

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน
สำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงาน
ในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19
Factors Affecting Employee Intention of using
Application for Reskilling and Upskilling
in the Food Industry During COVID-19 Crisis

วรัญญา ทิโลกะวิชัย (Varanya Tilokavichai)¹
ระวีวรรณ พรประเสริฐ (Raweewan Pornprasert)²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการที่จะเรียนรู้เรื่องความปลอดภัยในอาหาร มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารและเทคโนโลยีอาหาร ชอบที่จะดูคลิปวิดีโอเพื่อการเรียนรู้ผ่านช่องทางยูทูบ ใช้เวลาประมาณ 15-60 นาที การเลื่อนตำแหน่งงานเป็นแรงจูงใจที่กระตุ้นให้เรียนรู้ ปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากประกอบด้วยด้านความคาดหวังในประโยชน์ที่ได้รับ ความพยายามในการใช้อิทธิพลจากสังคม การอำนวยความสะดวก

¹อาจารย์สาขาวิชาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี e-mail: DrVaranya@gmail.com

²นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ความสะดวกหรือเงื่อนไขในการใช้งาน แรงจูงใจในการขอเทคโนโลยี ความคุ้มค่า และความเคยชิน จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าปัจจัยด้านความคาดหวัง ในประโยชน์ที่ได้รับและด้านความพยายามในการใช้ ส่งผลต่อความตั้งใจ ใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหาร ช่วงวิกฤต โควิด-19 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ เป็นดังนี้ ความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน = $1.16 + 0.31(\text{ความคาดหวังในประโยชน์ที่ได้รับ}) + 0.17(\text{ความพยายามในการใช้})$

คำสำคัญ : การเพิ่มทักษะ การพัฒนาทักษะ โควิด 19 แอปพลิเคชัน อุตสาหกรรมอาหาร

Abstract

This study aims to examine factors affecting food industry employees' intention of using applications for reskilling and upskilling during the COVID-19 crisis. The sample consisted of 400 people who worked in the food industry. The data were collected using a questionnaire. The results revealed that the participants wanted to learn about food safety, food industry standards, and food technology. They often watched YouTube video clips between 15 and 60 minutes to learn about these issues. The main reasons for their motivation to reskill and upskill was to obtain a job promotion. Factors influencing the employees' technology adoption rated at a high level included performance expectation, effort putting on learning, social influence, convenience or use conditions, technology preferences, price value, and familiarity. According to the multiple regression analysis, the performance expectation and effort expectation factors significantly impacted the employees' intention to use the applications for reskilling and upskilling at a significance level of 0.05. The obtained formula for employees' intention for application adoption was $1.16 + 0.31 (\text{Performance Expectation Factor}) + 0.17 (\text{Effort Expectation Factor})$.

Keywords: Applications, COVID-19, Food Industry, Reskilling, Upskilling

บทนำ

อุตสาหกรรมอาหารได้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม 4.0 (Industry 4.0 Revolution) ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมโดยรวม เนื่องจากรูปแบบการผลิตเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะเช่น หุ่นยนต์ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things) เครื่องจักรการเรียนรู้ (Machine Learning) เป็นต้น ทำให้เกิดนวัตกรรม กระบวนการผลิตภัณฑ์และบริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น รูปแบบธุรกิจใหม่ดังกล่าวจำเป็นต้องการพนักงานที่มีทักษะใหม่ สถานประกอบการจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์เชิงรุกที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหารด้วยการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จ โดยมุ่งเน้นการกำหนดทักษะสำคัญในปัจจุบันและทักษะที่จำเป็นในอนาคตอันใกล้ สร้างมืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งความสามารถทักษะในปัจจุบันและอนาคตสามารถใช้เป็นพื้นฐานที่ชี้นำภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในอนาคต โปรแกรมเพื่อการฝึกอบรมที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ช่วยทำให้เกิดการสร้างทักษะให้ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมอาหาร (Akyazi et al.,2020) อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย มีการจ้างงาน 1.7 ล้านคน เป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัว (อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร, 2560) ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564 ได้กำหนดอุตสาหกรรมอาหารให้เป็น 1 ในอุตสาหกรรมกลุ่มเป้าหมาย (S-Curve) ที่มีการสนับสนุนให้เกิดการลงทุนพร้อมยกระดับความสามารถในการแข่งขันก่อเกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม แนวทางการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร ทั้งด้านองค์ความรู้เทคโนโลยีแก่สถานประกอบการ เพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมอาหารของประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2560; สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม,2560) จากสถานการณ์โควิด 19 ที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบอย่างรุนแรงไปทั่วโลก ทั้งทางด้านสุขภาพ ด้านการศึกษา เศรษฐกิจ และธุรกิจที่ได้รับผลกระทบ ทำให้ทั้งภาคธุรกิจต้องปรับตัวให้อยู่รอดต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ต้องพัฒนาองค์กรในยุคดิจิทัล ดิสรัปชัน (Digital

Disruption) ที่ใช้เทคโนโลยีขับเคลื่อนองค์กร แต่การใช้เทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ คนคือหัวใจสำคัญ ทักษะและความรู้เดิมที่พนักงานมีอยู่อาจไม่เพียงพออีกต่อไป พนักงานจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะเพื่อยกระดับทักษะเดิมให้ดีขึ้น (Upskill) และการสร้างทักษะใหม่ที่เป็นจำเป็นในการทำงาน (Reskill) ให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและสามารถทำงานที่ต่างไปจากเดิมได้ แรงงานยุคใหม่ต้องมีการปรับตัวเร็ว สามารถประเมินจุดเด่นและจุดด้อยของตนเองพร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เนื่องจากการแข่งขันทางธุรกิจและแรงงานมีสูง พนักงานจึงจำเป็นต้องพัฒนานตนเองอยู่เสมอ ทำให้องค์กรต้องให้ความสนใจในการเพิ่มทักษะใหม่และพัฒนาทักษะเดิมแก่พนักงานมากขึ้น (McKinsey and Company, 2020b) พนักงานจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานให้เกิดพฤติกรรมชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) เปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานทางธุรกิจและบริการต่าง ๆ สู่ระบบออนไลน์ เปลี่ยนรูปแบบการทำงานเป็นการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) การรักษาระยะห่าง (Social Distancing) ทำให้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการทำงานมากกว่าเดิม โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชันสำหรับคนทำงาน คนทำงานสามารถจัดสรรเวลาในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเป็นการยกระดับทักษะเดิมให้ดีขึ้นและสร้างทักษะใหม่ ๆ ที่จำเป็นในการทำงานเพื่อความก้าวหน้าและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตนเอง แอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้กำลังมีบทบาทและความสำคัญ เนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายผ่านทางโทรศัพท์มือถือระบบปฏิบัติการสมาร์ตโฟน ซึ่งต่อไปแอปพลิเคชันในการเรียนรู้จะกลายเป็นเรื่องปกติของคนทำงานที่ต้องการความก้าวหน้าในการทำงาน เพื่อเป็นทรัพยากรที่มีค่าขององค์กร

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤตโควิด-19 เพื่อได้ข้อมูลให้เป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถตอบสนองได้ตรงความต้องการของผู้ใช้งานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งจะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมในการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อการสร้างศักยภาพความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารของประเทศต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

1. การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)

แบบจำลอง UTAUT2 (Unified theory of acceptance and use of technology 2) เป็นการศึกษาการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี เป็นแรงขับเคลื่อนความตั้งใจของพฤติกรรมการใช้ โดยพิจารณาจากปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมทั้ง 7 ประการ ดังนี้ (Venkatesh, 2012; สิงหะฉวี และ สุนันทา, 2555; พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์, 2559) 1) ความคาดหวังในประโยชน์ที่ได้รับ (Performance Expectation) สิ่งที่ใช้ทำงานคาดหวังหรือมีความเชื่อว่าเทคโนโลยีที่ใช้ สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ 2) ความพยายามในการใช้ (Effort Expectation) ความสะดวกสบาย ความเข้าใจง่ายและความไม่ซับซ้อนในการที่จะเข้าใช้เทคโนโลยีใหม่ 3) อิทธิพลจากสังคม (Social Influence) เป็นการให้เทคโนโลยีนั้นๆ โดยมีอิทธิพลจากบุคคลอื่นๆ เช่น อิทธิพลจากเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 4) เงื่อนไขที่เอื้อต่อการใช้งาน (Facilitating Conditions) สามารถช่วยอำนวยความสะดวกเมื่อใช้งาน 5) แรงจูงใจในการชอบเทคโนโลยี (Hedonic Motivation) มีความพึงพอใจและรู้สึกสนุกในการใช้งานเทคโนโลยี 6) ความคุ้มค่า (Price Value) เป็นสิ่งที่ผู้ใช้เปรียบเทียบ วิเคราะห์ ในด้านราคาและประโยชน์ที่ได้รับ 7) ความเคยชิน (Habit) พฤติกรรมอัตโนมัติเนื่องจากการเรียนรู้ในอดีต โดยปฏิบัติสม่ำเสมอเกิดความเคยชินส่งผลถึงการแสดงพฤติกรรมอย่างอัตโนมัติ เช่น ประสบการณ์การเคยใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล ซึ่งทั้งหมดนี้จะมีผลต่อการให้เทคโนโลยีของผู้บริโภค

2. พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นทฤษฎีการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมเกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย 1) กลุ่มเป้าหมาย (Who) บอกถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คนที่ต้องใช้ เช่น การกำหนดกลุ่มลูกค้าที่ที่ความสนใจและต้องการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน 2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) บอกถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อหรือใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์อะไร 3) ทำไมจึงซื้อ (Why) เหตุผลหรือสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ใช้ หรือเลือกผลิตภัณฑ์และสินค้าเหล่านั้น เช่น เหตุผลที่ผู้บริโภคใน

การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน 4) ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who Participate) บทบาทของคนที่เกี่ยวข้องที่ซื้อหรือใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์ เช่น ใครมีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน 5) ซื้อเมื่อไหร่ (When) ช่วงเวลา วาระหรือโอกาสในการที่จะตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เช่น ช่วงเวลาไหนที่สนใจใช้แอปพลิเคชันมากที่สุด 6) ซื้อที่ไหน (Where) ช่องทางการเข้าถึง การรับรู้ของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและใช้บริการนั้นๆ เช่น ช่องทางที่ผู้บริโภคจะเข้าถึงแอปพลิเคชัน 7) ซื้ออย่างไร (How) วิธีและขั้นตอนที่จะทำให้ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้าและบริการ ซึ่งการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้เข้าใจและออกแบบแอปพลิเคชันได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (รัตติญา สิทธิศักดิ์, 2559; วาสนา อินทะแสง, 2559) ละอองทิพย์ เกตน้อย (2555) อธิบายเกี่ยวกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) ว่าสาเหตุจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้ลูกค้ารู้สึก เกิดความต้องการ (Buyer's black box) เสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดเดาความรู้สึก ความคิดของลูกค้าได้ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

จากสถานการณ์โควิด-19 พฤติกรรมผู้บริโภคภายหลังโควิด-19 (Consumer Behavior After COVID-19) กำลังเปลี่ยนแปลงเป็นความปกติใหม่ ดังนี้ (McKinsey and Company, 2020a) 1) การเปลี่ยนแนวคิดเน้นการบริโภคสิ่งที่มีคุณค่าและสิ่งที่จำเป็น เนื่องจากที่ผ่านมาวิกฤตโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบเชิงลบทั้งทางด้านการดำรงชีวิตและการเงิน ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย 2) การเพิ่มขึ้นของดิจิทัลและช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลาย การบริการที่ลดการสัมผัสต่าง ๆ มีแนวโน้มสูงขึ้น 3) ผลกระทบต่อความจงรักภักดีต่อสินค้า ช่วงวิกฤตโควิด-19 ลูกค้ามีการเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อสินค้า ลูกค้าให้ความสำคัญกับคุณค่า ความพร้อมของสินค้า คุณภาพ ซึ่งเป็นแรงจูงใจในการลองสินค้าใหม่ 4) ธุรกิจสำหรับคนอยู่ติดบ้าน ส่วนใหญ่ยังรู้สึกไม่สบายใจที่ต้องใช้ชีวิตปกติ หรือทำกิจกรรมนอกบ้าน ดังนั้นการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ จะช่วยให้ไม่ต้องออกนอกบ้าน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าณัฐวรา จันทร์เอี่ยม และคณะ (2562) ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลและความพึงพอใจในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผ่านสื่อการสอนเสมือนจริงในการดูแลแผลกดทับของนิสิตพยาบาลศาสตรมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ การศึกษาพบว่ากรมผสมผสานการเรียนรู้โดยการใช้สื่อเสมือนจริงเพื่อเพิ่มความสามารถในการเรียนนอกเหนือจากการเรียนทฤษฎีบรรยายแค่นั้นห้องเรียนนิสิตสามารถทำซ้ำในแต่ละขั้นตอนต่อ ๆ ไปเพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้เรียน และได้รับประโยชน์ในการเรียนรู้ด้วยตนเอง และสามารถปรับเปลี่ยนการเรียนรู้ของตนเองตามความเหมาะสม สุวัฒน์ บรรลือ (2560) ศึกษารูปแบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์สำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนก่อนเรียน ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนย่อย คือ การวิเคราะห์ผู้เรียน การวิเคราะห์เนื้อหา และขั้นตอนระหว่างเรียน ประกอบด้วยขั้นตอนย่อย คือ ปฐมนิเทศรายวิชา จัดการเรียนการสอน และ ขั้นตอนการประเมินผล ภิญาพัชญ์ ทาสาธน์ดัยตระกูล (2559) ศึกษาการพัฒนาแอปพลิเคชันชุดการเรียนรู้ภาษาสำหรับเด็กบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับความสมบูรณ์ของเนื้อหา ความสอดคล้องเนื้อหา และความเหมาะสมของเนื้อหากับระดับผู้ใช้ในระดับมากที่สุด สุทธิพงศ์ สุวรรณเดชากุล (2560) ได้ศึกษาการพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับสนับสนุนการปฏิบัติงานของช่างไฟฟ้า การประปาส่วนภูมิภาคเขต 5 พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันประกอบด้วย 1) ด้านเนื้อหา ต้องมีการประมวลผลถูกต้องแม่นยำ ครอบคลุมการใช้งานและความน่าเชื่อถือของข้อมูล 2) ด้านโปรแกรม ต้องมีความเร็วในการประมวลผล การติดตั้งแอปพลิเคชันง่าย และการใช้งานระบบของแอปพลิเคชันง่าย 3) ด้านความสวยงาม ต้องมีขนาดตัวอักษรชัดเจน รูปภาพประกอบมีความเหมาะสม และความน่าสนใจในการใช้งาน 4) ด้านองค์ความรู้ ต้องมีความน่าเชื่อถือของข้อมูล การเข้าถึงข้อมูลทำได้ง่าย และเนื้อหาสอดคล้องกัน 5) ด้านการใช้งานนอกสถานที่ ต้องมีความสะดวกในการนำไปใช้งาน ความสะดวกในการส่งต่อข้อมูล และแอปพลิเคชันมีผลต่อการใช้งาน

นอกสถานที่ วรรณวิสา แยมเกตุ (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตนเอง
ในการทำงานของพนักงานธนาคารสายลูกค้าบุคคลของธนาคารเอกชนแห่งหนึ่ง
ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจคือการทำงานที่ทำทลายความสามารถ โดยเรียนรู้
การทำงานจากประสบการณ์และความผิดพลาดจากสิ่งที่ทำไปในอดีต ปัจจัย
ที่เป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญมากที่สุดคือโอกาสก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง
การได้รับการยอมรับ และปัจจัยด้านการพัฒนาตนเองในการทำงานที่มีผลมาก
ที่สุดคือความมั่นคงในงานและความส่งผลที่ดีกับหัวหน้างาน และส่งผลต่อ
การพัฒนาตนเองในการทำงานของพนักงาน อรลดา แซ่ไคว่ (2558) ศึกษาเกี่ยวกับ
เว็บแอปพลิเคชัน การจัดการความรู้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับนักศึกษาในระดับ
ปริญญาตรี จากการวิจัยพบว่าในการประเมินผลแอปพลิเคชันจากผู้เชี่ยวชาญ
ในด้านเนื้อหาในแอปพลิเคชันนั้นเข้าใจได้ง่ายและการจัดลำดับของสื่ออยู่
ในระดับดีมาก สำหรับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างพบว่าอยู่ในระดับดี
พิมพ์ชนก วงษ์เจริญ (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
เพื่อมุ่งสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้กรณีศึกษาโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จากการวิจัย
พบว่าระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภาพรวมถือว่าอยู่ในระดับมาก
โดยด้านการสอนงานเป็นปัจจัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญมากที่สุด
จันทรา แซ่เตียว (2559) ศึกษาเกี่ยวพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันบน
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนสำหรับวัยกลางคน พบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน
มากที่สุดในช่วงบ่ายถึงเย็น และมีความถี่ในการเล่นวันละ 11-15 ครั้งต่อวัน สำหรับ
แอปพลิเคชันด้านการศึกษามีคนดาวน์โหลดมาใช้ร้อยละ 7 ของประชากรกลุ่ม
ตัวอย่าง นางสาวกนกวรรณ ปิ่นแก้ว (2561) ศึกษาเกี่ยวกับการหาความต้องการ
ในการฝึกอบรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาความต้องการในการฝึกอบรมและนำเสนอ
แนวทางส่งเสริมการฝึกอบรมให้กับฝ่ายฝึกอบรมในองค์กรแห่งหนึ่ง จากผลการศึกษา
พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองในด้านของเทคโนโลยี
ดิจิทัลและนวัตกรรม และศศิณัฐ นาไทย (2560) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผล
ต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญาโทหลักสูตรการบริหารเทคโนโลยีรูปแบบออนไลน์
การวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลทางตรงให้เกิดความตั้งใจในการมีทัศนคติที่ดีกับ

การเรียนออนไลน์ได้แก่ การรับรู้คุณค่า การรับรู้การใช้งานง่าย ส่งผลทางบวกต่อการมีทัศนคติที่ดี ในขณะที่ปัจจัยทางด้านนวัตกรรมการตลาด คุณภาพข้อมูล คุณภาพระบบ คุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่า การรับรู้การใช้งานง่าย ส่งผลทางอ้อมต่อความตั้งใจในการเรียนออนไลน์

กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้มีกรอบแนวคิดในการวิจัย แสดงดังภาพที่ 1

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19

วิธีการดำเนินวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

พนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมอาหาร อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

1.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้คำนวณด้วยสูตรของ Yamane (Yamane, 1967) ได้จำนวนตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีแบบเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก เนื่องด้วยสถานการณ์โควิด 19 จำต้องรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) หลีกเลี่ยงการสัมผัส จึงทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ไปยังกลุ่มคนทำงานในอุตสาหกรรมอาหาร ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

1.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยมีขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการวิจัยในการดำเนินการดังนี้

1) ศึกษาเอกสาร บทความ ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างกรอบวิจัย

2) สร้างแบบสอบถาม โดยอ้างอิงข้อมูลจากกรอบแนวคิดการวิจัย และวัตถุประสงค์การวิจัย

3) นำแบบสอบถามทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient)

4) ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และเนื่องจากสถานการณ์โควิด 19 จึงทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์กับพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อคำถามปลายปิด (Close End Question)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19 เป็นข้อคำถามคำตอบเดียว (Close-ended Respond Question) และคำถามที่สามารถเลือกได้หลายตัวเลือก (Multiple Choice Question) เป็นข้อคำถามที่แสดงถึงความสนใจในการเรียนรู้ ช่องทางการเรียนรู้ รูปแบบการเรียนรู้ที่ชอบ เหตุผลที่เรียนรู้ ปัญหาที่พบจากการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้ในปัจจุบัน ช่วงเวลาที่ใช้ในการเรียนรู้ ระยะเวลาที่เรียนรู้ ใครที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ แรงจูงใจในการเรียนรู้ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19 เพื่อสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาเนื้อหา ระยะเวลาในการเรียน และกระตุ้นการเรียนรู้ให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของพนักงาน

ส่วนที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของผู้ตอบแบบถาม เป็นข้อคำถามวัดประเภที่เป็นอันตรภาคชั้น Likert Scale กำหนดระดับคะแนนความสำคัญ ดังนี้ 4.21 – 5.00 ระดับมากที่สุด 3.41 – 4.20 ระดับมาก 2.61 – 3.40 ระดับปานกลาง 1.81 – 2.60 ระดับน้อย 1.00 – 1.80 ระดับน้อยที่สุด เป็นข้อคำถามของปัจจัยในการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ด้านความคาดหวังในการใช้

แอปพลิเคชัน ความพยายามในการใช้แอปพลิเคชัน อิทธิพลจากสังคม เงื่อนไขที่เอื้อต่อการใช้งาน แรงจูงใจในการใช้เทคโนโลยี ความคุ้มค่า ความเคยชิน ซึ่งจะแสดงถึงระดับความสำคัญของผู้วิจัยในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของผู้ตอบแบบสอบถาม และแสดงปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19

การตรวจสอบความถูกต้องเพื่อยืนยันให้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach (Cronbach's Reliability Coefficient Alpha) ซึ่งมีเกณฑ์การยอมรับตั้งแต่ค่า 0.7 ขึ้นไป (Cronbach, 1990) โดยนำแบบสอบถามมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด พบว่าด้านการยอมรับเทคโนโลยีได้ผลการทดสอบความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้มากกว่า 0.7 ดังนั้นความคาดหวังในประโยชน์ที่ได้รับ ได้ค่า 0.88 ด้านความพยายามในการใช้ ได้ค่า 0.88 ด้านอิทธิพลจากสังคม ได้ค่า 0.91 ด้านเงื่อนไขที่เอื้อต่อการใช้งาน ได้ค่า 0.82 ด้านความเพลิดเพลินในการใช้งาน ได้ค่า 0.90 ความคุ้มค่าได้ค่า 0.82 ด้านความเคยชิน ได้ค่า 0.89 โดยรวมของด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้ค่า 0.95 ส่วนความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ได้ค่า 0.818 ดังนั้น แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19 มีดังต่อไปนี้

ผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 235 คน (59%) เพศชายจำนวน 165 คน (41%) มีอายุอยู่ในช่วง

21-37 ปี จำนวน 299 คน (74.8%) มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรีจำนวน 284 คน (71%) ทำงานในตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการจำนวน 213 คน (53%) ฝ่ายขายและการตลาดจำนวน 84 คน (21%) ฝ่ายผลิตจำนวน 74 คน (18.5%) ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จำนวน 38 คน (9.5%) มีรายได้ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 140 คน (35%) ช่วง 30,000 – 40,000 บาท จำนวน 96 คน (24%) ดังตารางที่ 1

พฤติกรรมการเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19 ส่วนใหญ่สนใจเรียนรู้หลักสูตรความปลอดภัยในอาหารจำนวน 221 คน (55.3%) มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารจำนวน 215 คน (53.8%) เทคโนโลยีอาหารจำนวน 187 คน (46.8%) โดยส่วนใหญ่เพิ่มทักษะและความรู้ผ่านการอบรม/สัมมนาจำนวน 225 คน (56.3%) ช่องทาง YouTube จำนวน 209 คน (52.3%) Website จำนวน 161 คน (40.3%) และ Podcast จำนวน 69 คน (17.3%) ตามลำดับ ในด้านของรูปแบบการเรียนรู้ดูคลิปวิดีโอเพื่อการเรียนรู้จำนวน 308 คน (77%) การบรรยายประกอบภาพจำนวน 224 คน (56%) บทความ จำนวน 121 คน (30.3%) คลิปเสียง (Podcast) จำนวน 117 คน (29.3%) และ e-book จำนวน 94 คน (23.5%) ตามลำดับ เหตุผลในการเลือกใช้งานเพราะง่ายและสะดวกจำนวน 319 คน (79.3%) สามารถเรียนรู้ซ้ำได้ จำนวน 258 คน (64.5%) ประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 208 คน (52%) ประโยชน์ที่ได้รับจำนวน 194 คน (48.5%) ประหยัดเวลา จำนวน 166 คน (41.5%) และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ จำนวน 151 คน (37.8%) ด้านอุปสรรคที่เคยพบจากการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการเพิ่มและพัฒนาทักษะคือรูปแบบไม่น่าสนใจ จำนวน 209 คน (52%) ขั้นตอนการใช้งานเยอะจำนวน 189 คน (47%) ใช้เวลามากเกินไป จำนวน 172 คน (43%) เนื้อหาเข้าใจยาก จำนวน 168 คน (42%) การเข้าใช้งานยากจำนวน 150 คน (38%) ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเรียนรู้ 20.00-24.00 น. จำนวน 158 คน (39.5%) และช่วงเวลา 16.01-20.00 น. จำนวน 110 คน (27.5%) ใช้เวลาฟังแต่ละครั้ง 31-60 นาที จำนวน 151 คน (37.7%) และ 15-30 นาที จำนวน 142 คน (35.5%) ผู้ที่มีอิทธิพลในการเรียนรู้มากที่สุดคือ ตนเองจำนวน 212 คน (53%) และผู้บังคับบัญชาจำนวน 63 คน (15.7%) ส่วนแรงจูงใจที่ทำให้ต้องเรียนรู้ คือเพื่อเลื่อนตำแหน่งจำนวน 148 คน (37%) และเพื่อขอปรับเงินเดือนจำนวน 123 คน (30.7%) ดังตารางที่ 2

ปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงานในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากทุกด้านดังนี้ แอปพลิเคชันต้องอำนวยความสะดวกหรือเงื่อนไขในการใช้งาน (4.05,0.67) ความคุ้มค่า (4.03,0.65) ความพยายามในการใช้ (3.98,0.66) ความคาดหวังในประโยชน์ที่ได้รับ (3.94,0.64) ความเคยชิน (3.92,0.64) แรงจูงใจในการชอบเทคโนโลยี (3.91,0.68) และอิทธิพลจากสังคม (3.91,0.64) ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ผลการทดสอบสมมติฐานจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังในประโยชน์ที่ได้รับ (3.61,0.00) และความพยายามในการใช้ (2.12,0.03) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยได้สมการการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ดังนี้ความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน = $1.16 + 0.31 (\text{ความคาดหวังในประโยชน์ที่ได้รับ}) + 0.17 (\text{ความพยายามในการใช้})$ ดังตารางที่ 4

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19 พบว่าเรียนรู้จากการอบรมและช่องทางยูทูบ มีความสนใจที่จะเรียนรู้เรื่องความปลอดภัยในอาหาร มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหาร และเทคโนโลยีอาหาร ชอบเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันด้วยคลิปวีดีโอและการบรรยายประกอบภาพ โดยจะเลือกใช้แอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย สะดวกสามารถเรียนรู้ซ้ำได้ และประหยัดค่าใช้จ่าย ปัญหาส่วนใหญ่ที่เคยพบจากการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้คือรูปแบบไม่สนใจ และขั้นตอนการใช้งานมาก ส่วนใหญ่สะดวกเรียนในช่วงเวลา 16.00-24.00 น. ซึ่งเป็นเวลาหลังเลิกงาน ใช้เวลาฟังแต่ละครั้งประมาณ 31-60 นาที ผู้ที่มีอิทธิพลในการเรียนรู้คือตนเองและผู้บังคับบัญชา เหตุผลแรงจูงใจที่ทำให้ต้องเรียนรู้เพื่อเลื่อนตำแหน่ง และ

เพื่อขอปรับเงินเดือน ซึ่งจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้พนักงานต้องยังปรับตัวและเพิ่มคุณค่าให้แก่ตนเองกลายเป็นทรัพยากรที่มีค่าขององค์กร เนื่องจากมีการปรับและลดจำนวนพนักงาน เพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร แต่ขณะเดียวกันองค์กรยังต้องแข่งขันเพื่อความอยู่รอด จึงจำเป็นต้องพัฒนาคนในองค์กร ส่วนปัจจัยในการยอมรับการใช้เทคโนโลยี พบว่าปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีในด้านความคาดหวังในประโยชน์ที่ได้รับและความพยายามในการใช้ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤตโควิด-19 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้นหมายถึงผู้ใช้งานคาดหวังในประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้แอปพลิเคชัน ซึ่งต้องช่วยให้เรียนได้สะดวก เพิ่มความรู้ในการทำงาน มีเนื้อหาความรู้ตามที่ต้องการ ส่วนความพยายามในการใช้ผู้ใช้งานต้องสามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานด้วยตนเอง และใช้งานได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับวรรณวิสา แยมเกตุ (2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองในการทำงานของพนักงานธนาคารสายลูกค้าบุคคลของธนาคารเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่าปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญมากที่สุด คือ แรงจูงใจในโอกาสก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่งตัวกระตุ้นที่สำคัญมากที่สุดและสอดคล้องกับรัตนสินี ออมสินสมบุญ (2559) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันประเภทการคมนาคมขนส่งทางบก การเชื่อมต่อข้อมูลการเดินทางทุกระบบให้แอปพลิเคชัน การเดินทางรวมกันไว้ในที่เดียวกันและการออกแบบที่สามารถเข้ามาใช้งานได้ง่าย และสอดคล้องกับ ฅนภัทรา เกียรติพงษ์ (2558) ที่ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารของผู้บริโภคที่พบว่าการทำงานง่าย การรับรู้คุณค่า และความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน และสอดคล้องกับศศิณัฐ นาไทย (2560) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญาโทหลักสูตรการบริหารเทคโนโลยีรูปแบบออนไลน์ พบว่าปัจจัยการรับรู้คุณค่า การรับรู้การใช้งานง่าย การรับรู้คุณค่า การรับรู้การใช้งานง่าย ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนออนไลน์ ในขณะที่กุลิสรา อนันต์นัฒ และ วรรณญา ติโลกะวิชัย (2563) ที่ศึกษาพฤติกรรมของคนทำงานต่อการใช้แอปพลิเคชันสำหรับลดความเสี่ยงจากออฟฟิศซินโดรม พบว่าปัจจัยด้านการปรับแต่งให้ตรงตามเฉพาะผู้ใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับลดความเสี่ยงจากออฟฟิศซินโดรมของกลุ่มคนทำงานมากที่สุด

ดังนั้นจากผลการวิจัยในการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 นั้น ควรออกแบบแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่าย ทำรูปแบบให้น่าสนใจ ขั้นตอนการใช้งานน้อย ใช้เวลาในการเรียนรู้ไม่เกิน 60 นาที เนื้อหาตรงกับความต้องการ เช่น เทคโนโลยีอาหาร มาตรฐานอาหาร เป็นต้น อาจนำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอ ซึ่งต้องทำให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย เมื่อมีปัญหาสามารถสอบถามได้ ซึ่งอาจทำ Chatbot เพื่อช่วยตอบกลับการสนทนาผ่านข้อความหรือเสียงแบบอัตโนมัติและรวดเร็ว รวมทั้งผู้ใช้งานสามารถปรับแต่งแอปพลิเคชันให้ตรงกับความต้องการ เช่น การจัดกลุ่มเนื้อหาที่สนใจเอง แอปพลิเคชันสามารถการแนะนำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพื่อความก้าวหน้าในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ส่วนใหญ่ทำงานที่บ้านและเรียนรู้ผ่านออนไลน์ ดังนั้นการดึงดูดและกระตุ้นการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันจึงจำเป็นต้องพัฒนาแอปพลิเคชันให้ตรงกับผู้ใช้งานคาดหวัง ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ตรงความต้องการทั้งเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ และเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง มุ่งไปสู่การพัฒนาตนเองให้เป็นทรัพยากรที่มีค่าขององค์กรเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งส่งผลต่อการอยู่รอดและศักยภาพทางการแข่งขันของสถานประกอบการอุตสาหกรรมอาหารในช่วงโควิด-19

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19 ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ที่สนใจทั้งองค์กรและผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสามารถนำข้อมูลผลการวิจัยใช้ในการสนับสนุน พัฒนา ส่งเสริมการใช้งานแอปพลิเคชันให้ตรงกับความต้องการของพนักงานได้แก่ แอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย นำเสนอรูปแบบให้ดึงดูดน่าสนใจ ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยาก เสียค่าใช้จ่ายน้อย เนื้อหาความรู้ต้องตรงกับความ ต้องการ เช่น เรื่องความปลอดภัยในอาหาร มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหาร

และเทคโนโลยีอาหาร นำเสนอเนื้อหาด้วยคลิปวีดีโอและการบรรยาย ใช้เวลาหลังเลิกงานเพื่อการเรียนรู้แต่ละครั้งไม่เกิน 1 ชั่วโมง ตั้งแต่ 16.00 – 24.00 น. ดังนั้นการส่งเสริมการขายหรือการสื่อสารกับผู้ใช้งานควรถูกนำเสนอในช่วงเวลาหลังเลิกงาน ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะช่วยตอบสนองความต้องการเพื่อเพิ่มและพัฒนาทักษะของผู้ใช้งาน ซึ่งสถานการณ์โควิด-19 เป็นตัวกระตุ้นที่ช่วยเร่งให้คนทำงานและองค์กรต่างปรับตัว เร่งพัฒนาตนเองเพื่อให้อยู่รอด ดังนั้นแอปพลิเคชันที่ตอบสนองและตรงกับความต้องการจะส่งผลให้เกิดการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง นั่นหมายถึงการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความพร้อมในการแข่งขันตลอดไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจศึกษาเพิ่มเติม สามารถนำปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมาทำวิจัยเพิ่มเติม เช่น ส่วนประสมทางการตลาด องค์ประกอบของแอปพลิเคชัน คุณภาพการให้บริการสำหรับแอปพลิเคชัน เป็นต้น

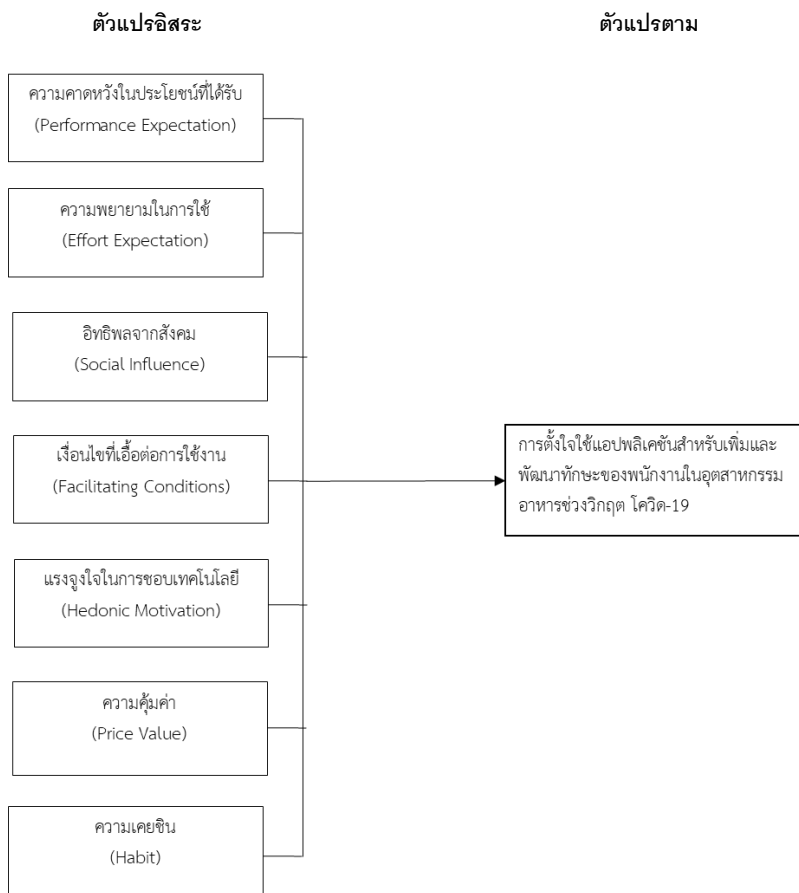
เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ปิ่นแก้ว. (2561). **การหาความต้องการในการฝึกอบรม**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุลิสรา อนันต์นัฒ และวรัญญา ทิโลกะวิชัย. (2563). พฤติกรรมของคนทำงานต่อการใช้อุปกรณ์สำหรับลดความเสี่ยงจากออฟฟิศซินโดรม. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ**, 13(2), 47-69.
- จันทิรา แซ่เตียว. (2559). **พฤติกรรมในการเลือกใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับวัยกลางคน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอกระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณภัทรา เกียรติพงษ์. (2558). **การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจใช้อุปกรณ์เรียกรถยนต์โดยสารของผู้บริโภค**. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ณัฐวรา จันทรเยี่ยม และคณะ. (2562). ประสิทธิผลและความพึงพอใจในการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อการสอนเสมือนจริงในการดูแลแผลกดทับของนิสิตพยาบาลศาสตร์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11(2), 45-56.
- พิมพ์ชนก วงษ์เจริญ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อมุ่งสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้การศึกษาระดับปริญญาโทของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์. ค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2563, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802037084_6823_5606.pdf.
- ปัญญาพัชญ์ ทาฐานันต์ตระกูล. (2559). การพัฒนาแอปพลิเคชันชุดการเรียนรู้ภาษาสำหรับเด็กบนโทรศัพท์เคลื่อนที่. งานวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- รัตติญา สิริศักดิ์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเอสแอนด์พีของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตนสินี ออมสินสมบูรณ์. (2559). การศึกษาแนวทางการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน ประเภทการคมนาคมขนส่งทางบก. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศวิทยาลัยนวัตกรรม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ละอทธิพย์ เกิดน้อย. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขต อ.เมือง จ.เชียงราย. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- วรรณวิสา ไย้มเกตุ. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองในการทำงานของพนักงานธนาคารสายลูกค้าบุคคลของธนาคารเอกชนแห่งหนึ่ง. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.**
- วาสนา อินทะแสง. (2559). **การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจคลินิกเสริมความงามที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
- ศศิณัฐ นาไทย. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญาโท หลักสูตรการบริหารเทคโนโลยีรูปแบบออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
- สิงหนะวี และสุนันทา. (2555). **ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง.**
- สุทธิพงศ์ สุวรรณเดชากุล. (2560). **การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับสนับสนุนการปฏิบัติงานของช่างไฟฟ้าการประปาส่วนภูมิภาคเขต 5. สารนิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.**
- สุวัฒน์ บรรลือ. (2560). **รูปแบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 11(2), 250-259.**
- สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม. (2560). **แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ของกระทรวงอุตสาหกรรม. ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2564, จาก <http://www.industry.go.th/psd/index.php/agency/ita/2016-04-21-06-59-22/938-2562-2/file>.**
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2560). **10 อุตสาหกรรมเป้าหมายกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต. ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2564, จาก <https://www.oie.go.th/assets/portals/1/fileups/2/files/others/newengineofgrowth.pdf>.**

- อรลดา แซ่ไคว่. (2558). **เว็บแอปพลิเคชันการจัดการความรู้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร. (2560). **แนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรมอาหารในอนาคต**. ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2564, จาก https://fic.nfi.or.th/hot_issue_detail.php?smid=1605.
- Akyazi, T., Goti, T., Oyarbide, A., Alberdi, E., & Bayon, F. (2020). A Guide for the Food Industry to Meet the Future Skills Requirements Emerging with Industry 4.0. *Foods*, 9(4), 492.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: HarperCollins.
- McKinsey and Company. (2020a). *Consumer sentiment and behavior continue to reflect the uncertainty of the COVID-19*. Retrieved August 11, 2020, from <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/a-global-view-of-how-consumer-behavior-is-changing-amid-covid-19#>.
- _____. (2020b). *To emerge stronger from the COVID-19 crisis, companies should start reskilling their workforces now*. Retrieved August 11, 2020, from <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/to-emerge-stronger-from-the-covid-19-crisis-companies-should-start-reskilling-their-workforces-now>.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Yamane, T. (1967). *Statistic : An Introductory Analysis*. (3rd ed.), John Weatherhill.



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและสัดส่วนของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 400 คน

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	165	41.3
หญิง	235	58.8
รวม	400	100
2. อายุ		
18-20 ปี	11	2.8
21-37 ปี	299	74.8
38-53 ปี	77	19.3
มากกว่า 53 ปี	13	3.3
รวม	400	100
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	4.0
ปริญญาตรี	284	71.0
ปริญญาโท	93	23.3
สูงกว่าปริญญาโท	7	1.8
รวม	400	100
4. ตำแหน่ง		
พนักงานระดับปฏิบัติการ	213	53.3
หัวหน้าแผนก / หัวหน้าฝ่าย	127	31.8
ผู้จัดการ	46	11.5
ผู้บริหารระดับสูง	14	3.5
รวม	400	100

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและสัดส่วนของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 400 คน (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
5. ท่านทำงานอยู่ในฝ่าย		
ฝ่ายขาย/การตลาด	84	21.0
ฝ่ายผลิต	74	18.5
ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์	38	9.5
ฝ่ายจัดซื้อ	37	9.3
ฝ่ายควบคุม/ประกันคุณภาพ	37	9.3
ฝ่ายบัญชี การเงิน	33	8.3
ฝ่ายบุคคล	31	7.8
ฝ่ายจัดส่งและคลังสินค้า	29	7.3
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	23	5.8
อื่นๆ	14	3.5
รวม	400	100
6. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3	0.8
10,000 – 20,000 บาท	74	18.5
20,001 – 30,000 บาท	140	35.0
30,001 – 40,000 บาท	96	24.0
40,001 – 50,000 บาท	35	8.8
มากกว่า 50,000 บาท	52	13.0
รวม	400	100

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหาร
ช่วงวิกฤต โควิด-19

พฤติกรรมการเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงาน ในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19	จำนวน	ร้อยละ
สนใจเรียนรู้หลักสูตรทางด้านใดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อพัฒนาตัวเอง		
ความปลอดภัยในอาหาร	221	55.3
STDอุตสาหกรรมอาหาร	215	53.8
เทคโนโลยีอาหาร	187	46.8
กฎหมายและฉลากอาหาร	176	44.0
ISO	175	43.8
GMP&HACCP	172	43.0
บรรจุภัณฑ์	159	39.8
การทดสอบและพัฒนาผลิตภัณฑ์	138	34.5
การสอบเทียบเครื่องมือ	95	23.8
ปกติเรียนรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารจากแหล่งไหน		
อบรม/สัมมนา	225	56.3
YouTube	209	52.3
Google	163	40.8
Website	161	40.3
Podcast	69	17.3
รูปแบบของสื่อการเรียนรู้ในแอปพลิเคชันที่คุณชอบใช้ในการเรียนรู้		
คลิป์วิดีโอ	308	77.0
การบรรยายประกอบภาพ	224	56.0
บทความ (Text)	121	30.3
คลิป์เสียง (Podcast)	117	29.3
e-book	94	23.5

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหาร
ช่วงวิกฤต โควิด-19 (ต่อ)

พฤติกรรมการเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงาน ในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลที่ทำให้คุณเลิกใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้		
ใช้งานง่าย สะดวก	319	79.8
สามารถเรียนรู้ซ้ำได้	258	64.5
ประหยัดค่าใช้จ่าย	208	52.0
ประโยชน์ที่ได้รับ	194	48.5
ประหยัดเวลา	166	41.5
ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	151	37.8
ปัญหาหรืออุปสรรคที่เคยพบจากการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้		
รูปแบบไม่น่าสนใจ	209	52.3
ขั้นตอนการใช้งานมาก	189	47.3
ใช้เวลามากเกินไป	172	43.0
เนื้อหาเข้าใจยาก	168	42.0
ไม่สามารถสอบถามในแอปได้	154	38.5
การเข้าใช้งานยาก	150	37.5
คุณคิดว่าช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน		
20:01 น. – 24:00 น.	158	39.5
16:01 น. – 20:00 น.	110	27.5
8:01 น. – 12:00 น.	69	17.2
12:01 น. – 16:00 น.	40	10.0
4:01 น. – 8:00 น.	17	4.2
0:01 น. – 4:00 น.	6	1.5

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหาร
ช่วงวิกฤต โควิด-19 (ต่อ)

พฤติกรรมการเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงาน ในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19	จำนวน	ร้อยละ
คุณใช้ระยะเวลาเท่าไรสำหรับการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันในแต่ละครั้ง		
31-60 นาที	151	37.7
15-30 นาที	142	35.5
น้อยกว่า 15 นาที	54	13.5
61-90 นาที	44	11
91-120 นาที	7	1.7
มากกว่า 120 นาที	2	0.5
ใครที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับคุณในการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน		
ตนเอง	212	53.0
ผู้บังคับบัญชา	63	15.7
เพื่อนร่วมงาน	47	11.7
ผู้เชี่ยวชาญ	37	9.2
องค์กร	29	7.2
อาจารย์	11	2.7
อื่นๆ	1	0.2
แรงจูงใจอะไรที่ทำให้คุณต้องการเรียนรู้		
เพื่อเลื่อนตำแหน่ง	148	37.0
ขอปรับเงินเดือน	123	30.7
โยกย้ายงาน	53	13.2
โอนย้ายสายงาน	36	9.0
อื่นๆ	40	10.0

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัย
ในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีและความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน
สำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานใน อุตสาหกรรมอาหาร
ช่วงวิกฤต โควิด-19

ปัจจัยในการยอมรับการใช้เทคโนโลยี	Mean	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ความคาดหวังในประโยชน์ที่ได้รับ (Performance Expectation)			
แอปพลิเคชันช่วยให้คุณเรียนได้สะดวก	3.97	0.72	มาก
แอปพลิเคชันช่วยเพิ่มความรู้ในงาน	3.94	0.75	มาก
แอปพลิเคชันมีข้อมูลความรู้ตามที่ต้องการ	3.92	0.69	มาก
ความคาดหวังในประโยชน์ที่ได้รับโดยรวม	3.94	0.64	มาก
2. ความพยายามในการใช้ (Effort Expectation)			
สามารถเข้าไปใช้แอปพลิเคชันด้วยตนเองได้	4.04	0.73	มาก
รู้วิธีการใช้งานแอปพลิเคชันได้ด้วยตนเอง	4.00	0.71	มาก
แอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้ง่าย	3.91	0.74	มาก
ความพยายามในการใช้โดยรวม	3.98	0.66	มาก
3. อิทธิพลจากสังคม (Social Influence)			
เลือกเรียนผ่านแอปพลิเคชันที่มีชื่อเสียง	3.95	0.74	มาก
คุณจะเรียนผ่านแอปพลิเคชันตามผู้เชี่ยวชาญ	3.95	0.76	มาก
จะเรียนผ่านแอปพลิเคชันตามคนรอบตัว	3.82	0.78	มาก
อิทธิพลจากสังคมโดยรวม	3.91	0.64	มาก
4. การอำนวยความสะดวกหรือเงื่อนไขในการใช้งาน (Facilitating Conditions)			
แอปพลิเคชันสามารถเรียนรู้ได้	4.13	0.76	มาก
คุณเรียนผ่านแอปพลิเคชันโดยไม่มีค่าใช้จ่าย	4.05	0.74	มาก
แอปพลิเคชันเป็นทางที่สะดวกสำหรับการเรียน	3.97	0.74	มาก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีและความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานใน อุตสาหกรรมอาหาร ช่วงวิกฤต โควิด-19 (ต่อ)

ปัจจัยในการยอมรับการใช้เทคโนโลยี	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
การอำนวยความสะดวกหรือเงื่อนไขในการใช้งานโดยรวม	4.05	0.67	มาก
5. แรงจูงใจในการชอบเทคโนโลยี (Hedonic Motivation)			
แอปพลิเคชันจะทำให้เรียนได้อย่างต่อเนื่อง	3.93	0.74	มาก
แอปพลิเคชันทำให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	3.90	0.77	มาก
แอปพลิเคชันทำให้คุณเรียนได้นานขึ้น	3.89	0.79	มาก
แรงจูงใจในการชอบเทคโนโลยีโดยรวม	3.91	0.68	มาก
6. ความคุ้มค่า (Price Value)			
แอปพลิเคชันสามารถเรียนที่ไหนก็ได้	4.09	0.75	มาก
แอปพลิเคชันช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้	4.03	0.74	มาก
แอปพลิเคชันช่วยเพิ่มทักษะความรู้ที่เหมาะสมกับคุณ	3.96	0.71	มาก
ความคุ้มค่าโดยรวม	4.03	0.65	มาก
7. ความเคยชิน (Habit)			
ปกติเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน	3.97	0.72	มาก
คุ้นเคยต่อการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน	3.89	0.74	มาก
เรียนผ่านแอปพลิเคชันเป็นเรื่องปกติ	3.89	0.77	มาก
ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะ			
มีวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันในแต่ละครั้ง	3.68	0.81	มาก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีและความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานใน อุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19 (ต่อ)

ปัจจัยในการยอมรับการใช้เทคโนโลยี	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
มีการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนในการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน	3.76	0.81	มาก
คาดหวังว่าแอปพลิเคชันการเรียนรู้จะทำให้ท่านได้รับความรู้ตามเป้าหมาย	3.91	0.77	มาก
ตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะโดยรวม	3.78	0.67	มาก

ตารางที่ 4 ปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารช่วงวิกฤต โควิด-19

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	1.16	0.19	6.02	0.00*
ความคาดหวังในประโยชน์ที่ได้รับ	0.31	0.09	3.61	0.00*
ความพยายามในการใช้	0.17	0.08	2.12	0.03*
อิทธิพลจากสังคม	0.08	0.06	1.29	0.20
เงื่อนไขที่เอื้อต่อการใช้งาน	(0.04)	0.08	(0.45)	0.65
แรงจูงใจในการชอบเทคโนโลยี	(0.05)	0.07	(0.71)	0.48
ความคุ้มค่า	0.10	0.09	1.07	0.28
ความเคยชิน	0.08	0.07	1.17	0.24

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05