



ผลกระทบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกที่ส่งผลต่อคุณภาพ
ในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษาร้านเซเว่น อีเลฟเว่น
ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Effect of Retail Store Operating System on Employee's working
quality : Case Study of 7-ELEVEN Stores in Bangkok

ธีรพล อุ่นจันทา¹, พัชราภา เสียงดี², ภาณุมาศ จิตต์กล้า³, ณัฐนันท์ ฐิติยาปราโมทย์⁴, สรัญญา บัลลังก์⁵
Teeraphon Aunchanta¹, Phatcharapa Siangdee², Panumas jitkla³,
Natthanan Thitiyapramote⁴, Saranya Banlang⁵
e-mail : teeraphon.4317@gmail.com

(Received: 15 กันยายน 2565; Revised: 25 ตุลาคม 2565; Accepted: 28 พฤศจิกายน 2565)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบองค์ประกอบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกที่ส่งผลต่อคุณภาพในการทำงานกรณีศึกษาร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ได้แก่ การจัดวางสินค้า การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ การบริหารทางการเงิน การจัดการสินค้าคงคลัง กระบวนการให้บริการ และการบริหารทรัพยากรบุคคล ประชากรในการศึกษา ได้แก่ พนักงานร้านเซเว่น อีเลฟเว่นเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 16,570 ราย กลุ่มตัวอย่างที่ตอบกลับมาจำนวน 411 ราย เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมุติฐานการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า 3 องค์ประกอบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีก ได้แก่ ด้านการบริหารทางการเงิน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลส่งผลกระทบต่อคุณภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ระบบปฏิบัติงาน; คุณภาพในการทำงาน; ร้านค้าปลีก

¹⁻³ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาค้าปลีก, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร., หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

⁵ อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาค้าปลีก, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

¹⁻³ Student in Bachelor of Business Administration Program in Retail Business Management, Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

⁴ Assistant professor Dr., Bachelor of Accountancy, Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

⁵ Lecturer of Bachelor of Business Administration Program in Retail Business Management, Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

ABSTRACT

This case study aimed to examine the effect of component the retail store operating system on employee's working quality of 7-ELEVEN stores in Bangkok, in terms of product placement, online sales, financial management, inventory management, service processes and human resource management. The population was comprised of 16,570 employees of 7-ELEVEN stores in Bangkok, 411 of which were returned and taken as the study sample. The research instrument for data collection was a questionnaire. The statistical devices used for data analysis included descriptive statistics and multiple regression analysis to test hypothesis. The results showed that 3 dimensions of retail store operating system including financial management, service processes and human resource management had significant positive effect on employee working quality.

Keywords: Operating system; Working quality; Retail stores

บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาร้านสะดวกซื้อในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยร้านสะดวกซื้อที่คนไทยนิยมและใช้บริการเป็นอย่างมากคือ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น(7-Eleven) ที่ก่อตั้งโดย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ช่วงสิ้นปี 2563 บริษัทมีร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทั่วประเทศรวม 12,432 สาขาอยู่ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 3,314 สาขา โดยแบ่งร้านสาขาเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ร้านสาขาของบริษัท 2) ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุนหรือร้านค้าแฟรนไชส์ (การร่วมประกอบธุรกิจของบุคคลหรือกิจการตั้งแต่สองคนขึ้นไป ภายใต้ข้อตกลงหรือสัญญาาร่วมค้าเพื่อประกอบกิจการร่วมกันและจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์รวมถึงเป้าหมายการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน) และ 3) ร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (ร้านที่บริษัททำสัญญาอนุญาตให้สิทธิช่วงแก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นในการเปิดร้านเซเว่นอีเลฟเว่นเฉพาะในอาณาเขตที่กำหนด ปัจจุบันมี 4 ราย ภูเก็ต ยะลา เชียงใหม่ และอุบลราชธานี โดยผู้รับสิทธิช่วงจะรับผิดชอบการเปิดสาขาและบริหารร้านเซเว่น อีเลฟเว่นบริษัทจะให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนด้านต่างๆ ตามเงื่อนไขที่ตกลงกัน) มีจำนวนพนักงานให้บริการในร้านมากกว่า 170,000 คน (บริษัทซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน), 2565) ซึ่งถือได้ว่าเป็นบริษัทที่มีกิจการจ้างงานมากที่สุดในประเทศไทยแห่งหนึ่ง

ปัจจุบันร้านสะดวกซื้อได้พัฒนารูปแบบการให้บริการที่ขายความสะดวกสบายเน้นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องใช้ชีวิตเร่งรีบ ต้องการความรวดเร็ว และที่สำคัญเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จากการเก็บข้อมูลของบริษัทพบว่า ปัจจุบันมีลูกค้าเข้าร้านเซเว่น อีเลฟเว่นเฉลี่ยวันละ 11.02 ล้านคน (บริษัทซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน), 2565) บริษัทจึงมุ่งเน้นกลยุทธ์การเป็นร้านสะดวกซื้อที่



มีสินค้าครบครัน ทั้งเครื่องดื่ม ขนม เครื่องครัว ของใช้ต่างๆ เครื่องสำอาง ยาสามัญประจำบ้าน และเน้นให้ความสำคัญกับอาหารพร้อมทานที่สด สะอาด ปลอดภัย และยังมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ เพื่อนำเสนอสินค้าที่หลากหลายและเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค ทำให้ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นเป็นที่นิยมและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น จึงเกิดการขยายร้านสาขาเพิ่มขึ้นในลักษณะรูปแบบของแฟรนไชส์ เมื่อมีการเติบโตอย่างรวดเร็วส่งผลให้การบริหารจัดการร้านเซเว่นอีเลฟเว่นในแต่ละสาขาไม่ทั่วถึง เนื่องจากปัญหาการบริหารจัดการที่ไม่ชัดเจน การสื่อสารข้อมูลที่ไม่ครอบคลุม รวมทั้งการแข่งขันที่สูงขึ้นส่งผลให้เกิดการเปรียบเทียบของผู้บริโภคและผู้ให้บริการในทุกด้าน (ทศพล ภูจำนงค์, 2559) อาทิ การให้บริการที่ต่างกันในแต่ละสาขา ความกดดันของร้านสาขาที่ต้องจำหน่ายสินค้าให้ได้มากที่สุด การเพิ่มยอดขายให้ถึงเป้าหมายในแต่ละวันและแต่ละช่วงเวลาในการทำงาน โดยเฉพาะร้านที่มีลูกค้าต่อวันมากอาจจะส่งผลให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้น้อยลงและไม่ทั่วถึง นอกจากนี้บางร้านที่มีพนักงานน้อยแต่ยอดขายในแต่ละวันมีจำนวนมาก ทำให้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน พนักงานบางตำแหน่งทำงานในแต่ละวันเกินชั่วโมงทำงานตามที่กฎหมายกำหนด หรือพนักงานหนึ่งคนรับผิดชอบงานมากกว่าหนึ่งงานส่งผลทำให้เกิดปริมาณงานค้างมากขึ้น เช่น ในช่วงเวลาทำงานเดียวกันพนักงานต้องให้บริการจำหน่ายสินค้า All café คิดเงินค่าสินค้า รับคำสั่งซื้อในระบบ All Online และส่งสินค้าให้กับลูกค้าตามคำสั่งซื้อ ทำให้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการทำงานที่ลดลง เพราะต้องให้บริการในหลายหน้าที่ในเวลาเดียวกัน

ประสิทธิภาพในการทำงานจะเกิดขึ้นได้หากเกิดความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กร ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์กร รวมทั้งความสุขของผู้ทำงานด้วย หากบุคลากรไม่มีความพึงพอใจในการทำงานก็อาจจะเป็นมูลเหตุหนึ่งที่ทำให้ผลงานและการปฏิบัติงานไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้คุณภาพของงานลดลงเป็นผลเสียต่อองค์กร ทำให้งานเกิดความเสียหาย และทำให้เกิดปัญหาอื่นตามมา แต่ในทางตรงกันข้ามหากองค์กรมีบุคลากรที่มีความพึงพอใจในการทำงานก็ย่อมส่งผลบวกต่อการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน และภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรนั้น การให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน ความรู้ความเข้าใจในงานที่ทำ ความมั่นคงก้าวหน้าในงาน ขวัญและกำลังใจในการทำงาน และความสัมพันธ์กับบุคคลในที่ทำงานจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในระดับมาก (อัครเดช ไม้จันทร์และนุจรี แซ่จิว, 2561)

จากการทบทวนงานวิจัยในอดีตพบว่าปัญหาของระบบปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าปลีก และการให้บริการของกิจการ ประกอบด้วยเรื่องของประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลังภายในร้านค้า เนื่องจากผู้ประกอบการในประเทศไทยไม่ให้ความสนใจเกี่ยวกับการจัดการสินค้าคงคลังเพราะต้นทุนสูง (ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์, 2554) การจัดเก็บกล่องบรรจุสินค้าที่ไม่มีกรวางแผนไม่มีการแบ่งพื้นที่ในการจัดเก็บกล่องอย่างชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาในขั้นตอนของการจัดเตรียมกล่องที่พนักงานจะต้องใช้เวลานานในการค้นหาสินค้าเพื่อนำมาจัดเรียงบนชั้นนอกจากนั้นระดับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม การตอบสนองต่อลูกค้า ความน่าเชื่อถือ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า และการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ส่วนระดับความพึงพอใจในการให้บริการในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วทันเวลา มีการให้บริการอย่างเพียงพอ เท่าเทียมกันส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ (ราณี ศรีไพบุลย์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และ

วราพร ดำรงค์กุลสมบัติ, 2564, น. 674-681)ภายใต้การตลาดที่มีการแข่งขันสูง การส่งเสริมการขายโดยการจัดแสดงสินค้าและจัดเรียงสินค้าให้เป็นที่น่าสนใจจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการสนใจและซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น (ตปณีย์ ทิพย์ผ่อง, 2556)และการบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์ในระดับมากกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน (กิตติกร เจือนเพชร, 2562)

สำหรับกรณีของธุรกิจร้านค้าปลีกอย่างร้านเซเว่น อีเลฟเว่นซึ่งเป็นบริษัทที่มีการจ้างงานพนักงานเป็นจำนวนมาก ระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกจึงเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะมิติของการจัดวางสินค้า การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ การบริหารทางการเงิน การจัดการสินค้าคงคลัง กระบวนการให้บริการ และการบริหารทรัพยากรบุคคล เพราะบุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีค่าและสำคัญต่อองค์กร ดังนั้นคณะวิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกที่ส่งผลต่อคุณภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน เนื่องจากร้านค้ามีระบบปฏิบัติงานที่ดีและเอื้ออำนวยความสะดวกต่อพนักงานจะทำให้พนักงานปฏิบัติงานได้เต็มความสามารถต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาผลกระทบขององค์ประกอบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกได้แก่ การจัดวางสินค้า การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ การบริหารทางการเงิน การจัดการสินค้าคงคลัง กระบวนการให้บริการ และการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพในการทำงาน

ทบทวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย Kotler (1997) เดิมส่วนประสมการตลาดมี 4 ตัวแปร (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาได้มีการพัฒนาตัวแปรเพิ่มเติม เรียกเป็นส่วนประสมทางการตลาด 7Ps โดยตัวแปรที่เพิ่มขึ้นมา ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่โดยเฉพาะธุรกิจการให้บริการ (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(อึ้งไฉ นิมิต ไชยวงศ์, 2559, น. 95-115) ได้สรุปเกี่ยวกับแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps สำหรับธุรกิจการบริการ ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไป ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นสิ่งซึ่งจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ในด้านการบริการด้านสินเชื่อนั้นถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของบริการ 2) ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ลูกค้าจะได้เปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value)



ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาจะตัดสินใจซื้อ 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรก คือการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุดและค่านึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วย 4) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า 5) บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อแสวงหาลูกค้า การเสนอขายเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ 6) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม หรือต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้กับลูกค้า (Customer- Value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็วในการจำหน่ายตัว หรือ คุณประโยชน์อื่น และ 7) กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการ และงานที่ปฏิบัติใน ด้านการบริการ ที่นำเสนอกับลูกค้าเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าเกิด ความประทับใจ

งานวิจัยในอดีตยังพบว่า การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในการจัดการสินค้าและบริการที่ดีด้านคุณค่าผลิตภัณฑ์ ราคา ความสะดวกในการซื้อ บรรยากาศภายในร้าน การส่งเสริมการขาย และการให้บริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการซื้อสินค้า (คะเน็งนิจด์ หนูเช็ก และคนอื่นๆ, 2561, น. 131-153) จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยสรุปได้ว่า แนวคิดส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้โดยธุรกิจต้องมีการกำหนดส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายทำให้เกิดพฤติกรรมที่ซื้อสินค้านี้ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค และเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด

แนวคิดระบบปฏิบัติงานร้านค้าปลีก

รูปแบบของร้านค้าปลีกสมัยใหม่เน้นการจำหน่ายและการนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย มีระบบและมาตรฐานโดยอาศัยความรู้ ความชำนาญ เทคโนโลยี และการลงทุนที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ร้านค้าปลีกจึงต้องมีระบบการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ต้นทุนต่ำ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าในปัจจุบัน ซึ่งประเภทของธุรกิจในรูปแบบร้านค้าปลีกนั้นมีหลายประเภท เช่น ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกที่เน้นรูปแบบการขายส่ง ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น โดยธุรกิจค้าปลีกเริ่มจากผู้ผลิต ทำการผลิตสินค้าเพื่อขายส่งให้กับผู้ค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งจะนำไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย ทำให้สามารถซื้อสินค้าได้ตามความต้องการและสะดวก (คะเน็งนิจด์ หนูเช็ก และคนอื่นๆ, 2561, น. 131-153)

สำหรับบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของการจัดระบบปฏิบัติการของร้านค้าปลีกอย่างร้านเซเว่น อีเลฟเว่น จะมีหัวหน้างานของร้านหรือที่เรียกว่า FC มีหน้าที่ดูแลร้านสาขาที่รับผิดชอบ 4 - 6 ร้านต่อคน โดยมีหน้าที่ในการดูแลการเก็บยอดขายตรวจสอบยอด

เงินสดของร้านสาขานั้น ดูแลเรื่องความเป็นอยู่ของพนักงาน และการโยกย้ายพนักงาน ในการปฏิบัติงานร้านค้าปลีกอย่างกรณีของร้านเซเว่น อีเลฟเว่นมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามตำแหน่งงาน ได้แก่ ผู้จัดการร้าน ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน และพนักงานประจำ (ปิยะ วัตตพาศิษฐ์, สัมภาษณ์, 2565) โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบแตกต่างกันออกไป

สมมติฐานงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีสมมติฐานงานวิจัยคือองค์ประกอบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกส่งผลกระทบต่อคุณภาพในการทำงาน โดยระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกแบ่งออกเป็น 6 องค์ประกอบ ได้แก่ด้านการจัดวางสินค้า ด้านการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ ด้านการบริหารทางการเงิน ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล สมมติฐานงานวิจัยจึงเป็นดังนี้

H1: ระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกด้านการจัดวางสินค้า ส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพในการทำงาน

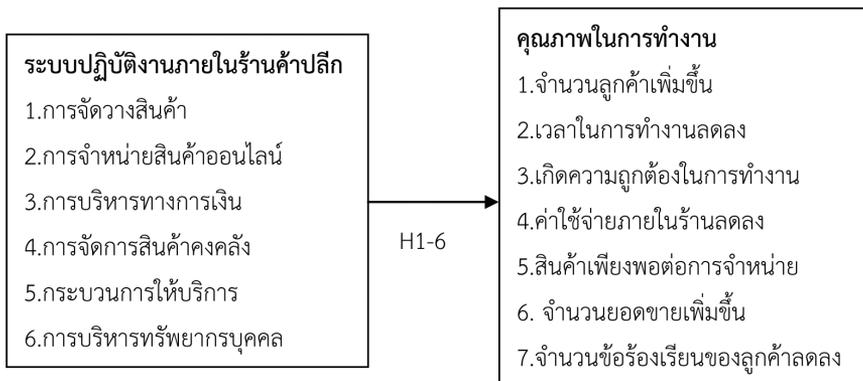
H2: ระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกด้านการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพในการทำงาน

H3: ระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกด้านการบริหารทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพในการทำงาน

H4: ระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกด้านการจัดการสินค้าคงคลังส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพในการทำงาน

H5: ระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกด้านกระบวนการให้บริการส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพในการทำงาน

H6: ระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพในการทำงาน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษาร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อสำรวจและนำเสนอในเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยคณะวิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานร้านเซเว่น อีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ผู้จัดการร้าน ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน 1 ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน 2 และพนักงานประจำ ร้านเซเว่น อีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนทั้งสิ้น 3,314 สาขา(บริษัทซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน), 2565) จากการสัมภาษณ์ปิยะ วัฒนพานิชย์ (2565) เพื่อให้ทราบจำนวนประชากรที่จะศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ในทุกสาขาของร้านเซเว่น อีเลฟเว่นจะมีพนักงานประกอบด้วย ผู้จัดการร้าน ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน 1 ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน 2 และพนักงานประจำ รวมจำนวนสาขาละ 5 คน ดังนั้นจำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัยจึงมีจำนวน 16,570 ราย เมื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 391 ราย ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามต้องการ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ข้างต้น โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงานในปัจจุบัน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนถึงปัจจุบัน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกของพนักงาน กรณีศึกษาร้านเซเว่น อีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 27 ข้อ ได้แก่ ด้านการจัดวางสินค้า จำนวน 5 ข้อ ด้านการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ จำนวน 4 ข้อ ด้านการบริหารทางการเงิน จำนวน 5 ข้อ ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง จำนวน 4 ข้อ ด้านกระบวนการให้บริการ จำนวน 4 ข้อ และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล จำนวน 5 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษาร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกและคุณภาพในการทำงานของพนักงานร้านเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร

คุณภาพของเครื่องมือ คณะนักวิจัยได้นำแบบสอบถาม เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความเหมาะสมความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัยเพื่อนำมาปรับปรุง แก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ แล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย (Content Validity) ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้

เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณานำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try – out) กับผู้จัดการร้าน ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน 1 ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน 2 และพนักงานประจำ จำนวน 30 คนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างผลที่ได้ทดสอบหาความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยการทดสอบทางสถิติดูจากค่า Factor Loading พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.705 – 0.971 ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.40 (Nunnally& Bernstein, 1994) และหาความเชื่อมั่น (Reliability) ตามแนวคิดของ ครอนบาค (Cronbach) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α – Coefficient) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.866 – 0.969 ซึ่งค่าที่ได้ต้องมากกว่า 0.70 (Hair,Black, Babin& Anderson, 2010) จากการนำแบบสอบถามไปทดสอบเพื่อหาความตรงเชิงเนื้อหา และความเชื่อมั่นหรือค่าความเที่ยงพบว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีคุณภาพซึ่งสามารถแสดงค่าทางสถิติดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลค่า Factor Loadings และค่า Alpha Coefficient

ตัวแปร	จำนวน	Factor Loadings	Alpha Coefficient
การจัดวางสินค้า (Products Placement: PP)	30	0.796-0.925	0.896
การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ (Online Sales: OS)	30	0.705-0.924	0.866
การบริหารทางการเงิน (Financial Management: FM)	30	0.803-0.921	0.910
การจัดการสินค้าคงคลัง(Inventory Management: IM)	30	0.816-0.944	0.901
กระบวนการให้บริการ (Service Processes: SP)	30	0.831-0.913	0.888
การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management: HM)	30	0.871-0.971	0.943
คุณภาพในการทำงาน (Quality of Working: QW)	30	0.834 -0.962	0.969

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลคณะวิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางออนไลน์ โดยส่งแบบสอบถามผ่านทางโซเชียลมีเดียและสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Line Website ในกลุ่มของพนักงานร้านเซเว่น อีเลฟเว่นเนื่องจากคณะวิจัยเป็นนักศึกษาตามหลักสูตรร่วมกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จึงใช้ช่องทางผ่านโซเชียลมีเดียเฉพาะในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ ครั้งแรกได้รับแบบสอบถามคืนกลับมาจำนวน 118 ฉบับ และได้ส่งแบบสอบถามอีกครั้งเพื่อให้ได้ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามที่ได้กลับคืนมา มีความถูกต้องและครบถ้วนทั้งสิ้น 411 ฉบับ



4. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้สถิติ 2 ประเภทในการวิจัยได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multivariate Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 50.10) รองลงมาเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 49.90) มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 51.60) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 52.30) มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี (ร้อยละ 39.40) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 33.10) และตำแหน่งงานในปัจจุบันส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นพนักงานประจำ (ร้อยละ 30.20)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกตัว

ตัวแปร	QW	PP	OS	FM	IM	SP	HM
ค่าเฉลี่ย	4.301	4.394	4.319	4.324	4.330	4.317	4.260
S.D.	0.807	0.744	0.829	0.829	0.829	0.814	0.873
คุณภาพในการทำงาน(QW)	1						
การจัดวางสินค้า(PP)	.764 ***	1					
การจำหน่ายสินค้าออนไลน์(OS)	.794 ***	.897 ***	1				
การบริหารทางการเงิน (FM)	.797 ***	.872 ***	.919 ***	1			
การจัดการสินค้าคงคลัง (IM)	.769 ***	.843 ***	.880 ***	.914 ***	1		
กระบวนการให้บริการ (SP)	.798 ***	.836 ***	.858 ***	.873 ***	.898 ***	1	
การบริหารทรัพยากรบุคคล (HM)	.808 ***	.798 ***	.865 ***	.874 ***	.886 ***	.891 ***	1

***นัยสำคัญที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (Correlation Coefficients) แสดงในตารางที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.764 – 0.919 และค่า Variance Inflation Factors (VIFs) แสดงในตารางที่ 3 เพื่อทดสอบโอกาสในการเกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) มีค่าเท่ากับ 9.909 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 (Black, 2006) ดังนั้นจึงไม่พบปัญหาเรื่องความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ จึงสามารถทดสอบสมมติฐานต่อไปได้

ตารางที่ 3 ผลกระทบระหว่างองค์ประกอบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกกับคุณภาพในการทำงานของพนักงาน

องค์ประกอบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีก	ตัวแปรตาม (คุณภาพในการทำงานของพนักงาน)			
	B	Standard Error	t	p-value
การจัดวางสินค้า (PP)	0.147	0.065	2.250	0.025**
การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ (OP)	0.123	0.082	1.503	0.134
การบริหารทางการเงิน (FM)	0.187	0.084	2.210	0.028**
การจัดการสินค้าคงคลัง (IM)	-0.147	0.080	-1.852	0.065*
กระบวนการให้บริการ (SP)	0.229	0.072	3.195	0.002***
การบริหารทรัพยากรบุคคล (HM)	0.348	0.069	5.010	0.000***

R = 0.842 R² = 0.709 Adj R² = 0.705 Maximum VIF = 9.909

* นัยสำคัญที่ระดับ .10, ** นัยสำคัญที่ระดับ .05, *** นัยสำคัญที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นถึงผลกระทบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกที่มีต่อคุณภาพในการทำงานของพนักงานโดยผลการวิเคราะห์ พบว่า ระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกด้านการจัดวางสินค้า ด้านการบริหารทางการเงิน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลส่งผลกระทบต่อคุณภาพในการทำงาน ในขณะที่ด้านการจัดการสินค้าคงคลังส่งผลกระทบต่อคุณภาพในการทำงาน โดยค่ากำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณส่งผลร้อยละ 70.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุงส่งผลร้อยละ 70.50 ดังนั้นจึงสนับสนุนสมมุติฐานที่ 1, 3, 4, 5 และ 6

ตารางที่ 4 ผลกระทบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกกับคุณภาพในการทำงานของพนักงาน

ระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีก	ตัวแปรตาม (คุณภาพในการทำงานของพนักงาน)			
	B	Standard Error	t	p-value
ระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีก	0.833	0.027	30.490	0.000***

R = 0.833 R² = 0.694 Adj R² = 0.694 Maximum VIF = 1.000

*** นัยสำคัญที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 ผลกระทบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกกับคุณภาพในการทำงานของพนักงาน พบว่าระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกมีผลกระทบต่อคุณภาพในการทำงาน โดยค่ากำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณส่งผลร้อยละ 69.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุงส่งผลร้อยละ 69.40



อภิปรายผล

การวิเคราะห์ผลกระทบของระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกที่มีต่อคุณภาพในการทำงานของพนักงานกรณีศึกษาร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าระบบปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกมีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพในการทำงานของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครเดช ไม้จันทร์ และนุจริัย แซ่จิว (2561, น. 95-121) ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานได้แก่ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความรู้ความเข้าใจในงาน ความมั่นคงขวัญและกำลังใจในการทำงาน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในการทำงานทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน โดยองค์ประกอบของระบบปฏิบัติงานในร้านค้าปลีกประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ พบว่ามี 4 องค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับคุณภาพในการทำงานของพนักงานและ 1 องค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อเชิงลบกับคุณภาพในการทำงานของพนักงานสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การจัดวางสินค้า เป็นการวางแผน ออกแบบ และตกแต่งผังภายในร้านค้า ซึ่งจะต้องคำนึงการออกแบบทั้งภายในและภายนอกร้าน โดยการจัดแสดงสินค้าและจัดเรียงสินค้าสามารถกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจซื้อสินค้ามากขึ้น งานวิจัยของ เมธิณี ศรีกาญจน์ และ ชุมพล มณฑาทิพย์กุล (2556, น. 8-20) พบว่า รูปแบบตำแหน่งการจัดวางสินค้าส่งผลให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

2. การบริหารทางการเงินเป็นการวางแผน เตรียมการด้านการเงินทั้งในส่วนของการรับ จ่าย เก็บรักษาและการบริหารเงิน โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารการเงินการคลัง ได้แก่ ทักษะความรู้ความสามารถ การบริหารจัดการ และกลยุทธ์ขององค์กร (วาสนา จังพานิช, 2561, น. 97-111)

3. กระบวนการให้บริการ เป็นขั้นตอนในการปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี โดยทำให้เกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย และเป็นธรรม ที่นำมาซึ่งความประทับใจ สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่พบว่า การให้บริการที่มีคุณภาพจะต้องเป็นรูปธรรม ตอบสนองความต้องการของลูกค้า นำเชื่อถือ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า และสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (ราณี ศรีไพบูลย์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และ วราพร ดำรงกุลสมบัติ, 2564, น. 74-681)

4. การบริหารทรัพยากรบุคคล เป็นการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานในองค์กร จึงเป็นผู้ปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยจำเป็นต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน (อนิวัช แก้วจำนงค์, 2552) ซึ่งสอดคล้องกับงานของ กิตติกร เชื้อนเพชร (2562) พบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์ตั้งแต่การสรรหาและคัดเลือก การพัฒนาฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน และค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร

5. การจัดการสินค้าคงคลังมีผลกระทบเชิงลบกับคุณภาพในการทำงานแสดงให้เห็นว่าการจัดการสินค้าคงคลังที่มีระบบซับซ้อนทำให้คุณภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานลดลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ (2554) พบว่าผู้ประกอบการในประเทศไทยไม่ให้ความสำคัญกับการจัดการสินค้าคงคลังเพราะทำให้เกิดต้นทุนสูง อีกทั้งอาจเกิดจากการไม่มีการวางแผนในการจัดเก็บและการแบ่งพื้นที่ในการจัดเก็บที่ชัดเจนทำให้พนักงานต้องใช้เวลาในการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง

สำหรับระบบการปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีกด้านการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพในการทำงานของพนักงาน อาจเกิดจากการที่พนักงานจะต้องให้บริการจำหน่ายสินค้าออนไลน์เพิ่มเติมทำให้มีภาระความรับผิดชอบมากขึ้น เพราะการจำหน่ายสินค้าออนไลน์พนักงานต้องมีความรู้ ความสามารถในการทำระบบและการจัดการสินค้าออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนีย์ วรรัตนโกมล และอดิศักดิ์ วรพิวุฒิ (2559, น. 133-140) ที่พบว่าปัญหาและอุปสรรคของการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ได้แก่ การขาดความรู้ความสามารถในการทำหน้าร้าน ภาระค่าใช้จ่ายและสภาพการแข่งขันที่มีมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

สำหรับข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาร้านค้าปลีก คือ 1) การให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรเป็นสำคัญ เช่น การให้ความรู้ในการปฏิบัติงาน วิธีการสื่อสารข้อมูลระหว่างกัน เป็นต้น นอกจากนี้เน้นการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว เพราะทรัพยากรบุคคลมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร 2) การนำผลลัพธ์จากงานวิจัยไปกำหนดนโยบายในการบริหารจัดการร้านค้าที่ไม่สร้างความกดดันให้กับผู้ปฏิบัติงานในการกระตุ้นยอดขายและ 3) การนำผลลัพธ์ไปใช้ในการปรับระบบปฏิบัติงานภายในร้านเพื่อทำให้เกิดคุณภาพในการทำงานของพนักงานมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การทำวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่ 1) การศึกษาตัวแปรในแต่ละระบบการปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีก เพื่อทำให้เกิดความชัดเจนและเห็นปัญหาในการปฏิบัติงานในแต่ละด้าน 2) การศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มตัวอย่างอื่นของร้านค้าปลีก เช่น ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น และ 3) ศึกษาประเด็นอื่นนอกจากการระบบการปฏิบัติงานภายในร้านค้าปลีก เช่น ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดีของพนักงานร้านค้าปลีก เป็นต้น



เอกสารอ้างอิง

- กิตติกร เชื้อนเพ็ชร. (2562). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานไปรษณีย์ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. *วารสารวิจัยธุรกิจและการจัดการ เพื่อความเป็นเลิศ*. <http://www.excmba.ru.ac.th/>
- คะนิงนิจด์ หนูเช็ก, ทศนีย์ ประธาน, พรทิพย์ เสี่ยมหาญ และ สุวัจณี เพชรรัตน์. (2561). การจัดการสินค้าและบริการในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทซูเปอร์มาเก็ต. *วารสารวิทยาการจัดการ*. 5(2), 131-153.
- ตปณีย์ ทิพย์ผ่อง. (2556). แนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดแสดงสินค้าและการจัดเรียงสินค้าแผนกเครื่องเขียนของห้างสรรพสินค้าไอเซตัน. (ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทศพล ภูจำนงค์. (2559). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายของผู้บริโภค: กรณีศึกษาร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิमित ไชยวงศ์. (2559). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะของผู้บริโภคจังหวัดลำปาง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*. 5(2), 95-115.
- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน). (2565, 16 มกราคม). ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น. <https://www.cpall.co.th/about-us/our-business/convenience-store-services>
- ปิยะ วัตถพานิชย์เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ณัฐนันท์ รัฐิยาปราโมทย์ เป็นผู้สัมภาษณ์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2565.
- ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์. (2554). *ประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าปลีก: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย* (รายงานวิจัย). สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เมธินี ศรีกาญจน์ และชุมพล มณฑาทิพย์กุล. (2556). การปรับปรุงประสิทธิภาพตำแหน่งการจัดวางสินค้าในคลังสินค้า กรณีศึกษา บริษัทศรีไทยซูเปอร์แวร์ จำกัด (มหาชน) สาขาสุขสวัสดิ์. *WMS Journal of Management*. 2(3), 8-20.
- ราณี ศรีไพบูลย์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และวราพร ดำรงค์กุลสมบัติ. (2564). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจด้านการขนส่งสินค้าของบริษัท เคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*. 11(4), 674-681.
- วาสนา จังพานิช. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารการเงินการคลังของโรงพยาบาล. *วารสารหัวหินสุขใจไกลกังวล*. 3(1), 97-111.
- ศิโรรัตน์ สังข์สุข, สุภาทิพย์ ไกรนรา และ พจนารถ ภูวเศรษฐ์. (2564). *การปฏิบัติงานสินค้าในร้านค้าปลีก*. บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด.
- สุนีย์ วรรณโกมล และอดิศักดิ์ วรพิวุฒิ. (2559). ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจซื้อขายสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต. *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*. 26(1), 133-140.

- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนิวช แก้วจางค์. (2552). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- อัครเดช ไม้จันทร์ และนุจรีย์แซ่จิว. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*. 5(1), 95-121.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. (4th ed.). John Wiley and Sons.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis: a global perspective*. Pearson Publishing.
- Kotler, Phillip. (1997). *Principles of Marketing*. Prentice-Hall, Inc.
- Nunnally, J.C., & Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric theory*. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 17, 275-280.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis (3th ed.)*. Harper and Row publication.