เสถียร, 2557)

จะเห็นได้ว่า ค่านิยมกระเป๋าแบรนด์เนม ทำให้เกิดการใช้สินค้าแบรนด์เนมมากขึ้น รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือในสังคมและมีกระเป๋าแบรนเนมอีกมากมายจนได้กลายมา เป็นทางเลือกของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ เกิดเป็นธุรกิจการรับซื้อสินค้าแบรนเนมที่มีการแข่งขันสูงในการแย่งชิงผู้บริโภค ให้มีความสะดวกรวดเร็ว ด้วยการที่สินค้านั่นสามารถเลือกหาซื้อได้ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้าง กำไร และเพิ่มมยอดขาย อิทธิพลที่ทำให้เกิดความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าแบรนเนมและความคุ้มค่าทั้งเรื่องราคาและคุณภาพ นอกจากตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น ยังมีส่วนช่วยให้ธุรกิจเติบโตและมียอดขายเพิ่มขึ้นในระยะยาว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจ ศึกษาเรื่อง ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด 4 C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความต้องการของผู้บริโภคทั้งนี้ผู้ประกอบการได้ทราบถึงความเข้าใจความสนใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อันนำไปสู่การวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบในกลยุทธ์การตลาด 4C's (Customer, Cost, Convenience, Communication) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

3.เพื่อเสนอแนะแนวทางให้กับธุรกิจหรือผู้จำหน่ายกระเป๋าแบรนเนมในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาในพื้นที่เป้าหมาย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

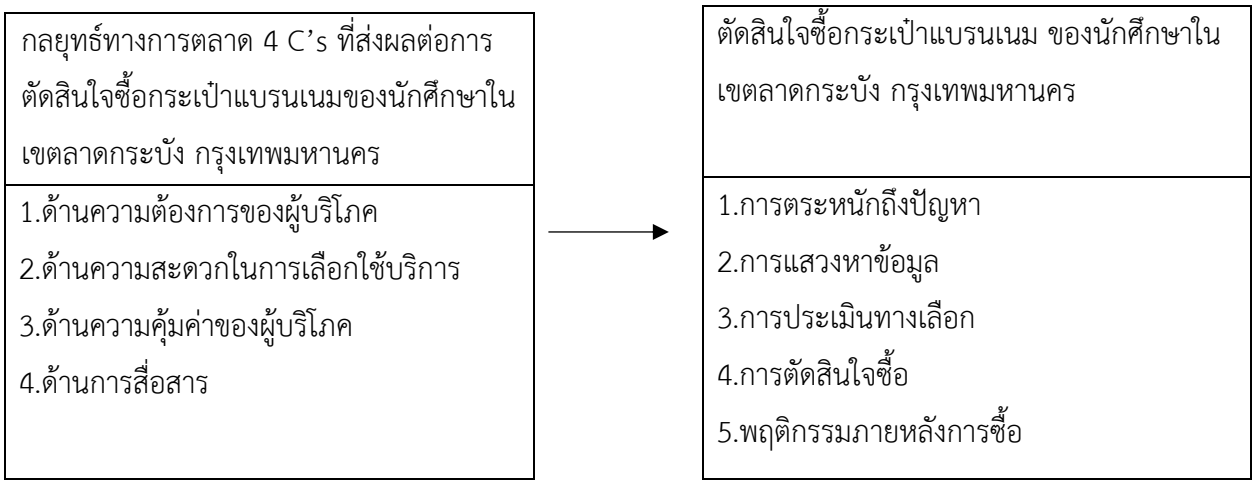
1. ช่วยเพิ่มองค์ความรู้ด้านการตลาด โดยเฉพาะในบริบทของกลุ่มนักศึกษาในเขตเมืองที่มีพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะกลุ่ม
2. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด เพื่อเข้าถึงและตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มนักศึกษาได้ดียิ่งขึ้น
3. ช่วยให้ธุรกิจสามารถพัฒนาแนวทางการสื่อสาร การกำหนดราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการพัฒนาสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย

กรอบแนวคิด

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหาและทบทวนแนวคิดและทฤษฎีนำมาซึ่งตัวแปรและกรอบ แนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรต้น (Independent Varibles) **ตัวแปรตาม (Dependent Varibles)**

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพสมรส
4. ระดับการศึกษา
5. รายได้ต่อเดือน



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยและขอบเขตการวิจัย โดยมีวิธีการศึกษาค้นคว้าตามลำดับดังนี้

1. พื้นที่การวิจัย ผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีการใช้ตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนม

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ปัจจัยทางส่วนประสมทางด้านการตลาด 4C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกระเป๋าแบรนเนมในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่จำนวนผู้บริโภคและจำนวนผู้ที่ชื่นชอบกระเป๋าแบรนเนมในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งจำนวนประชากรเป็นประชากร 178,350 คน ข้อมูลจากสำนักงานเขตลาดกระบัง (2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ (Sample) ผู้วิจัยกำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการ โดยใช้สูตรของคอแครน (W.G. Cochran) จะได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม ตามรายการ คำนวณดังต่อไปนี้ การคำนวณหากลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เป็นการสุ่มแบบคำนึงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเลือกมานั้นจะมีความน่าจะเป็นหรือโอกาศที่จะได้รับเลือกมานั้นเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยพยายามเก็บ ตัวอย่างเท่าที่จะทำได้ตามที่มีอยู่หรือที่ได้รับความร่วมมือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับจึงเป็นกรณีที่เผอิญหรือยินดีให้ความร่วมมือหรืออยู่ในสถานที่ ที่ตกอยู่ในสภาวะดังกล่าวผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามระดับความคิดเห็น นั้นหมายความว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง การประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของเครื่องมือที่มีค่ามากกว่า 0.863 ถือว่าใช้ได้ตามการพิจารณาจากเกณฑ์การประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลยุทธ์ทางการตลาด 4 C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ กระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาจาก แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามประกอบด้วยส่วนที่สำคัญ 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบ จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 เพศ
ข้อที่ 2 อายุ
ข้อที่ 3 สถานภาพ
ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา
ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 กลยุทธ์ทางการตลาด 4 C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครโดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ 5 ระดับ ประกอบด้วย มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 4 ด้าน

ด้านที่ 1 ด้านความต้องการของลูกค้า
ด้านที่ 2 ด้านต้นทุนของลูกค้า
ด้านที่ 3 ด้านความสะดวกในการซื้อ
ด้านที่ 4 ด้านการสื่อสาร

ตอนที่ 3 ตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนม ของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครเป็นลักษณะคำถามแบบ (Like Scale) โดยมีระดับทัศนคติอยู่ 5 ระดับ ประกอบด้วย มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 5 ด้าน

ด้านที่ 1 การรับรู้ปัญหา
ด้านที่ 2 การค้นหาข้อมูล
ด้านที่ 3 การประเมินทางเลือก
ด้านที่ 4 การตัดสินใจซื้อ
ด้านที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นอื่นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามแบบปลายเปิดเพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ วิจัยเพิ่มเติม

ผลการวิจัย

การศึกษา กลยุทธ์ทางการตลาด 4 C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด 4C's ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินกระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 74.00 อายุ ระหว่าง 25 - 36 ปี ร้อยละ 45.00 ระดับการศึกษาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.90

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 4C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วัดระดับความสำคัญมีทั้งหมด 4 ด้าน โดยรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการซื้อของผู้บริโภค (Convenience to Buy) ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากันกับ ด้านการสื่อสาร (Communication) รองลงมาคือด้านต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's Cost to Satisfy) และด้านความต้องการของผู้บริโภค (Consumer Wants and Needs) มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด ได้แก่ ขั้นตอนการรับรู้ปัญหาผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนม ตัดสินใจซื้อกระเป๋าเมื่อเกิดความรู้สึกว่าไม่พอใช้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ขั้นตอนประเมินทางเลือก โดยการได้เปรียบเทียบแบรน รูปทรง วัสดุที่ใช้ และเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ขั้นตอนการค้นหาข้อมูลโดยการสอบถามกับทางร้านที่ขายแบรนเนมและการรับรู้ข้อมูลจากการส่งต่อข้อมูลจากคนรู้จัก ส่งผลให้ ตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก เช่นเดียวกับในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยหลังการซื้อกระเป๋าแบรนด์เนม มีความพึงพอใจในสินค้า มีความสำคัญระดับปานกลาง

ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาด 4C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงตัวแปรที่สำคัญของส่วนประสมทางการตลาด 4C's ที่มีผลการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปนอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 ตัวแปรที่ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านความต้องการของผู้บริโภค, ด้านความ สะดวกในการซื้อของผู้บริโภค,ด้านต้นทุนของผู้บริโภค และด้านการสื่อสารกับผู้บริโภค โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ .215, .202, .165 และ .099 ตามลำดับ โดยตัวแปรทั้ง 4 ตัวนี้สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมได้ร้อยละ 66.10

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีปัจจัยสำคัญ 4 ด้าน โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

1. ด้านความต้องการของผู้บริโภค (Consumer Wants and Needs) พบว่าผลในเชิงบวกต่ออการตัดสินใจมากที่สุดโดย เนื่องจากกระเป๋าแบรนเนมเป็นกระแสนิยม มีหลากหลายแบรนเลือกซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมตามความชอบส่วนตัวมากกว่าตามกระแส ความต้องการกระเป๋าแบรนด์เนมเพื่อใช้ในโอกาสพิเศษหรือสถานการณ์เฉพาะ (เช่น ออกงาน สัมภาษณ์งาน โดยสอดคล้องกับผลการศึกษางานวิจัย เรื่องการตัดสินใจเลือกซื้อกระเป๋าแบรนด์เนม ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด -19 ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ของ ไปรยา วิลัยรัตน์ และเอื้อมพร ศิริรัตน์ (2566) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใน ด้านความต้องการของผู้บริโภค (Customer) มีความสำคัญมาก ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกระเป๋าแบรนด์เนม ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด -19 ของผู้บริโภค

2. ด้านการความสะดวกในการซื้อของผู้บริโภค (Convenience to Buy) ผลการศึกษาวิจัยพบว่า อันดับแรกได้แก่ ความสำคัญกับช่องทางการสั่งซื้อออนไลน์ได้ 24 ชั่วโมง ใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน รองลงมาคือ สามารถซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมได้สะดวกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee, LINE, หรือ Instagram โดยผู้บริโภคสามารถติดตามสถานะของการจัดส่ง ได้ด้วยตนเอง ส่งผลให้ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนม ผลดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัย เรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับการผลงานวิจัยของ สกาวฟ้า คอนเอม (2564) ที่ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดในด้านความสะดวก (Convenience) โดยให้เหตุผลว่า ผู้บริโภคเกิดความสะดวกสบายเนื่องจากสามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง

3. ด้านการสื่อสาร (Communication) ผลการวิจัย พบว่าการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของทางแบรนด์มีรูปแบบการนำเสนอสินค้าที่น่าดึงดูด ตรงกับความต้องการ มีการแสดงตัวอย่างการใช้งาน มีความทันสมัย และหรูหรา มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ กระตุ้นให้เกิดความ ต้องการอยากซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุอัคคินท์ ตั้งพรเจริญสุข (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ทัศนคติด้านส่วนประสมการตลาด 4C’s และแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์ไทยดีไซเนอร์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีปัจจัยที่มีอิทธิพลได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการนำเสนอข้อมูลสินค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า พบว่า

4. ด้านต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer’s Cost to Satisfy) ราคาสินค้าแบรนเนมเป็นราคาที่สูงแต่ในการตัดสินใจการซื้อเมื่อเปรียบเทียบราคาสินค้ากับคุณภาพของสินค้าแล้วพบว่าเหมาะสม เมื่อผู้บริโภคได้เข้าสัมผัสกับสินค้าและรายละเอียดสินค้าแล้วรู้สึกถึงความคุ้มค่าทั้งสินค้าและการบริการ โดยผู้บริโภคมีการเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจซื้อทำให้ตรงกับความต้องการได้ตามต้องการ มีการคำนึงถึงความคุ้มค่าของต้นทุนที่ต้องจ่ายไปเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดจากตัว ผู้บริโภคเอง โดยผู้วิจัยเห็นว่า เนื่องจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการการเข้าถึงสินค้าแบรนเนมได้ง่าย ดังนั้นความสำคัญในกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่โดยผ่านมุมมองทางการตลาดจากมุมของผู้บริโภค 4C’s จึงเป็นการตลาดที่ตอบโจทย์ให้สนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคสังคมออนไลน์มีสินค้าแบรนเนมที่หลากหลายให้ค้นหาได้ตามต้องการที่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ที่มาพร้อมความสะดวกสบาย รวดเร็ว จนเกิดความพึงพอใจสูงสุดซึ่งสอดคล้องกับ

ผลการวิจัยของสุพรรษา มากแพทย์ (2563) เรื่องการบริโภคเพื่อแสดงสถานะ อิทธิพลทางสังคม และภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้า ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์เนม

สรุปว่าปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ รูปลักษณ์ของแบรนตราสินค้า ซึ่งมีความสำคัญมากเท่ากันกับความสะดวก รวดเร็ว และความง่ายในการซื้อสินค้า ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนม ในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ หลังจากการผู้บริโภคได้เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ และราคา สินค้าแล้ว หากพบว่าตรงกับความต้องการ รู้สึกถึงความคุ้มค่าในสินค้า ส่งผลให้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้น จากข้อมูลดังกล่าวจึงถือเป็นโอกาสและช่องทางการทำกลยุทธ์ของพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (DIGITORY การตลาดออนไลน์, 2019) ดังนี้

1. สามารถสร้างธุรกิจตสินค้าหรือบริการ ให้มีเนื้อหาที่ตรงประเด็นและดึงดูดน่าสนใจ มีความ จริงใจในการนำเสนอภาพลักษณ์ของแบรนเนมรวมถึงข้อมูลการใช้งานจริง ในการแสดงความคิดเห็นต่อสินค้าหรือบริการกับผู้บริโภค

2. ส่วนของผู้บริโภคเอง ก็ได้รับข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการสินค้ามาก่อน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อกระเป๋าแบรนเนม เพื่อให้ได้รับความคุ้มค่าและความพึงพอใจอย่างสูงสุด

ข้อเสนอแนะ

1. การตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กอนและหลังการตัดสินใจซื้อกระเปาแบรนดเนมเพื่อจะสามารถศึกษาเปนแนวทางในการปรับพัฒนากลยุทธทางการตลาด และพัฒนาคุณภาพการบริการใหมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อใหผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ ทั้งกอนและหลังการตัดสินใจซื้อจะสงผลตอการบอกตอและการกลับมาซื้อซ้ำในอนาคต

2. การวิจัยครั้งนี้เปนการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นผู้ที่สนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยในหัวข่อที่เกี่ยวข่องกับวิจัยเรื่อองนี้ควรจะมีการศึกษาวิจัยเจาะลึกในเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) ถึงมูลเหตุที่มีอิทธิพลหรือปจจัยอื่น ๆ เชน ความจงรักภักดีในตราสินค่า เป็นต่น เพื่อให่เกิดการค่นพบปจจัยใหม่ๆ ที่สงผลตอการตัดสินใจซื้อกระเปาแบรนดเนมตอไป

3. ควรศึกษาในด่านธุรกิจแบรนเนมหากจะเปนผูประกอบการที่ต่องการมีแบรนดเปนของตนเอง จะตองทำอยางไรใหครองใจกลุมนักศึกษาเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Admin. (2566.). 4C Marketing ตัวช่วยให้ธุรกิจเข้าใจความต้องการของลูกค้า. สืบค้นเมื่อ 19 เมษายนยน 2566, จาก https://www.admeadme.co/blog/digital-marketing/4c

Cochran, W. G. (1977). Sampling Techniques (3rd ed.). John Wiley & Sons. สืบค้น January 5, 2012 https://th.wikipedia.org/wiki=ประชากรในเขตลาดกระบัง
จาก https://www.google.com/search?q=Cochran%2C+W.+G.+(1977)

ไปรยา วิลัยรัตน์และเอื้อมพร ศิริรัตน์ .(2566). เรื่องการตัดสินใจเลือกซื้อกระเป๋าแบรนด์เนม ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด -19 ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร สืบค้น 26 เมษายน 2564 https://so04.tci-thaijo.org/index.php/SSRUJPD

สกาวฟ้า คอนเอม .(2564). เรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร สืบค้นออนไลน์ https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-7/6114152091.pdf?utm_source=chatgpt.com

สำนักบริหารการทะเบียน. กรมการปกครองลาดกระบัง.ประชากรจากการทะเบียน อัตราเพิ่ม และความหนาแน่นของประชากร ในเขตลาดกระบัง พ.ศ.2567 สืบค้นข้อมูล 28 เมษายน 2568

สุพรรษา มากแพทย์ .(2563). เรื่องการบริโภคเพื่อแสดงสถานะ อิทธิพลทางสังคม และภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้า ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์เนม สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหิดล สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2568 https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/

สุอัคคินท์ ตั้งพรเจริญสุข .(2558). ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ทัศนคติด้านส่วนประสมการตลาด 4C’s และแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์ไทยดีไซเนอร์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สืบค้น 2 เมษายน 2568 http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Suaukkint_T

อำพล นววงศ์เสถียร. (2557). พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในร้านค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร.วารสารปัญญาภิวัฒน์. 5(2),134-148.