

ความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
Trust and Word of Mouth Affecting the Intention to Use the ISO 9001 Certification Services of Business Operators in the Manufacturing Sector in Mueang District, Samut Sakhon Province

ทศวรรณ พรหมสุวรรณ¹ ธัญนันท์ บุญอยู่²
Tatsawan Promsuwan, Thanyanan Boonyoo

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งการวิจัยนี้ได้มีรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 325 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อมั่นด้านความเชี่ยวชาญ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการรับรู้ชื่อเสียงและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.305-0.708 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.711 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) มีอำนาจในการพยากรณ์รวมเท่ากับร้อยละ 50.50

คำสำคัญ (Keywords) : ความเชื่อมั่น; การบอกต่อ; ความตั้งใจใช้บริการ

Abstract

The objectives of this study were to investigate the impact of trust and word of mouth on the intention to use ISO 9001 certification services among business operators in the manufacturing sector in Mueang District, Samut Sakhon Province. This study was quantitative research. The sample group consisted of 325 business operators from the manufacturing sector in Mueang District, Samut Sakhon Province, selected by using simple random sampling.

Received: 2025-02-18 Revised: 2025-03-03 Accepted: 2025-03-05

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ Student, Master of Business Administration Program, Graduate School, Southeast Asia University. E-mail: h.hoshi.huafuu@gmail.com

² อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ Lecturer, Master of Business Administration Program, Graduate School, Southeast Asia University. E-mail: thanyanan7@gmail.com

The research instrument was a questionnaire. Statistical methods used for data analysis included multiple regression analysis.

The results of the study revealed that the trust in expertise, honesty, reputation perception, and word of mouth significantly influenced the intention to use ISO 9001 certification services at the 0.05 significance level, with correlation coefficients ranging from 0.305 to 0.708. The multiple correlation coefficient (R) was 0.711, and the coefficient of determination (R^2) was 50.50%, indicating the predictive power of the model.

Keywords: trust; word of mouth; intention to use service

บทนำ (Introduction)

ท่ามกลางตลาดที่ทวีการแข่งขันกันมากขึ้น ความท้าทายต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว หรือความไม่แน่นอนทางภูมิศาสตร์ องค์กรธุรกิจต่างต้องแสวงหาวิธีปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่เสมอ และมาตรฐานระบบการบริหารคุณภาพ ISO ก็เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการทำให้องค์กรธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายได้ (สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ, 2567: 1) โดยระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 เป็นรูปแบบมาตรฐานสากลสำหรับการจัดการทางด้านคุณภาพและเป็นระบบบริหารประกันคุณภาพขั้นพื้นฐานที่มีความมุ่งหมายที่จะให้ระบบคุณภาพเท่าเทียมกันระหว่างองค์กรและประเทศต่าง ๆ ซึ่งจัดทำขึ้นโดย International Standardization and Organization (ISO) ที่เป็นองค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐานระดับสากลแบบสมัครใจ (Voluntary Standards) โดยหลายองค์กรได้มีการนำระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 มาใช้กันอย่างแพร่หลาย เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจทุกประเภทได้มีการนำไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการผลิต การส่งมอบสินค้า และการบริการที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (ศิริภิญโญ ศิริชภัคค์ และวิชิต อ้วน, 2567: 55) และจากการรายงานของสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ พบว่า ในปี 2567 ได้มีการเปิดเผยฐานข้อมูลของผู้ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการ ISO 9001 มีจำนวนทั้งสิ้น 16,182 ราย (สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ, 2567: 1) นอกจากนี้ผลการสำรวจของ Splendid Consultant ก็พบว่า ในปี 2566 ประเทศไทยได้มีการขอการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการ ISO 9001 ถึง 13,491 ราย โดยธุรกิจที่มีการขอการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการ ISO 9001 มากที่สุดเป็นธุรกิจภาคการผลิต อันดับ 1 คือ ธุรกิจผลิตโลหะพื้นฐานและผลิตภัณฑ์โลหะประดิษฐ์ รองลงมา คือ ธุรกิจผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก ลำดับถัดมา คือ ธุรกิจผลิตอาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ (Splendid Consultant, 2023: 2)

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มภาคกลางตอนล่างที่มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจขึ้นอยู่กับภาคการผลิต โดยในปี 2565 ได้มีโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการสะสมทั้งสิ้น 6,347 โรงงาน มีเงินลงทุนอยู่ที่ 352,049 ล้านบาท และมีอัตราการจ้างงาน 362,833 คน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันในปีก่อนพบว่า อัตราการขยายตัวของจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตใหม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ -6.28 จำนวนเงินลงทุนเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 13.47 และมีอัตราการจ้างงานเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 5.98 (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร, 2565: 3) โดยในปัจจุบันธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาครได้ให้ความสำคัญกับการนำระบบการจัดการ ISO 9001 มาใช้เพื่อมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เกิดเป็นธุรกิจผู้ให้บริการรับรองระบบ ISO 9001 เป็นจำนวนมาก โดยให้คำปรึกษา

พร้อมกับทำหน้าที่ให้บริการฝึกอบรมและให้คำแนะนำ เพื่อให้การปฏิบัติงานในทุกขั้นตอนเป็นไปอย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับมาตรฐานระบบบริหารงานสากล ประกอบกับมีความพร้อมในการขอการรับรองระบบการจัดการ ISO 9001 ส่งผลให้ธุรกิจผู้ให้บริการรับรองระบบ ISO 9001 ต่างมุ่งเน้นสร้างบุคลากรที่มากด้วยประสบการณ์ในธุรกิจด้านโรงงานอุตสาหกรรมและภาคบริการทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตเกิดความมั่นใจและความเชื่อมั่นในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และเกิดความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 อย่างต่อเนื่อง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2567: 1)

จากการศึกษาของ Chua, Chiu & Chiu (2020: 178) ได้กล่าวว่า การจะทำให้บุคคลเกิดความตั้งใจใช้บริการจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยความเชื่อมั่นที่เกิดจากความเต็มใจของบุคคลที่ไว้วางใจในบริการของธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเป็นแนวคิดที่สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ซึ่งความเชื่อมั่นที่ลูกค้ารับรู้หรือรู้สึกได้จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อบริการนั้น ๆ ได้อย่างยั่งยืน (Salwa et al., 2022: 5009) โดยความเชื่อมั่นที่เป็นผลลัพธ์ความคาดหวังเชิงบวกและเป็นนามธรรมอันก่อตัวขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ของอิทธิพลจากด้านเทคโนโลยี สังคม และพฤติกรรมจะแปรเปลี่ยนให้เกิดพฤติกรรมการยอมรับที่นำไปสู่ความตั้งใจในการเลือกใช้บริการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ (Alrawad et al., 2023: 2-3) นอกจากนี้การศึกษาของพัชรวิพรรณ ชมทอง และธัญนันท์ บุญอยู่ (2567: 576) ได้กล่าวว่า การบอกต่อก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองฝ่ายและเป็นการสื่อสารของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลของบริการที่ลูกค้าได้รับได้มีการบอกต่อกัน โดยข้อมูลที่มีการสื่อสารจะเป็นข้อมูลในเชิงบวกที่ลูกค้าใช้บริการและเกิดความยินดีที่จะแนะนำให้บุคคลอีกฝ่ายเกิดพฤติกรรมความตั้งใจเลือกใช้บริการนั้น ๆ เช่นกัน (Kitcharoen, 2019: 62) โดยการบอกต่อที่เป็นพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างลูกค้ากับสินค้า การบริการ หรือตราสินค้า ซึ่งจะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตลาดที่ตระหนักรู้และสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการบอกต่อจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลที่รู้จักกันและจะเป็นการสื่อสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการที่มุ่งเป้าไปที่ลูกค้าหรือลักษณะของสินค้าและบริการเฉพาะ หรือผู้ขาย เมื่อลูกค้าได้รับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ก็ย่อมนำไปสู่ความตั้งใจในการเลือกใช้บริการของลูกค้าในระดับที่สูงขึ้นได้ (Suryo & Stepanus, 2023: 19)

จากประเด็นการจดทะเบียนใหม่ที่ลดลงของธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบกับการจดทะเบียนยกเลิกประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร สูงขึ้น อีกทั้งจำนวนบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันของบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 สูงขึ้น จึงส่งผลให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาถึงความเชื่อมั่นและการบอกต่อที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยจะศึกษาถึงว่า ปัจจัยความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครหรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาทางวิชาการจะสามารถทำให้ผู้วิจัยหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจในส่วนของบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ทราบถึงปัจจัยความเชื่อมั่นและการบอกต่อจะมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่สามารถสร้างความ

เชื่อมั่นและตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

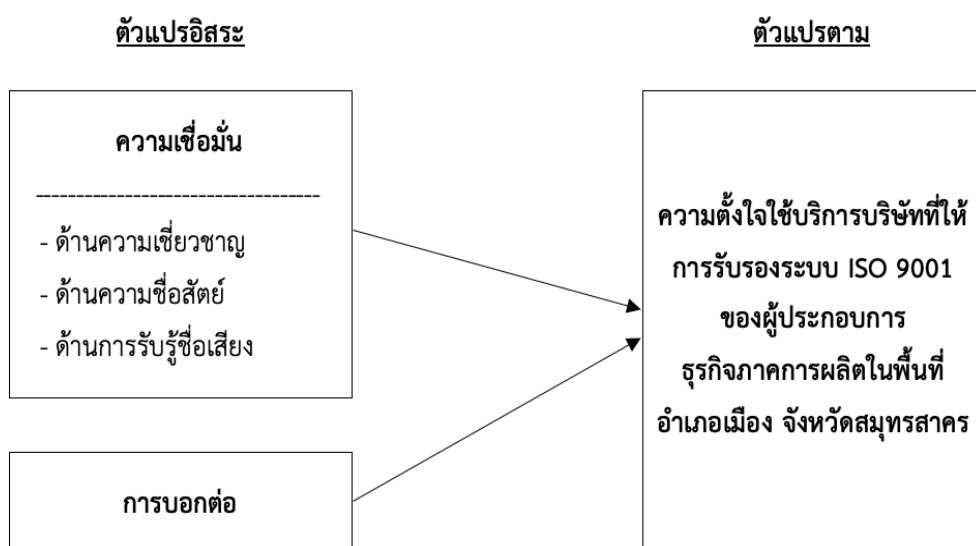
เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นและการบอกต่อที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. ความเชื่อมั่นมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001
2. การบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาศึกษาถึงความเชื่อมั่นและการบอกต่อที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยสามารถพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาระเบียบวิธีวิจัยในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้จากการออกแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ได้จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่นและการบอกต่อที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งระเบียบวิธีวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถนำเสนอในแต่ละประเด็นได้ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อมั่นและการบอกต่อที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตพื้นที่อำเภอเมือง

จังหวัดสมุทรสาคร โดยประกอบด้วยตัวแปรอิสระ คือ 1) ความเชื่อมั่น ที่มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชี่ยวชาญ ด้านความซื่อสัตย์ และด้านการรับรู้ชื่อเสียง และ 2) การบอกต่อ ส่วนตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้บริการ

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวนทั้งสิ้น 1,714 ราย โดยจำนวนข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในช่วงปี พ.ศ. 2566 (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2567: 1-3) และกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 325 ตัวอย่าง โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Yamane (1973: 278 อ้างถึงใน สุชาร์ตน์ บุญอยู่, 2563: 199) ที่เป็นแนวทางหนึ่งที่ได้รับการยอมรับในการใช้การกำหนดตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณที่เป็นการประมาณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความผิดพลาดคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ ± 5 การสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ผู้ที่ทำวิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้เกิดการกระจายของประชากรและให้ทุกส่วนของประชากรได้รับการคัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุม โดยคัดเลือกจากผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 325 ตัวอย่าง

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งส่วนหนึ่งได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้วิจัย โดยผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และจำนวนพนักงาน ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความเชื่อมั่น โดยพัฒนามาจากแบบวัดของศิญารัตน์ ดำรงค์ศิริพงศ์ (2564: 108) จำนวน 13 ข้อ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อวัดระดับการบอกต่อ โดยพัฒนามาจากแบบวัดของปารมี รอดกลิ่น (2562: 98) และจิรัชพัฒน์ พิชัยกมลศิลป์ (2563: 93) จำนวน 5 ข้อ และส่วนที่ 4 แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความตั้งใจใช้บริการ โดยพัฒนามาจากแบบวัดของศิญารัตน์ ดำรงค์ศิริพงศ์ (2564: 108-109) จำนวน 6 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามส่วนที่ 2-4 ข้างต้นในแต่ละส่วนจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ Likert (1932: 52, อ้างถึงใน สุชาร์ตน์ บุญอยู่, 2563: 199) ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยใช้คำถามที่แสดงระดับการวัดข้อมูลอันตรภาค (Interval Scale)

3. การสร้างและหาคุณภาพของเครื่อง ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาแบบสอบถามตามคำแนะนำของที่ปรึกษา และให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประเมินความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence-IOC) ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ที่ได้มีค่าอยู่ตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.50-1.00 และเมื่อแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหาตามเกณฑ์แล้ว ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบหาความเที่ยงของเครื่องมือด้วยการไปทดลองใช้ 30 ชุด กับประชากรที่มีคุณลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค

(Cronbach) ของแต่ละตัวแปรควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้อยู่ระหว่าง 0.906-0.962

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการขอหนังสือจากสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 325 คน โดยก่อนเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างชัดเจน และการเก็บข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ได้กระทำตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และจำนวนพนักงาน ด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ระดับของความเชื่อมั่น การบอกต่อ และความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ด้วยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล 2 ประเภท เพื่อนำผลของความสัมพันธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์นี้ไปใช้พยากรณ์ค่าตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล

ผลการวิจัย (Research Results)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 325 ตัวอย่าง ซึ่งผลการวิจัยสามารถแสดงได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 325 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 247 คน ร้อยละ 76.00 มีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 119 คน ร้อยละ 36.62 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 225 คน ร้อยละ 69.23 มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบบริษัทจำกัด จำนวน 296 คน ร้อยละ 91.08 และมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน ร้อยละ 92.00

2. ผลการวิเคราะห์ระดับของความเชื่อมั่น การบอกต่อ และความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความเชื่อมั่น การบอกต่อ และความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ความเชื่อมั่น	4.47	0.448	มาก
ด้านความเชี่ยวชาญ	4.59	0.503	มากที่สุด
ด้านความซื่อสัตย์	4.57	0.525	มากที่สุด

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
ด้านการรับรู้ชื่อเสียง	4.24	0.558	มาก
การบอกต่อ	3.81	0.787	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีระดับความคิดเห็นความเชื่อมั่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.448 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความเชื่อมั่นด้านความเชี่ยวชาญ ด้านความซื่อสัตย์ และด้านการรับรู้ชื่อเสียง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59, 4.57, 4.24 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.503, 0.525 และ 0.558 ตามลำดับ ส่วนระดับความคิดเห็นการบอกต่อโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.787

3. ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ที่สามารถแสดงได้เป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ตัวแปร	CA	AA	AB	AC	WOM
CA	1	0.635**	0.598**	0.494**	0.429**
AA		1	0.708**	0.528**	0.305**
AB			1	0.505**	0.377**
AC				1	0.428**
WOM					1

หมายเหตุ - (CA หมายถึง ความตั้งใจใช้บริการ, AA หมายถึง ความเชื่อมั่นด้านเชี่ยวชาญ, AB หมายถึง ความเชื่อมั่นด้านซื่อสัตย์, AC หมายถึง ความเชื่อมั่นด้านการรับรู้ชื่อเสียง, WOM หมายถึง การบอกต่อ) (** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01)

จากตารางที่ 2 แสดงได้ว่า ความเชื่อมั่นที่ประกอบด้วย ความเชื่อมั่นด้านความเชี่ยวชาญ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการรับรู้ชื่อเสียง และการบอกต่อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.305-0.708 ซึ่งการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเองแล้ว พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปและตัวแปรตามดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณของตัวแปรความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.850	0.202		4.199	0.000*		
ด้านความเชี่ยวชาญ (AA)	0.348	0.059	0.344	5.927	0.000*	0.458	2.184
ด้านความซื่อสัตย์ (AB)	0.238	0.055	0.246	4.315	0.000*	0.475	2.106
ด้านการรับรู้ชื่อเสียง (AC)	0.087	0.046	0.096	1.909	0.057	0.615	1.622
การบอกต่อ (WOM)	0.139	0.028	0.215	4.916	0.000*	0.808	1.238

หมายเหตุ - R = 0.711, R² = 0.505, Adjusted R² = 0.499, F = 81.714, Sig. = 0.000 (* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05)

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายตัวแปรความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ได้ คือ การพิจารณาความเหมาะสมของสมการการถดถอยพหุคูณพบว่า ค่า R เท่ากับ 0.711 ซึ่งค่า R ดังกล่าวเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันโดยมีสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R²) ที่สามารถอธิบายความผันแปรของความเชื่อมั่นได้ร้อยละ 50.50 ส่วนค่า F เท่ากับ 81.714 ที่แสดงให้เห็นว่า การถดถอยพหุคูณมีสัดส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ได้มากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 81.714 เท่า นอกจากนี้ค่า Sig. ได้เท่ากับ 0.000 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความเชื่อมั่นและการบอกต่ออย่างน้อย 1 ด้านมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ได้เช่นกัน และเมื่อพิจารณาตัวแปรปัจจัยความเชื่อมั่นและการบอกต่อตามค่า Tolerance พบว่า ค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 0.458-0.808 ที่มีค่าไม่เข้าใกล้ 0 และค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ที่ 1.238-2.184 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นและการบอกต่อไม่พบปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) จึงเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณต่อไป

ผลการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ พบว่า ความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ได้ คือ ความเชื่อมั่นด้านด้านความเชี่ยวชาญ (AA) และด้านความซื่อสัตย์ (AB) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ได้ดีที่สุด คือ ความเชื่อมั่นด้านความเชี่ยวชาญ ($\beta=0.344$) รองลงมาคือ ด้านความซื่อสัตย์ ($\beta=0.246$) และการบอกต่อ ($\beta=0.215$)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ว่า ความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อมั่นด้านความเชี่ยวชาญ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการรับรู้ชื่อเสียงและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านความเชี่ยวชาญ ความซื่อสัตย์ และการรับรู้ชื่อเสียงที่สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า โดยบริษัทมีการให้การรับรองระบบบริหารจัดการคุณภาพที่เชื่อถือได้ ลดความเสี่ยงจากบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน และเมื่อ

มีการบอกต่อที่ยืนยันคุณภาพและความน่าเชื่อถือผ่านประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่ได้ใช้บริการแล้วก็จะเกิดความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดความตั้งใจในการใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 มากขึ้น โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Chua, Chiu & Chiu (2020: 175) พบว่า ความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างธุรกิจกับลูกค้า และเป็นความเต็มใจของแต่ละบุคคลที่สามารถตอบสนองความต้องการที่เป็นความคาดหวังเชิงบวกได้ โดยปัจจัยความเชื่อมั่นดังกล่าวจะรับรู้ได้และมีอิทธิพลปฏิสัมพันธ์เชิงบวกที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจใช้บริการของลูกค้าในระดับที่สูงขึ้นได้ (Alrawad et al., 2023: 1) เช่นเดียวกับ Salwa et al. (2022: 5006) ที่พบว่า ความเชื่อมั่นของบุคคลที่เกิดขึ้นย่อมแตกต่างกันไป โดยจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้บริการของลูกค้าได้เช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามการศึกษาของ Kitcharoen (2019: 62) ก็ยังพบว่า การบอกต่อแบบปากต่อปากจะเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารและการโต้ตอบ ถ้าลูกค้ามีการสื่อสารด้วยการบอกต่อแบบปากด้วยความเต็มใจย่อมสู่แนวโน้มที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการที่สามารถนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการในระดับที่สูงขึ้นได้ (Suryo & Stepanus, 2023: 19)

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ข้อมูลของความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย คือ ความเชื่อมั่นในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านความเชี่ยวชาญ ความซื่อสัตย์ และการรับรู้ชื่อเสียงจะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ว่า บริษัทมีการให้การรับรองระบบบริหารจัดการคุณภาพที่เชื่อถือได้ ลดความเสี่ยงจากบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน และเมื่อมีการบอกต่อที่ยืนยันคุณภาพและความน่าเชื่อถือผ่านประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่ได้ใช้บริการแล้ว ซึ่งเป็นข้อมูลที่ลูกค้าให้ความไว้วางใจก็จะสามารถเสริมสร้างความมั่นใจและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดความตั้งใจในการใช้บริการมากขึ้น และสามารถนำไปใช้เพื่อกำหนดหรือวางแผนแนวทางการตลาดที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครเกิดความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ในระดับที่สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในด้านความเชี่ยวชาญในการให้บริการของบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ที่มีขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ ดังนั้นบริษัทที่ให้บริการรับรองระบบ ISO 9001 ควรจัดทำเอกสารและแจ้งขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจนและถูกต้อง เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบถึงกระบวนการที่ใช้ในการให้การรับรองระบบ ISO 9001 อย่างชัดเจน โดยระบุขั้นตอนต่าง ๆ อย่างละเอียด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการทำงานอย่างเป็นระบบ

1.2 จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่จะรู้จักบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 จากการแนะนำของผู้คนที่เคยใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 แล้ว ดังนั้นบริษัทที่ให้บริการรับรองระบบ ISO 9001 ควรพัฒนา

แคมเปญการตลาดผ่านลูกค้าเดิม (Referral Marketing) เพื่อเพิ่มอัตราการแนะนำบริการ และควรมีการวางแผนการตลาดที่ดีเพื่อส่งเสริมให้เกิดการแนะนำและการบอกต่อ เช่น จัดทำโปรแกรมการแนะนำลูกค้า โดยให้สิ่งจูงใจแก่ลูกค้าเดิมที่แนะนำลูกค้าใหม่เข้ามาใช้บริการ เช่น ส่วนลดพิเศษ หรือการให้บริการเพิ่มเติม หรือจัดกิจกรรมสัมมนาหรือการประชุมที่เน้นประโยชน์และคุณค่าของมาตรฐาน ISO 9001 สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเชิญผู้ผ่านการรับรองมาตรฐานมาร่วมแชร์ประสบการณ์ความสำเร็จและความประทับใจในการใช้บริการ ซึ่งจะสามารถสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการได้พบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลและแนะนำบริษัทให้กันและกัน

1.3 จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่จะตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตรงตามความต้องการ ดังนั้นบริษัทที่ให้บริการรับรองระบบ ISO 9001 ควรจัดทีมที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านคอยให้คำปรึกษาเพื่อเข้าใจความต้องการของแต่ละธุรกิจ และสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างครบถ้วนตั้งแต่กระบวนการแรกของการขอการรับรองและหลังจากได้รับการรับรองแล้ว

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยแทรกซ้อนที่อาจมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 เช่น ราคาหรือค่าใช้จ่ายในการให้การรับรอง และคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญหรือทีมงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยแทรกซ้อนอื่น ๆ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ต่อไป

2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบมาตรฐานอื่น ๆ เช่น ISO 14001 (ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม) หรือ ISO 45001 (ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย) เพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้ที่นำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบมาตรฐานต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2567). ข้อมูลโรงงานแยกตามพื้นที่. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.diw.go.th/webdiw/search-factory/>. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2567.
- จิรพัฒน์ พิชัยกมลศิลป์. (2563). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และความไว้วางใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟสบุ๊คไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหาร ธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ปารมี รอดกลิ่น. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจซึ่งทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟสบุ๊คไลฟ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พัชรวิพรรณ ชมทอง และธัญนันท์ บุญอยู่. (2567). รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้รสชาติ และการบอกต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟ่ต์ร้านชาบูของประชาชนในพื้นที่เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร. *Journal of Modern Learning Development*. 9(11): 576-590.
- ศิญารัตน์ ดำรงค์ศิริพงศ์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ศิริกัญญา ตีระชัชวาลย์ และวิจิต อู่อ้น. (2567). การทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำเสนอกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารระบบคุณภาพและประสิทธิผลขององค์การในการนำมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9001 ไปปฏิบัติของโรงงานอุตสาหกรรมพื้นที่ภาคกลางในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพชรบุรีปริทรรศน์*. 7(1): 48-60.
- สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ. (2567). **ฐานข้อมูลผู้ได้รับการรับรอง ISO**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://intelligence.masci.or.th/know-standards/>. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2568.
- สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ. (2567). **เหตุผลที่องค์กรควรเลือกผู้ให้บริการที่มีมาตรฐานสากล**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://intelligence.masci.or.th/เหตุผลที่องค์กรควรเลือก/>. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2568.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2567). **ISO 9001 โครงการปรึกษาแนะนำการพัฒนามาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://bds.sme.go.th/Service/Detail/302>. ค้นเมื่อ 2 มกราคม 2568.
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร. (2565). **รายงานความเคลื่อนไหวการลงทุนอุตสาหกรรมของจังหวัดสมุทรสาคร ประจำปีเดือนมีนาคม พ.ศ. 2565**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://shorturl.asia/Y9EHK>. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2568.
- สุชาร์ตน์ บุญอยู่. (2563). อิทธิพลเชิงโครงสร้างของการจัดการเงินทุนหมุนเวียน การกำกับดูแลกิจการที่ดี และความเชื่อมั่นต่องบการเงินที่มีต่ออัตราส่วนทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 6(2): 195-206.
- Alrawad, M., Lutfi, A., Almaiah, M. A., Elshaer, I. A. (2023). Examining the influence of trust and perceived risk on customers intention to use NFC mobile payment system. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 9(10): 1-11.
- Chua, E. L., Chiu, J. L., & Chiu, C. L. (2020). Factors influencing trust and behavioral intention to use Airbnb service innovation in three ASEAN countries. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 14(2): 175-188.
- Kitcharoen, K. (2019). The effect of e-word of moth (E-Wom) on various factors influencing customers' hotel booking intention. *ABAC ODI Journal Vision. Action. Outcome*. 6(1): 62-74.
- Likert, R. A. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*. 22(140): 1-55.
- Salwa, S., Hidayah, R. T., Maulida, A., Putri, A., Permana, N. S., & Larasati, M. (2022). Increased intention to use the application through brand trust and quality of service (Research study on users of the Dana e-money application). *Central Asia and the Caucasus*. 23(1): 5006-5016.

-
- Splendid Consultant. (2023). **5 อันดับธุรกิจที่มีการขอการรับรอง ISO 9001: 2015 มากที่สุดในประเทศไทย.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.splendidconsult.com/Article/Detail/144753/5-อันดับธุรกิจที่มีการขอการรับรอง-ISO-9001-2015-มากที่สุดในประเทศไทย>. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2567.
- Suryo, V. N. S., & Stepanus, M. (2023). Elucidating the impact of electronic word of mouth to the intention to use linked in for ASEAN jobseekers: Moderating role of gender. **Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)**. 14(1): 19-30.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis.** (3rd ed.). New York: Harper and Row.