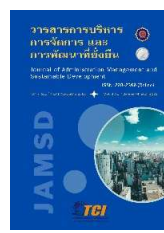


	ISSN: 2985-2366 (Online) วารสารการบริหาร การจัดการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน Journal of Administration Management and Sustainable Development Homepage: https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jamsd E-mail: jamsdonline@gmail.com	
---	--	---

**ศึกษารูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและความสนุกสนานภายในงาน
ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน
สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร**

**The study of CSV activity format, perceived benefits, and enjoyment on
the intention to recommend CSV participation activities of Government
Savings Bank, Head Office, Payathai District, Bangkok**

ธนวัฒน์ ขันธวิจิตร¹, อริสรา เสยานนท์^{2*}
Thanawat Kantavijit^{1*}, Arisara Seyanont²

¹ กลุ่มวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและเรือสำราญ คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ Program of Marketing, Graduate School, University of the Thai Chamber of Commerce

² Hotel and Cruise Management Department, School of Tourism and Services, University of the Thai Chamber of Commerce

Corresponding author's e-mail: barodtwo@gmail.com¹, arisara_sey@utcc.ac.th^{2}

Received: March 28, 2025

Revised: May 04, 2025

Accepted: May 30, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นผู้ประกอบธุรกิจสตรีตฟู้ดที่มีต่อรูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความสนุกสนานภายในกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรม CSV ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการสตรีตฟู้ดในพื้นที่ดำเนินงานของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่มีค่า IOC 0.67-1.00 และความเที่ยงตรง 0.95 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน พบว่า รูปแบบกิจกรรม

ออนไลน์และออนไซต์มีระดับการปฏิบัติสูงที่สุด การรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะการนำความรู้ไปใช้ในธุรกิจ ความสนุกสนานจากเวิร์กช็อปและกิจกรรมสนทนาการได้คะแนนสูงสุด และความตั้งใจบอกต่ออยู่ในระดับดี โดยเห็นว่า เป็นประโยชน์ต่อสังคม ทั้งนี้รูปแบบกิจกรรม CSV มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจบอกต่อระดับปานกลาง การรับรู้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจบอกต่อระดับสูง และรูปแบบออนไซต์มีอิทธิพลมากที่สุด โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบาย ความตั้งใจบอกต่อได้ 40.60% ตามสมการพยากรณ์ $\text{ความตั้งใจบอกต่อ} = 0.908 + 0.042 (\text{ออนไลน์}) + 0.372 (\text{ออนไซต์})$

คำสำคัญ: การรับรู้ถึงประโยชน์, การสร้างคุณค่าร่วม, ผู้ประกอบการ, อาหารริมทาง

Abstract

The influence of CSV activity format, perceived benefits, and enjoyment on the intention to recommend CSV participation activities, to examine how CSV activity formats, perceived benefits, and enjoyment within CSV activities affect word-of-mouth intention to participate in CSV activities, and to develop appropriate CSV activity formats for street food entrepreneurs' government savings bank head office Phayathai district, Bangkok. The sample consisted of 400 street food entrepreneurs in Government Savings Bank's operational areas, selected through proportional stratified random sampling. Data was collected using a questionnaire with an IOC value of 0.67-1.00 and reliability of 0.95. Data analysis employed mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis. The results showed that: The study of CSV activities at Government Savings Bank found that online and onsite activity formats had the highest level of implementation. Perceived benefits were at a high level, particularly in applying knowledge to business operations. Enjoyment from workshops and recreational activities received the highest scores, and intention to recommend was at a good level as participants viewed it as beneficial to society. The CSV activity formats had a moderate correlation with intention to recommend, perceived benefits had a high correlation with intention to recommend, and the onsite format had the greatest influence. All variables could explain 40.60% of the intention to recommend according to the prediction equation: $\text{Intention to Recommend} = 0.908 + 0.042(\text{Online}) + 0.372(\text{Onsite})$.

Keywords: perceived usefulness, Creating Shared Value (CSV), entrepreneurs, street food

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจสตรีตฟู้ดในประเทศไทยมีการเติบโตและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการเติบโตและเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสตรีตฟู้ดในประเทศไทยปัจจุบันมีความต่อเนื่องในหลายด้าน ได้แก่ การปรับตัวสู่ดิจิทัลด้วยการใช้แพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์และระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ การยกระดับมาตรฐานสุขอนามัยโดยเฉพาะหลังการระบาดของโควิด-19 การสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านอาหารที่ผสมผสานวัฒนธรรมและเพิ่มตัวเลือกเพื่อสุขภาพ การขยายช่องทางการขายไปสู่รูปแบบธุรกิจถาวรและพื้นที่การค้าใหม่ ๆ การปรับตัวตามนโยบายภาครัฐในการจัดระเบียบพื้นที่ขาย และการจัดการสิ่งแวดล้อม การให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ของธุรกิจ การขยายตลาดสู่ต่างประเทศเพื่อสร้างการรับรู้อาหารไทย

ในระดับนานาชาติ การปรับตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภคด้วยการเพิ่มความสะดวกในการสั่งและรับอาหาร รวมถึงการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และพัฒนาธุรกิจร่วมกัน ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ ในยุคปัจจุบัน

จากข้อมูลของยูโรโม니터 พบว่า ในปี 2566 ประเทศไทยมีผู้ประกอบการธุรกิจสตรีตฟู้ดมากกว่า 560,000 ราย และมีมูลค่ากว่า 3.4 แสนล้านบาท มีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งสะท้อนถึงความนิยมในธุรกิจสตรีตฟู้ดของประเทศไทยเป็นอย่างดี ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทย เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจปีละกว่า 2.21 ล้านล้านบาท รัฐบาลจึงได้เร่งผลักดันให้สตรีตฟู้ดของไทยเกิดการขยายตัวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ รวมทั้งสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชน (มติชนสุดสัปดาห์, 2566) สำหรับประเภทสตรีตฟู้ดที่พบได้ทั่วไปในประเทศไทย ได้แก่ อาหารตามสั่ง ก๋วยเตี๋ยว ส้มตำ ผัดไทย ข้าวมันไก่ หมูปิ้งและไก่ย่าง ขนมหวานไทย เช่น ขนมครก และข้าวเหนียวมะม่วง ผลไม้สดและผลไม้แช่อิ่ม น้ำผลไม้ปั่น และชาสมุนไพร รวมถึงไอศกรีม

ธุรกิจสตรีตฟู้ดมีความสำคัญหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจที่สร้างรายได้และการจ้างงาน เป็นแหล่งอาหารราคาประหยัด และสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น ด้านสังคมและวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิต เป็นพื้นที่ทางสังคม และอนุรักษ์สูตรอาหารท้องถิ่น ด้านการท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรม และเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้านอาหารของประเทศ ด้านนวัตกรรมที่เป็นพื้นที่ทดลองเมนูใหม่และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี รวมถึงด้านความมั่นคงทางอาหารที่เพิ่มการเข้าถึงและกระจายอาหารสู่ชุมชน ส่งผลให้ธุรกิจสตรีตฟู้ดมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ในขณะเดียวกัน แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value: CSV) ได้รับความสนใจมากขึ้นในวงการธุรกิจและสังคม โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาสังคม สถาบันการเงินอย่างธนาคารออมสินได้นำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาโครงการเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงผู้ประกอบการสตรีตฟู้ด (ธนาคารออมสิน, 2566) อย่างไรก็ตาม การพัฒนานวัตกรรม CSV ที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกอย่างยั่งยืนยังคงเป็นความท้าทาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการสร้างแรงจูงใจให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดการบอกต่อ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขยายผลและสร้างความยั่งยืนของงานวิจัย

การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนารูปแบบกิจกรรม CSV ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการสตรีตฟู้ดโดยคำนึงถึงการสร้างแรงจูงใจในการบอกต่อของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของโครงการ CSV ในการสนับสนุนผู้ประกอบการสตรีตฟู้ดให้สามารถพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ในวงกว้าง และช่วยเติมเต็มช่องว่างในองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบกิจกรรม CSV ที่มีประสิทธิภาพ และการสร้างแรงจูงใจในการบอกต่อสำหรับโครงการพัฒนาชุมชน นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาโครงการ CSV อื่น ๆ เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนต่อไป จากความสำคัญข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษารูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความสนุกสนานภายในกิจกรรม CSV ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจสตรีตฟู้ดที่มีต่อรูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความสนุกสนานภายในกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรม CSV ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

กิจกรรม CSV ดำเนินการโดยธนาคารออมสินเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการสตรีที่ผ่าน 4 แนวทางหลัก คือ การให้ความรู้ด้านสุขอนามัย การบริหารธุรกิจ และเทคโนโลยีดิจิทัล การสนับสนุนทางการเงินด้วยสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำและเงินทุนปรับปรุงร้าน การสร้างแรงจูงใจผ่านการประกวดและมอบรางวัล และการอำนวยความสะดวกในกระบวนการขอบัตรผู้สัมผัสอาหารแบบครบวงจร เพื่อยกระดับมาตรฐานและพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการสตรีที่ผ่านอย่างยั่งยืน (ธนาคารออมสิน, 2566)

ทฤษฎี CSV นี้เน้นการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจและสังคม โดยมองว่าการแก้ปัญหาสังคมสามารถเป็นโอกาสทางธุรกิจได้และการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมนำไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนขององค์กร (สุกัญญา รักพานิชณนี และคณะ, 2562)

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าในบริบทของการบริหารการตลาดเน้นย้ำว่าการสร้างการรับรู้คุณค่าที่ดีเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความสำเร็จทางการตลาดในระยะยาว และองค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างและส่งมอบคุณค่าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2546) ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าในบริบทของการบริการ ได้เน้นย้ำว่า การเข้าใจและจัดการการรับรู้คุณค่าของลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในธุรกิจบริการโดยองค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างและส่งมอบคุณค่าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2558) แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่า (perceived value) การตระหนักรู้ คือ ระดับความรู้และความเข้าใจ รวมถึงความสำคัญเกี่ยวกับการสัมผัส คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพ และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้ ซึ่งอำนวยความสะดวกหรือขัดขวางการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของลูกค้าในสถานการณ์การใช้งาน (Zeithaml & Bitner, 2000)

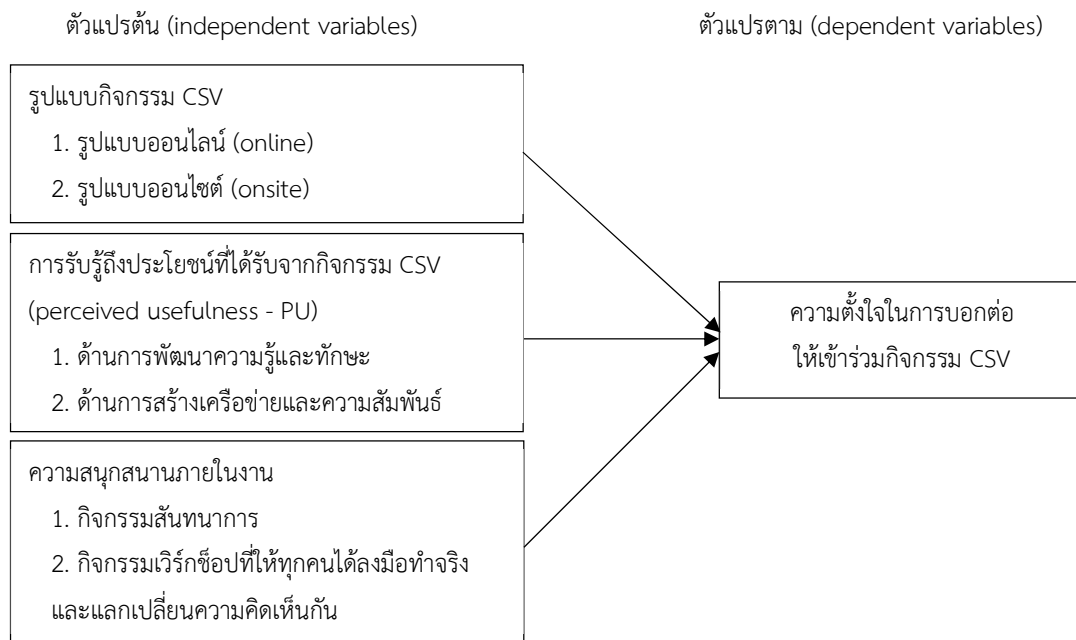
ทฤษฎีการบอกต่อกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นประสบการณ์และความรู้สึกเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยไม่มีผลประโยชน์เชิงพาณิชย์เข้ามาเกี่ยวข้อง การบอกต่อเป็นการสื่อสารที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติและการตัดสินใจของผู้รับสาร เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือที่เกิดจากประสบการณ์จริงและความสัมพันธ์ส่วนบุคคลหรือการแสดงออกถึงความเต็มใจและความมุ่งมั่นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในการแนะนำแบ่งปัน หรือเชิญชวนบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรม (Richins & Root-Shaffer, 1988)

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากกิจกรรมการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับมีหลากหลายมิติครอบคลุมทั้งด้านความสัมพันธ์ สังคม การบริการ และประโยชน์ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งทั้งหมดนี้มีส่วนสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (Hennig-Thurau et al., 2002; Longenecker et al., 2016; Morgan & Hunt, 1994; Reynolds & Beatty, 1999; Zeithaml & Bitner, 2000; เรณูมาศ กุลละศิริมา และคณะ, 2560; วรธรรมล แสนทวีสุข และกนกกานต์ แก้วนุช, 2565; ลัดดาวัลย์ เลขมาศ และแพรวพรรณ อินทรเกษม, 2562)

กล่าวได้ว่า แนวคิดเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างคุณค่าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสังคม การสร้างการรับรู้คุณค่าที่ดีการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารแบบบอกต่อและการพิจารณาถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับในหลากหลายมิติ เพื่อสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนให้กับองค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษารูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความสนุกสนานภายในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร มีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสตรีตฟู้ด ลูกค้านาคารออมสินของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย (ธนาคารออมสิน, 2566)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสตรีตฟู้ดในพื้นที่ที่ธนาคารออมสินดำเนินกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร กำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) เพื่อให้ได้ตัวแทนที่ดีของประชากรในแต่ละกลุ่มย่อย โดยคำนึงถึงสัดส่วนตามกลุ่มตามประเภทอาหารที่จำหน่าย ได้แก่ อาหารคาว จำนวน 200 ราย อาหารหวาน จำนวน 120 รายและเครื่องดื่ม จำนวน 80 ราย ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 400 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคำนวณตามสัดส่วนที่เหมาะสมโดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (proportional stratified random sampling) ประเภทของการอบรมอาชีพที่ประชาชนเข้าร่วม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาเพื่อศึกษาค้นคว้าการศึกษารูปแบบกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความสนุกสนานภายในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ ประสบการณ์ รายได้

ตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และ ความสนุกสนานภายในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV ซึ่งเป็นลักษณะมาตรวัดแบบ Likert scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภททัศนคติขั้น ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2565) มีความหมายดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก 3 หมายถึง ปานกลางเห็นด้วย 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย และ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ปัจจัยรูปแบบกิจกรรม CSV ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจต่อผู้ประกอบการสตรีตฟุต

3.1 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (secondary study) ทำการศึกษาข้อมูลสภาพแวดล้อมภายใน และแนวคิดการพัฒนา ศึกษารูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความสนุกสนานภายในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV ได้ข้อมูลจากการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ซึ่งได้จากเอกสารทางวิชาการอินเทอร์เน็ตวิจัยได้เกี่ยวข้อง

3.2 การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (primary study) ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการสำรวจ (survey research) ใช้แบบสอบถาม เพื่ออธิบายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ประกอบการสตรีตฟุตจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามประเภทให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกด้วยตัวเอง (self-administration questionnaires) ในระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2567- 30 ธันวาคม 2567 จนได้แบบสอบถามครบถ้วน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1 ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา

4.2 ออกแบบและลงรหัสข้อมูลในแบบสอบถามกับเครื่องคอมพิวเตอร์

4.3 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเครื่องคอมพิวเตอร์

แปลผลความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษารูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความสนุกสนานภายในงาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยแปลความหมายของคะแนนตามเกณฑ์ (บุญชม ศรีสะอาด, 2565)

4.51-5.00 หมายถึง รูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความสนุกสนานภายในงาน อยู่ในระดับมากที่สุด

3.51-4.50 หมายถึง รูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความสนุกสนานภายในงาน อยู่ในระดับมาก

2.51-3.50 หมายถึง รูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความสนุกสนานภายในงาน อยู่ในระดับปานกลาง

1.51-2.50 หมายถึง รูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความสนุกสนานภายในงาน อยู่ในระดับน้อย

1.00-1.50 หมายถึง รูปแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความสนุกสนานภายในงาน อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน ปรากฏผล รายละเอียด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบกิจกรรม CSV รูปแบบออนไลน์ (online)

ข้อ	รูปแบบออนไลน์ (online)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	ท่านได้รับความรู้ด้านการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็นประโยชน์	4.22	0.64	มาก
2	การฝึกอบรมอาชีพออนไลน์ช่วยพัฒนาทักษะของท่าน	4.27	0.66	มาก
3	ท่านได้เรียนรู้การตลาดดิจิทัลที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ	3.94	0.24	มาก
4	การประชุมกลุ่มออมทรัพย์ออนไลน์มีประสิทธิภาพ	4.05	0.40	มาก
5	ท่านได้แลกเปลี่ยนความรู้กับชุมชนอื่นผ่านช่องทางดิจิทัล	4.08	0.48	มาก
6	ท่านสามารถเข้าถึงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์	4.08	0.54	มาก
7	การเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชันธนาคารเป็นประโยชน์	4.07	0.61	มาก
8	ท่านสามารถทำธุรกรรมการเงินผ่านมือถือได้สะดวก	4.01	0.69	มาก
9	การส่งเสริมการออมผ่านช่องทางดิจิทัลมีประสิทธิภาพ	3.93	0.76	มาก
ภาพรวม		4.07	0.56	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า กิจกรรม CSV ของธนาคารออมสินรูปแบบออนไลน์ (Online) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.56) ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดคือ การฝึกอบรมอาชีพออนไลน์ช่วยพัฒนาทักษะ ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.66) รองลงมาคือ ได้รับความรู้ด้านการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็นประโยชน์ ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.64) และการส่งเสริมการออมผ่านช่องทางดิจิทัลมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสินรูปแบบออนไซต์ (onsite)

ข้อ	รูปแบบออนไซต์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.	การอบรมให้ความรู้ทางการเงินในชุมชนมีประโยชน์	4.12	0.66	มาก
2.	การฝึกอบรมอาชีพในพื้นที่ตรงกับความต้องการ	4.06	0.70	มาก
3.	ตลาดนัดชุมชนช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้น	4.16	0.56	มาก
4.	การประชุมกลุ่มออมทรัพย์ในชุมชนมีประสิทธิภาพ	4.24	0.55	มาก
5.	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนที่เป็นประโยชน์	4.21	0.58	มาก
6.	การให้คำปรึกษาวิสาหกิจชุมชนช่วยพัฒนาธุรกิจ	4.18	0.63	มาก
7.	หน่วยบริการธนาคารเคลื่อนที่อำนวยความสะดวก	4.17	0.60	มาก
8.	การให้บริการในพื้นที่ตอบสนองความต้องการ	4.17	0.64	มาก
ภาพรวม		4.16	0.62	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กิจกรรม CSV ของธนาคารออมสินภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.62) ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดคือ การประชุมกลุ่มออมทรัพย์ในชุมชนมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.55) รองลงมาคือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนเป็นประโยชน์ ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.58) และการฝึกอบรมอาชีพในพื้นที่ตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.70) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ปรากฏผลดังรายละเอียดในตารางที่ 3 และตารางที่ 4

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ด้านการพัฒนาความรู้และทักษะ

ข้อ	ด้านการพัฒนาความรู้และทักษะ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.	กิจกรรมช่วยให้ท่านบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ	4.52	0.57	มากที่สุด
2.	ท่านสามารถนำความรู้ไปใช้ในการประกอบธุรกิจ	4.60	0.56	มากที่สุด
3.	การเข้าร่วมกิจกรรมช่วยพัฒนาทักษะของท่าน	4.54	0.59	มากที่สุด
4.	ท่านสามารถแก้ไขปัญหาในการประกอบธุรกิจได้ดีขึ้น	4.55	0.54	มากที่สุด
5.	กิจกรรมช่วยยกระดับการประกอบธุรกิจของท่าน	4.50	0.62	มาก
ภาพรวม		4.54	0.58	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า กิจกรรม CSV ของธนาคารออมสินการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.58) ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดคือ สามารถนำความรู้ไปใช้ในการประกอบธุรกิจ ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.56) รองลงมาคือ สามารถแก้ไขปัญหาในการประกอบธุรกิจได้ดีขึ้น ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.54) และกิจกรรมช่วยยกระดับการประกอบธุรกิจ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์

ข้อ	การสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.	การให้บริการตรงกับความต้องการของท่าน	4.50	0.62	มาก
2.	ท่านรู้สึกประทับใจในการให้บริการ	4.61	0.50	มากที่สุด
3.	การให้บริการมีความเป็นมืออาชีพ	4.46	0.58	มาก
4.	ท่านมีความเชื่อมั่นในการให้บริการ	4.48	0.60	มาก
5.	การให้บริการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.50	0.67	มาก
ภาพรวม		4.51	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ด้านการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.45) ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุด คือ รู้สึกประทับใจในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.50) รองลงมาคือ การให้บริการตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.62) และการให้บริการมีความเป็นมืออาชีพ ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความสนุกสนานภายในงาน ปรากฏผลดังรายละเอียดในตารางที่ 5 และตารางที่ 6

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านความสนุกสนานภายในงาน

ข้อ	ด้านความสนุกสนานภายในงาน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.	การเล่นเกมและการแข่งขันต่าง ๆ สร้างความสนุกสนานให้แก่ท่าน	4.06	0.72	มาก
2.	การแสดงดนตรีและการเต้นรำช่วยให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย	3.76	0.80	มาก
3.	กิจกรรมนันทนาการกลุ่มช่วยส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น	3.82	0.85	มาก
4.	การจัดการแสดงบนเวทีสร้างความบันเทิงและความประทับใจ	3.89	0.77	มาก
5.	กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ช่วยสร้างความสนิทสนมระหว่างผู้เข้าร่วมงาน	3.78	0.79	มาก
ภาพรวม		3.86	0.79	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ด้านความสนุกสนานภายในงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, $SD = 0.79$) ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดคือ การเล่นเกมและการแข่งขันต่าง ๆ สร้างความสนุกสนาน ($\bar{X} = 4.06$, $S.D. = 0.72$) การจัดการแสดงบนเวทีสร้างความบันเทิงและความประทับใจ ($\bar{X} = 3.89$, $S.D. = 0.77$) และกิจกรรมนันทนาการกลุ่มช่วยส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ($\bar{X} = 3.82$, $S.D. = 0.85$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV

ข้อ	ความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	3.87	0.77	มาก
2	ท่านพึงพอใจต่อความรู้และทักษะที่ได้รับจากกิจกรรม CSV ในระดับใด	3.57	0.81	มาก
3	ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อการนำความรู้จากกิจกรรม CSV ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจของท่าน	3.81	0.74	มาก
4	ท่านพึงพอใจต่อการสนับสนุนและการติดตามผลหลังการอบรมจากธนาคารออมสินในระดับใด	3.66	0.83	มาก
5	ท่านพึงพอใจต่อโอกาสในการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการรายอื่นจากกิจกรรม CSV ในระดับใด	4.01	0.46	มาก
ภาพรวม		3.78	0.72	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, $S.D. = 0.72$) ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดคือ พึงพอใจต่อโอกาสในการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการรายอื่นจากกิจกรรม CSV ($\bar{X} = 4.01$, $S.D. = 0.46$) รองลงมาคือ มีความรู้สึกต่อประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม ($\bar{X} = 3.87$, $S.D. = 0.77$) และความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ พึงพอใจต่อความรู้และทักษะที่ได้รับจากกิจกรรม CSV ($\bar{X} = 3.57$, $S.D. = 0.81$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 รูปแบบกิจกรรม CSV ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

ตัวแปรต้น	b	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
การฝึกอบรมทักษะการประกอบอาหาร X_1	0.078	0.022	0.080	2.336	0.000	0.382	2.616
การให้ความรู้ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยอาหาร X_2	0.196	0.023	0.243	5.494	0.000	0.230	4.339
การแนะนำการบริหารจัดการธุรกิจขนาดเล็ก X_3	0.345	0.025	0.415	8.891	0.000	0.208	4.816
$R^2 = 0.870$, $SEE = 0.14323$, $F = 480.659$, $Sig. = 0.000^*$							

จากตารางที่ 7 พบว่า การฝึกอบรมทักษะการประกอบอาหาร (X_1) การให้ความรู้ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยอาหาร (X_2) การแนะนำการบริหารจัดการธุรกิจขนาดเล็ก (X_3) ร่วมกันอธิบายความตั้งใจในการบอกต่อ (Y_{tot}) ได้ร้อยละ 87.00 ด้านที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV สูงสุด คือ การแนะนำการบริหารจัดการธุรกิจ

ขนาดเล็ก (X_3) ($\beta = 0.415$) รองลงมาคือ การให้ความรู้ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยอาหาร (X_2) ($\beta = 0.243$) และการฝึกอบรมทักษะการประกอบอาหาร (X_1) ($\beta = 0.080$) ตามลำดับ

เขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$Y_{\text{tot}} = 0.078 X_1 + 0.196 X_2 + 0.345 X_3$$

เขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

$$Z_{Y_{\text{tot}}} = 0.080ZX_1 + 0.243ZX_2 + 0.415ZX_3$$

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาแบบกิจกรรม CSV การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและความสนุกสนานภายในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยพบประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

1. กิจกรรม CSV ของธนาคารออมสินรูปแบบออนไลน์ (online) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีความคิดเห็นสูงสุดคือ การฝึกอบรมอาชีพออนไลน์ช่วยพัฒนาทักษะ รองลงมาคือ ได้รับความรู้ด้านการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็นและการส่งเสริมการออมผ่านช่องทางดิจิทัลมีประสิทธิภาพ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า รูปแบบออนไลน์มีความสะดวกและการเข้าถึงได้ง่าย ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงการฝึกอบรมได้โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง มีความต่อเนื่องในการเรียนรู้ การให้ความรู้ผ่านช่องทางดิจิทัลทำให้สามารถติดตามและเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยประสิทธิภาพของเทคโนโลยีดิจิทัลที่สอดคล้องกับแนวคิด CSV ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีในการสร้างคุณค่าร่วม และตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ต้องการความรู้ด้านการเงินและทักษะดิจิทัลเพื่อการแข่งขันในตลาด สอดคล้องกับผลกาวิจของลัดดาวัลย์ เลขมาศ และแพรวพรรณ อินทรเกษม (2562) เรื่อง แนวทางพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ข้อค้นพบสอดคล้องกับระบบที่เลี้ยงและการให้คำปรึกษาจากบริษัทขนาดใหญ่ ถือว่าเป็นแนวทางการพัฒนา SMEs ที่ให้ผลสัมฤทธิ์ที่มีประสิทธิภาพ SMEs สามารถเพิ่มผลประกอบการหลังเข้าร่วมโครงการในระยะเวลา 12 เดือน การช่วยสร้างแนวคิดและกลยุทธ์ในการทำธุรกิจที่ดี ช่วยแก้ไขปัญหาธุรกิจและพัฒนา SMEs ให้มีศักยภาพที่เพิ่มขึ้น

2. กิจกรรม CSV ของธนาคารออมสินรูปแบบออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดคือ การประชุมกลุ่มออมทรัพย์ในชุมชนมีประสิทธิภาพ รองลงมาคือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชน และการฝึกอบรมอาชีพในพื้นที่ตรงกับความต้องการ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า การลงพื้นที่จริงสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น และความไว้วางใจระหว่างธนาคารกับชุมชนสอดคล้องกับ Morgan & Hunt (1994) ที่อธิบายว่าการรับรู้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ (relationship benefits) จะนำไปสู่ความผูกพัน (commitment) และความไว้วางใจ (trust) ซึ่งการลงพื้นที่จริงช่วยสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวที่แน่นแฟ้น

3. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness: PU) ด้านการพัฒนาความรู้และทักษะภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดคือ สามารถนำความรู้ไปใช้ในการประกอบธุรกิจ รองลงมาคือ สามารถแก้ไขปัญหาในการประกอบธุรกิจได้ดีขึ้น และกิจกรรมช่วยยกระดับการประกอบธุรกิจ และด้านการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดคือ ทานรู้สึกประทับใจในการให้บริการ รองลงมาคือ การให้บริการตรงกับความต้องการ และการให้บริการมีความเป็นมืออาชีพ เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า กิจกรรม CSV ของธนาคารออมสินมีการออกแบบให้เน้นการประยุกต์ใช้ความรู้ในทางปฏิบัติ มีการให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาเฉพาะจุด การสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวที่มีคุณภาพ และการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอย่างครอบคลุม ประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากบริการเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ประโยชน์ด้านความมั่นใจ (confidence benefits) ที่ประกอบด้วยความรู้สึกมั่นใจในบริการที่จะได้รับ การลดความเสี่ยงในการใช้บริการ

ประโยชน์ด้านสังคม (social benefits) ที่รวมถึงการได้รับการยอมรับและการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้ใช้บริการ และประโยชน์พิเศษ (special treatment benefits) ที่ประกอบด้วยการได้รับการบริการที่เป็นพิเศษและการได้รับความสำคัญเป็นพิเศษ และสอดคล้องกับ Reynolds & Beatty (1999) ที่แบ่งประโยชน์ที่ได้รับเป็น ประโยชน์ด้านหน้าที่ (functional benefits) ซึ่งประกอบด้วยการประหยัดเวลา ความสะดวกในการใช้บริการ คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และการตัดสินใจที่ดีขึ้น และประโยชน์ด้านสังคม (social benefits) ที่รวมถึงการพัฒนาความสัมพันธ์ส่วนตัว ความเพลิดเพลินในการใช้บริการ และการสร้างเครือข่ายทางสังคม

4. ด้านความสนุกสนานภายในงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดคือ การเล่นเกมและการแข่งขันต่าง ๆ สร้างความสนุกสนาน รองลงมาคือ การจัดการแสดงบนเวทีสร้างความบันเทิงและความประทับใจ และกิจกรรมนันทนาการกลุ่ม ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า กิจกรรม CSV ของธนาคารออมสินได้ออกแบบกิจกรรมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งเสริมปฏิสัมพันธ์กัน มีการบูรณาการความรู้ที่ช่วยยกระดับมาตรฐานการประกอบธุรกิจให้เป็นมืออาชีพมากขึ้น เป็นแนวทางที่มีนัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพผู้ประกอบการอีกทางหนึ่ง

5. ความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV โดยรวม ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดคือ ท่านพึงพอใจต่อโอกาสในการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการรายอื่นจากกิจกรรม CSV รองลงมาคือ มีความรู้สึกละเอียดต่อประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม และพึงพอใจต่อความรู้และทักษะที่ได้รับจากกิจกรรม CSV ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า การสร้างเครือข่ายเป็นความต้องการสำคัญของผู้ประกอบการสตรีที่พึ่งพิงที่ต้องการขยายฐานลูกค้าและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ธุรกิจ กิจกรรม CSV ให้ประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง สอดคล้องกับผลการวิจัยของลัดดาวัลย์ เลขมาศ และแพรวพรรณ อินทรเกษม (2562) เรื่อง แนวทางพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ที่พบว่า การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และสร้างแรงบันดาลใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ SMEs มีผลประกอบการที่ดีขึ้นและสามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

6. รูปแบบกิจกรรม CSV ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV ของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV สูงสุด คือ การแนะนำการบริหารจัดการธุรกิจขนาดเล็ก รองลงมาคือ การให้ความรู้ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยอาหาร และการฝึกอบรมทักษะการประกอบอาหาร ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า การบริหารจัดการธุรกิจขนาดเล็กเป็นความรู้พื้นฐานที่จำเป็นและสามารถประยุกต์ใช้ได้กับทุกประเภทของธุรกิจสตรีที่พึ่งพิงความรู้ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยอาหารเป็นข้อกำหนดตามกฎหมายและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า และทักษะการประกอบอาหารช่วยเพิ่มคุณภาพผลิตภัณฑ์และความสามารถในการแข่งขันในตลาด ซึ่งทั้งสามด้านนี้เป็นความรู้ที่มีความเป็นประโยชน์สูงและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันที สอดคล้องกับผลการวิจัยของวรรณมล แสนวิสุข และกนกกานต์ แก้วนุช (2565) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสบการณ์ผู้บริโภคอาหารสตรีที่พึ่งพิงในกรุงเทพมหานครภายหลังการแพร่ระบาด COVID-19 ที่พบว่า ในสถานการณ์ COVID-19 นักท่องเที่ยวคำนึงถึงการเลือกอาหารเรื่องความสะอาด ความปลอดภัยจากเชื้อโรคของอาหาร และการเน้นอาหารร้อนอาหารปรุงจากร้าน ซึ่งให้ความสำคัญกับความรู้ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยอาหาร สอดคล้องกับผลการวิจัยของเรณูมาศ กุลศิริมา และคณะ (2560) เรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่พบว่า การพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร และการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ เป็นแนวทางที่มีนัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการฝึกอบรมทักษะการประกอบอาหารและการบริหารจัดการธุรกิจ

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ในประเด็นความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV สำหรับผู้ประกอบการสตรีตีพุด แสดงให้เห็นว่าการแนะนำการบริหารจัดการธุรกิจขนาดเล็กมีอิทธิพลสูงสุดต่อความตั้งใจในการบอกต่อ ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่ความสำคัญของการสร้างเครือข่ายในกิจกรรม CSV ที่พบว่า การสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการรายอื่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้เข้าร่วมมีความตั้งใจในการบอกต่อสูงสุด แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการสตรีตีพุดให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายธุรกิจมากกว่าความรู้และทักษะเฉพาะด้าน

ความสำคัญของการสร้างเครือข่ายนี้สัมพันธ์กับลำดับความสำคัญของประโยชน์ที่ได้รับจากกิจกรรม CSV ที่เผยให้เห็นว่าการนำความรู้ไปใช้ในการประกอบธุรกิจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสะท้อนถึงความแตกต่างระหว่างกิจกรรม CSV แบบออนไลน์และออนไลน์ที่กิจกรรมออนไลน์เน้นการพัฒนาทักษะเฉพาะบุคคล เช่น การฝึกอบรมอาชีพและความรู้ด้านการเงิน ในขณะที่กิจกรรมออนไลน์เน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชน เช่น การประชุมกลุ่มออมทรัพย์และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

องค์ความรู้เหล่านี้ยังนำไปสู่การเสนอแนวคิด “Practical Knowledge Application Index” ใหม่ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการสตรีตีพุดให้ความสำคัญกับความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้มากกว่าการได้รับความรู้เพียงอย่างเดียว ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการเชิงปฏิบัติของกลุ่มเป้าหมาย และมีความหมายเชิงทฤษฎีในการขยายแนวคิด CSV โดยเฉพาะในบริบทของผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศกำลังพัฒนา โดยแสดงให้เห็นว่าการสร้างคุณค่าร่วมในระดับชุมชนต้องคำนึงถึงลำดับความสำคัญของความต้องการที่แตกต่างกันไปตามระดับการพัฒนาธุรกิจของผู้เข้าร่วม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการศึกษากิจกรรม CSV ของธนาคารออมสินโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ควรพัฒนาให้มีการปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมให้ทันสมัย เพิ่มความหลากหลาย มีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชน

1.2 จากผลการศึกษาการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากกิจกรรม CSV โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ควรพัฒนาให้มีการสำรวจความต้องการก่อนจัดกิจกรรม พัฒนาทักษะวิทยากร ปรับปรุงสถานที่และอุปกรณ์ให้ทันสมัย รวมถึงจัดสรรเวลาให้เหมาะสมกับเนื้อหาและผู้เข้าร่วม

1.3 ผลการศึกษาความสนุกสนานภายในงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ควรพัฒนาให้มีการนำเสนอประโยชน์ที่ชัดเจน สร้างกิจกรรมที่ประยุกต์ใช้ได้จริง เพิ่มโอกาสสร้างเครือข่าย และพัฒนาระบบการให้รางวัลที่จูงใจ

1.4 ผลการศึกษาความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV อยู่ในระดับมาก ควรพัฒนาให้มีการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ และรูปแบบกิจกรรมให้มีความน่าสนใจและสร้างสรรค์มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาผลกิจกรรม CSV สู่ความเป็นเลิศให้ทันสมัย มีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกตรงกับความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

2.2 ควรศึกษาการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากกิจกรรม CSV เกี่ยวกับด้านการพัฒนาทักษะวิทยากร เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ ผู้เข้าร่วมโครงการ

2.3 ควรศึกษากิจกรรมสร้างความสนุกสนานภายในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อให้เข้าร่วมกิจกรรม CSV เพื่อประยุกต์ใช้ได้จริง สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารออมสิน. (2566). รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2566. กรุงเทพฯ: ธนาคารออมสิน.
<https://www.gsb.or.th/csr/gsbcsr/sustainability-reposts/report/>.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2565). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: ชมรมเด็ก.
- มติชนสุดสัปดาห์. (2566). ก.แรงงาน เปิดตัวโครงการส่งเสริมอาชีพ บัณฑิตสู่ผู้ประกอบการร้านสตรีทฟู้ด สร้างงาน
 เพิ่มรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจ. สืบค้น 28 มีนาคม 2568 จาก
https://www.matichon.co.th/weekly/pr/article_677140.
- เรณูมาศ กุลละศิริมา, นุจิรา รัศมีไพบูลย์, สุวรรณา พิชัยยงค์วงศ์ดี และเปรมฤทัย แยมบรรจง. (2560). กลยุทธ์การพัฒนา
 แบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและ
 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- ลัดดาวัลย์ เลขมาศ และแพรวพรรณ อินทรเกษม. (2562). แนวทางพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs. *วารสารวิชาการ
 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 39(2), 104–122.
- วรรณมล แสนทวีสุข และกนกกานต์ แก้วนุช. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสบการณ์ผู้บริโภคอาหารสตรีทฟู้ด
 ในกรุงเทพมหานคร ภายหลังการแพร่ระบาด COVID-19. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
 ราชภัฏสวนสุนันทา*, 5(2), 7–21.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2546). การวิเคราะห์และทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เจริญเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2558). ตำราหลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: มาร์เก็ตติ้งมูฟ.
- สุกัญญา รักพานิชมนี, วศินี ธรรมศิริ และสัจจา ดวงชัยอยู่สุข. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงาน
 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานด้านการเงินของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย.
วารสารบริหารธุรกิจ นิติ, 25, 140–157.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2002). Understanding relationship marketing outcomes:
 An integration of relational benefits and relationship quality. *Journal of Service Research*, 4(3),
 230-247.
- Longenecker, J. G., Petty, J. W., Palich, L. E., & Hoy, F. (2016). *Small Business Management: Launching &
 Growing Entrepreneurial Ventures* (18th ed.). Cengage Learning.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of
 Marketing*, 58(3), 20-38.
- Reynolds, K. E., & Beatty, S. E. (1999). Customer benefits and company consequences of customer-
 salesperson relationships in retailing. *Journal of Retailing*, 75(1), 11-32.
- Richins, M. L., & Root-Shaffer, T. (1988). The role of involvement and opinion leadership in consumer
 word-of-mouth: An implicit model made explicit. *Advances in Consumer Research*, 15(1), 32-36.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm
 (2nd ed.)*. McGraw-Hill.