



Faculty of **Management Science** Loei Rajabhat University
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Journal of Innovative Management and Business Administration(JIMBA)

วารสารนวัตกรรมการจัดการและบริหารธุรกิจ

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Volume2 Issue2 (July – December 2025)



2025

ISSN 3027-8139 (Online)

2025





วารสารนวัตกรรมการจัดการและบริหารธุรกิจ

Journal of Innovative Management and Business Administration (JIMBA)

ISSN 3027-8139 (Online)

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม - ธันวาคม 2568



Journal of Innovative Management and Business Administration

วารสารนวัตกรรมจัดการและบริหารธุรกิจ

ISSN 3027-8139 (Online)

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม - ธันวาคม 2568

วัตถุประสงค์

1. เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความปริทัศน์ ของคณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา ตลอดจนนักวิชาการอิสระ ในกลุ่มสาขาสังคมศาสตร์ ได้แก่ บริหารธุรกิจ การจัดการ การบัญชี เศรษฐศาสตร์ การท่องเที่ยวและการบริการ นิเทศศาสตร์ เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน การตลาด คอมพิวเตอร์ ธุรกิจ โลจิสติกส์และซัพพลายเชน และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และผู้เขียนจากหน่วยงานภายนอก

2. เพื่อนำเสนอผลงานที่มีคุณภาพ ในการนำไปพิจารณาสร้างองค์ความรู้ใหม่

3. เพื่อสร้างเครือข่ายและพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านวิชาการ การนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ทาง วิชาการระหว่างคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และบุคคลทั่วไป

ประเภทของบทความที่รับตีพิมพ์

บทความวิจัย (Research Article) , บทความวิชาการ (Academic Article) และบทความปริทัศน์ (Review Article)

ภาษาของบทความที่รับตีพิมพ์

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

วิธีการประเมินบทความ

บทความจะผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์ จำนวน 3 ท่าน กำหนดรูปแบบการประเมินโดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้เขียนบทความ และผู้เขียนบทความไม่ทราบชื่อผู้ประเมิน (Double-blind peer review)

ระยะเวลาในการเผยแพร่บทความ

เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jimba_journal/index

กำหนดการเผยแพร่จำนวน 2 ฉบับต่อปี ดังนี้

- ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม – มิถุนายน
- ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม – ธันวาคม

เจ้าของวารสาร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สำนักงาน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เลขที่ 234 หมู่ที่ 11 ถนนเลย – เชียงคาน

ตำบลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย 42000

เบอร์โทรศัพท์ 0-4283-5231 หรือ 0-4283-5224-8 ต่อ 45112

Website: https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jimba_journal

Email: jimba.journal@gmail.com

คณะผู้จัดทำวารสารนวัตกรรมการจัดการและบริหารธุรกิจ

เจ้าของ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาณุมาศ พรหมเทศ อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ดร.สัญญา เกียรติทรงชัย คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
บรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ญา หวังวัชรกุล
รองบรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลภัสรดา พิษญาธีรนาถ ดร. ศศิธร กกฝ่าย

กองบรรณาธิการภายนอก

1	ศาสตราจารย์ ดร.ภูมิฐาน รังकुณวัฒน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2	รองศาสตราจารย์ ดร.ชโยดม สรรพศรี	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3	รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญฤดี พรชัยทิวัดถ์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
4	รองศาสตราจารย์ ดร. กุลภา โสรรัตน์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
5	รองศาสตราจารย์ ดร.กัญฐณา ดิษฐ์แก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
6	รองศาสตราจารย์ ดร. ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
7	รองศาสตราจารย์ ดร.วีระกิตติ์ เสารัม	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
8	รองศาสตราจารย์ ดร. สืบชาติ อันทะไชย	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
9	รองศาสตราจารย์ ดร.ปจรรย์ ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
10	รองศาสตราจารย์ ดร. ปณณฎา จันทน์บุญเรือง	นักวิชาการอิสระ
11	รองศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญศรี เจริญวานิช	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
12	รองศาสตราจารย์ ดร.นันทรัตน์ นามบุรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
13	Assoc. Prof. Dr. Piya Wongpit	National University of Laos
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรพร สีหาบุตร	มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ จันทน์นอก	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรัช อารีราษฎร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธ์พสุตม์ สาธุนวัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุษยมาส ชื่นเย็น	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หทัยรัตน์ ไชยสัตย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล ชะโยมชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวัน เพชรหมี่	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

กองบรรณาธิการภายใน (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย)

- | | | |
|---|--|---------------------------------|
| 1 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี โกกะนุช | สาขาวิชาการจัดการ |
| 2 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชิต พระพินิจ | สาขาวิชาโลจิสติกส์และซัพพลายเชน |
| 3 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรินทร์ธร โตพันธ์ | สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ |
| 4 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุพร มีทรัพย์ทอง | สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล |

คณะกรรมการดำเนินงาน

- | | |
|---|-------------------------------------|
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ญา หวังวัชรกุล | ประธานกรรมการ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลภัสรดา พิษญาธีรนาถ | รองประธานกรรมการ |
| ดร.ศศิธร กกผ้าย | รองประธานกรรมการ |
| ดร.เมทยา อิ่มเอิบ | กรรมการฝ่ายจัดการและพิสูจน์อักษร |
| ดร.สาธิตา กลิ่นสุคนธ์ | กรรมการฝ่ายจัดการและพิสูจน์อักษร |
| ดร.วรรณวิสา ไพศรี | กรรมการฝ่ายจัดการและพิสูจน์อักษร |
| ดร.วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล | กรรมการฝ่ายจัดการและพิสูจน์อักษร |
| นางอรอนงค์ หล่มเหลา | กรรมการฝ่ายจัดการและพิสูจน์อักษร |
| ดร.สัณชัย เกียรติทรงชัย | กรรมการฝ่ายตรวจสอบภาษาต่างประเทศ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณิชนันท์ กะวิวังสกุล | กรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ |
| นางสาวประกาย นามผา | กรรมการฝ่ายการเงิน |
| นางชยุตรา ชัยสิทธิ์ | เลขานุการบรรณาธิการ |
| นางสาวอัญชิสา ปัดสำราญ | ผู้ช่วยเลขานุการบรรณาธิการ |

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมการจัดการและบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ฉบับนี้ เผยแพร่ในปีที่ ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม - ธันวาคม 2568 มีบทความทั้งหมด 6 เรื่อง ประกอบด้วย บทความวิชาการ จำนวน 1 เรื่อง และบทความวิจัย จำนวน 5 เรื่อง โดยบทความทั้งหมดที่ได้ผ่านการพิจารณา โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์ จำนวน 3 ท่าน จากหลากหลายสถาบัน

ทั้งนี้ กองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมการจัดการและบริหารธุรกิจ ขอขอบคุณนักวิชาการ นักวิจัย ผู้สนใจทุกท่านที่มอบความไว้วางใจและส่งบทความมาตีพิมพ์กับทางวารสารของเรา และขอขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้เกียรติในการประเมินคุณภาพบทความ ทางกองบรรณาธิการฯ หวังว่า ผู้อ่านทุกท่าน จะได้รับความรู้และเกิดแรงจูงใจในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานวิจัยใหม่ๆ เพื่อตีพิมพ์กับวารสาร นวัตกรรมการจัดการและบริหารธุรกิจต่อไป

สุดท้าย กองบรรณาธิการจึงขอเชิญชวนผู้สนใจร่วมส่งบทความ เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับต่อไป สามารถส่งบทความทางเว็บไซต์ https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jimba_journal/index ทั้งนี้ในการตีพิมพ์บทความไม่มีค่าธรรมเนียมในการส่งบทความ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ญา หวังวัชรกุล
บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

บทความวิชาการ

- 21st Century Entrepreneurship Challenges, Opportunities,
and Growth in case of Thailand 1 - 19

Phongsak Phakamach, Aker Ratchavieng, Prangthip Soeykrathoke, Pot Toopot

บทความวิจัย

- การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพเพชรเจริญ อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย 20 - 35
ศักดิ์ศิริ วิธิ, อาริยา สมบูรณ์พันธ์, แพรวพลอย เทียมสอาด, ณิชนันท์ กะวิวังสกุล

- แนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชี ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 36 - 56
แปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม

ปรางทิพย์ เสยกระโทก, ธงชัย สิทธิกรณ, พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ

- ทัศนคติต่อสุขภาพและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ 57 - 72
เบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา
พาติล๊ะ แลมันเส้น, อริสรา คมจรัส, ปาริชาติ ผาสุกสถิตพร, ชยุตา รอดวินิจ

- การศึกษาปัญหาการดำเนินงานสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ 73 - 87
การให้บริการลูกค้า พื้นที่ศึกษาสาขาในสังกัดเขตชลบุรี
ศิริเพ็ญ ภูทอง, รัชดา ฐปทอง

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ 88 - 98
ภาคเหนือตอนบน
สิริวรรณ อีระภาพ, โสภิตา วรรณิล

21st Century Entrepreneurship Challenges, Opportunities, and Growth in case of Thailand

Phongsak Phakamach^{1*}, Akera Ratchavieng², Prangthip Soeykrathoke³ and Pot Toopot⁴

Received: 29 January 2025 Revised: 20 March 2025 Accepted: 26 March 2025

ABSTRACT

Thailand has become one of the fastest-growing marketing platforms in the business market. In the 21st century, entrepreneurship has undergone a significant transformation, particularly in its digital aspects, characterized by diverse innovations, a global vision, and a strong emphasis on social and environmental responsibility. Technologies such as AI, cloud computing, IoT, blockchain, the metaverse, biotech, and renewable energy have become central to entrepreneurial success in this era, challenging traditional business models. Globalization facilitates international access, diverse talent acquisition, and collaborative opportunities, all of which significantly benefit entrepreneurs. 21st century business leaders prioritize their societal and environmental impact. Agility and rapid adaptation are crucial for meeting evolving market demands. Access to capital remains a challenge, but crowdfunding, angel investors, venture capital, and blockchain-based fundraising are expanding opportunities. Regulatory environments are adapting to the disruptive potential of modern entrepreneurship. Beyond traditional business, 21st century entrepreneurs are shaping job markets, redefining work, and encouraging adaptability and entrepreneurial thinking. This paper examines the skills of 21st century entrepreneurs in terms of challenges, opportunities, and growth strategies, enabling them to develop their workplaces and align with the country's development guidelines.

Keywords: Entrepreneurship, Startup Ecosystem, Challenges, Opportunities, Growth

^{1,2} Lecturer, Rattanakosin International College of Creative Entrepreneurship, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

³ Lecturer, That Phanom College, Nakhon Phanom University

⁴ Lecturer, Faculty of Social Sciences and Humanities, Northeastern University

E-mail: phongsak.pha@rmutr.ac.th * Corresponding Author

1. Introduction

An entrepreneur is a business founder who seeks in-depth knowledge of their business field (Stam & van de Ven, 2021). Entrepreneurs must possess a strong desire to generate and implement innovative ideas, as well as acquire skills that cultivate an entrepreneurial mindset, preparing them to become future leaders capable of solving complex problems (Baker & Welter, 2020). Ratten (2023) defines entrepreneurship as the process of establishing a new business, often driven by novel product or service concepts. Entrepreneurship is an integral part of business life, contributing to the establishment of successful business relationships (Andersson et al., 2018; Diandra & Azmy, 2020). Wadhvani et al. (2020) and Avila et al. (2021) emphasize that entrepreneurship primarily focuses on fostering creativity, innovation, and self-employment. Therefore, entrepreneurial training or education should not be conflated with business, economics, or corporate studies. Globally, entrepreneurship is recognized as a growing and progressive force that contributes to business development and societal advancement. It is considered a vital element for creating globalization and diverse opportunities for future potential performers (Santos et al., 2020; Ordeñana et al., 2020).

Entrepreneurs frequently make critical decisions in highly uncertain environments, characterized by significant potential gains or losses, intense time constraints, and substantial emotional investment (Darnihamedani et al., 2018; Stam & van de Ven, 2021). As Rimcharone and Photchanachan (2022) observed, in challenging situations, individuals often prioritize immediate solutions over a thorough understanding of the root causes of problems. Over 54% of Thailand's population resides in rural areas, where small business owners and rural enterprises face resource limitations but strive to utilize them efficiently (Latteerasuwan et al., 2020).

In the 21st century, entrepreneurs encounter both advantages and disadvantages simultaneously. While the desire to make a meaningful impact drives many entrepreneurs, the need to generate income to support their families remains a fundamental motivation (Andersson et al., 2018; Martin, 2021; Haltiwanger, 2022). 21st century consumers are drawn to value-added services and products, necessitating a similar approach from businesses. Many small business owners make personal sacrifices to launch their ventures, while simultaneously preparing to navigate the inherent risks of self-employment (Haltiwanger, 2022).

Among the technologies invented in the last century, mobile phones have achieved one of the highest adoption rates. Digitalization enhances communication between farmers and consumers (Rimcharone & Photchanachan, 2022; World Bank, 2022). The rapid cycle of business growth and closure suggests that most businesses reach a critical point where they either expand, contract, or cease operations. At this juncture, entrepreneurs must make a decisive choice among these three outcomes (Pepple & Enuoh, 2020; Martin, 2021).

2. Entrepreneurship Contexts, Stakeholders and Entrepreneurial Network

World Bank (2022) describe that entrepreneurs are embedded in contexts and involved in relations with various stakeholders. Overall, there are three important stakeholders: the providers of financial resources, the providers of revenues and the providers of legacy. Financial intermediaries, including banks, offer loans to entrepreneurial start-ups, and employees and consumers generate revenues. Governments regulate the operation of the business. The relationship between stakeholders and entrepreneurs is composed of external entrepreneurial networks, which is a reflection of the impact of different stakeholders on entrepreneurial behavior. Entrepreneurial networks have been widely used in entrepreneurship scholarship to investigate these interactions (Belyaeva et al., 2020).

The evolutionary pattern of entrepreneurial networks has also been previously studied. Haltiwanger (2022) and Phakdeeying et al. (2023) argued that entrepreneurs initially rely on informal networks and only later on professionals. Hägg and Gabrielsson (2020), Photchanachan et al. (2020), and Thongiam and Sapsanguanboon (2021) discussed the evolution of networks based on economic costs and benefits. Moreover, Khamwan (2023) found that relationships with stakeholders change with the development of new ventures. However, there is scarce literature that explicitly links entrepreneurial networks with context-construction literature, i.e. with how entrepreneurs strategically develop their networks to transform contexts (Ratchavieng et al., 2021).

A comprehensive examination of entrepreneurial networks and their evolution forms the foundation of our conceptual framework. This framework proposes that entrepreneurs must navigate a complex network of relationships with various stakeholders, including financial intermediaries, consumers, and governmental bodies, to effectively enact contextual transformation. Drawing upon the stakeholder categorizations of Belyaeva et al. (2020), Hägg and Gabrielsson (2020), and Rimcharone and Photchanachan (2022), as well as insights into government regulation, our framework offers a nuanced understanding of the multidimensional relationships entrepreneurs maintain. The concept that entrepreneurial networks evolve from informal to formal structures (Hongsirikarn et al., 2019) is central to our conceptual framework. This evolutionary perspective is crucial for analyzing how Thai entrepreneurs transitioned from maintaining their initial, informal networks to establishing more organized, professional networks as they sought to transform their business contexts (Tripopsakul, 2014; Photchanachan et al., 2020; Hazudin et al., 2021).

In case study, Pomodoro is a successful Thai food delivery and sustainable agriculture platform founded by “Kanya” in Bangkok. This case study examines Kanya’s journey, highlighting her innovative approach to connecting urban consumers with rural farmers, while promoting sustainable practices. Kanya, raised in a farming community, witnessed the struggles of local farmers. She recognized the growing demand for fresh, organic produce in urban areas and envisioned a platform

to bridge this gap. Pomodoro developed a user-friendly app that allows consumers to order directly from local farmers. The platform provides transparent information about farming practices and product origins. Kanya built strong relationships with farmers, offering fair prices and logistical support. The company grew rapidly, expanding its delivery network and product offerings. Pomodoro implemented a blockchain-based traceability system, allowing consumers to track the journey of their food from farm. The company also utilizes data analytics to optimize delivery routes and reduce food waste. Kanya fosters a collaborative and inclusive work environment. She empowers her team to take ownership of projects and encourages continuous learning. She navigated the challenges of rapid growth by maintaining a focus on core values. Pomodoro promotes sustainable farming practices, reducing the use of pesticides and promoting biodiversity. The company supports local farmers by providing fair prices and access to markets. Pomodoro also donates a portion of its profits to community development projects. Kanya's success demonstrates the importance of understanding market needs, building strong relationships, and leveraging technology for social impact. She emphasizes the value of resilience, adaptability, and a commitment to ethical business practices. In summary, Kanya's Pomodoro platform has transformed the Thai food delivery landscape, creating a sustainable and equitable ecosystem for farmers and consumers. Her entrepreneurial spirit and commitment to social impact serve as an inspiration for aspiring entrepreneurs in Thailand (Pomodoro, 2025).

3. Important Skills of a 21st Century Entrepreneur

Zaidi et al. (2023) argued that the 21st century business landscape is rapidly evolving, demanding a new set of skills for entrepreneurs to thrive.

1) Core Competencies:

Innovation and Creativity: Generating fresh ideas, thinking outside the box, and adapting to changing market trends.

Technological Proficiency: Understanding and leveraging digital tools, data analytics, and emerging technologies.

Adaptability and Resilience: Embracing change, bouncing back from setbacks, and navigating uncertainty.

Leadership and Teamwork: Inspiring and motivating teams, building strong relationships, and fostering a collaborative culture.

Problem-Solving: Analyzing complex situations, developing effective solutions, and making data-driven decisions.

Business Acumen: Understanding financial management, marketing, sales, and operations.

Communication and Networking: Effectively conveying ideas, building relationships, and collaborating with diverse stakeholders.

2) Specific Skills for the Modern Entrepreneur:

Digital Marketing: Leveraging social media, content marketing, and SEO to reach target audiences.

Data Analytics: Using data to inform decision-making, measure performance, and identify opportunities.

Remote Work Management: Effectively leading and managing teams in a distributed environment.

Sustainability: Integrating environmental and social responsibility into business practices.

Ethical Considerations: Making ethical decisions and upholding high standards of business conduct.

Ratten (2023) highlighted business operations of establishments in the age of business transformation. Some of the most successful entrepreneurs shows some prominent skills such as:

1) Understanding the Numbers

Every entrepreneur should have knowledge with numbers, statistics and to forecast company's future which will help them to plan, organize and direct their businesses. As well, an entrepreneur must be financially sound and able to take financial losses and protect the company's assets (Bernardino et al., 2023).

2) Leadership Skill and Foresight

Entrepreneurs face many difficulties or opportunities in their business journey so, they have to develop some new skills for the growth of their enterprise. They should develop their leadership skills because leadership is crucial to a company's success (Prasastyoga et al., 2021; Bernardino et al., 2023). He should have a good foresight to visualize the changes and take the action timely (Baker & Welter, 2020).

3) Problem-Solving Skill

Problem-solving and find an inventive solution is another imperative skill of entrepreneurs that help to analyze and evaluate the problems in a better way to increase their discovering solutions skills; so that they are capable to create fresh ideas and ways to overcome any problems in their enterprise (Bernardino et al., 2023).

4) Technical Knowledge

An entrepreneur should have a rational level of technical knowledge interrelated to their offerings (Baker & Welter, 2020).

5) Being Organized

Entrepreneurs should be the most organized individuals in any organization and also, they should always have an elegant and well-executed organizational structure for their enterprise (Bernardino et al., 2023). He should have been capable to bring all resources required for starting up an enterprise together (Baker & Welter, 2020).

6) Communication Skills

It is an ability to understand each other and being understood (Andersson et al., 2018). An entrepreneur should be able to well communicate with colleagues and subordinates by good interpersonal and verbal communication; so that they can communicate their thoughts undoubtedly without any hesitation and also think logically and rationally on issues related to their businesses (Photchanachan et al., 2020; Bernardino et al., 2023).

7) Risk Taking Ability

An excellent entrepreneur has the sense of risk-taking and flexibility ability to adjust and adapt the changing circumstances in the enterprise. An entrepreneur must be able to manage their time effectively which allows them to work on a proper business idea at the right time (Bernardino et al., 2023).

8) Valuing Teamwork

Work as a part of a team, allows entrepreneurs to provide the needs of their customers and gain more insights into the products and services of other companies; therefore, work effectively with their colleagues and supervisors (Prasastyoga et al., 2021; Bernardino et al., 2023).

4. Creating Thailand Entrepreneur

The Startup Thailand report indicates that 20-30 million Thai people will be seeking employment within the next decade. The report predicts that this level of demand may strain the job creation capacity of both the government and traditional industries, emphasizing the crucial role of entrepreneurs in generating new employment opportunities (Startup Thailand, 2022). Consequently, developing successful entrepreneurs requires focus on the following areas:

1) Create the right environment

To start a business often involves a slow beginning with some borrowed capital where CEO plays both as salesman and strategist role, and a professional team may only come together months or even years later and with few external partners. In Compare Venire Capitalist (VC) or angel start-up in Silicon Valley, include venture capitalists or angel investors from early stage and driven by a professional management team, fast assemblage multifunctional team and early exploration of partnership scale up, but the challenge is to create a handful areas of excellence where ideas grow into business.

2) Ensure that Entrepreneur have access to right skill

In last year a survey revealed that most Thailand businesses face entrepreneurial skill gap like manage risks, teamwork etc. and functional skill gap like product development, marketing skills etc. But Thailand can move to ensure the curriculum at universities which is modified to address today's changing business landscape, particularly in emerging markets, and built an excellent path for entrepreneurs (Thongiam, & Sapsanguanboon, 2021).

3) Ensure that Entrepreneur have access to 'Smart Capital'

In recent years, several Venture Funds have entered the Thailand market with estimated total expense of <US\$0.2 billion in 2010 and VCs provides fundings as well as valuable knowledge and connection to potential partners, suppliers, and clients across the global clients. However, before VCs involved only a few investors support the idea in the early stages in Thailand. Initiatives like TIE Thailand Forum looking for to bridge the gap but the challenge is establishing a global network to support young business.

4) Enable Networking and Exchange

Entrepreneurs acquire knowledge from both personal experiences and other's journeys. The swift wave of globalization and rapid expansion of Asian economies, offers significant opportunities and challenges for Thailand. With careful strategizing and a focused approach, Thailand possesses the potential to cultivate a generation of entrepreneurs destined to will be the leader both in region as well as global in near future (Thongiam, & Sapsanguanboon, 2021).

5. Challenges Faced by Thailand Entrepreneurs Before Starting Up

Becoming a successful entrepreneur involves navigating a set of challenges that small entrepreneurs typically encounter. A recent interview with several developing Thai entrepreneurs revealed some of the key obstacles they faced on their entrepreneurial journeys (Thongiam & Sapsanguanboon, 2021). These challenges include:

1) Courage to start your own business

Starting your own enterprise a person requires sufficient courage, determination and confidence which is not that easy. To start your own business, it needs to convince yourself that you are the right person to create a needed product in the market.

2) Raising Capital

For an entrepreneur money is another biggest challenge. An entrepreneur should decide to when, how and from whom to increase the required money for start an enterprise. On the periods, people are playing an essential role to develop the framework of their start-up for a longer period of time.

3) Hiring Right Talent

To start your own business, for the success it needs to build a team of your dream. If you are successfully Found a right co-founder or the founding start-up team who have faith in your idea like you, can be a challenging work for making your venture work.

4) Effective Marketing on Limited Budget

Gaining visibility among target consumers is particularly difficult for resource-constrained start-up. Nevertheless, effective marketing techniques can enable them to reach potential customers (Aljuwaiber, 2021).

(1) Financial Security: For a successful start-up a person should know the answer of two important questions 1) Do you have sufficient savings to secure your family financially? and 2) Does the company have sufficient funds to sustain at least a year? If your personal savings is enough, then you can easily give attention on your start-up. Besides, if your start-up has adequate working capital, then you have the ability to undertake difficult to difficult risks.

(2) Dealing with Stress: In entrepreneurship success often comes with its part of challenges and stress. Entrepreneurs must be strong and self-possessed, as they have to encounter various stressors, both in their business and personal lives. So, you have to be prepared for manage and handle with the daily stresses for a successful venture.

(3) Facing Failure: To be a success you have to taste the failure first. With launching of new products and scaling new markets first it will fail. If you're trying a lot of new things, everything will not work and you will not succeed at each of those ideas. You have to face the failure and then taste the success.

6. Challenges Faced by Thailand Entrepreneurs After Starting Up

Challenges faced by Thailand entrepreneurs after starting up a business development include:

1) Developing business and vision

Starting a business from scrape is a very difficult task for an entrepreneur. So, entrepreneur must be verdict the right business opportunities to develop an idea and convert into a creative idea, which is a challenging process, because when the entrepreneurs see the opportunities; others see that situation like a problem of the business. The major business challenge is transforming the idea into a successful business a tough and time-consuming process (Stam & van de Ven, 2021).

2) Financial investment to start the business

The challenges of the entrepreneur happen when developing an idea, especially securing the financial investment. Asking for money to an established business with lower risk profile,

entrepreneur have to convince the investors to commit capital to their enterprise, which is a continuous financial investment at every stage of business development. It is required to invest more capital to establish themselves and compete in business market (Vignesh & Yoganandan, 2020).

3) Arranging the business team

Build a business team is an important issue before the raising capital for a business. Mostly lack teamwork causes the losses although after showing the great intelligence ideas and products. A business team is important to raising an undertaking involving uncertainty as to the capital successfully (Stam & van de Ven, 2021).

4) Finding the business location in right place

It is important to find a right place for a good business where a rapidly growing population, good road networking and other amenities are available for a good performance (Vignesh & Yoganandan, 2020).

5) Finding good employees

In the organization business owners knows that find a trustworthy employee who ruled by strong emotion about delivering his service area is very difficult. Most employees are lazy and want more paid (Stam & van de Ven, 2021).

6) General challenges

Early stages of the business, small-business face many challenges like socio-cultural issues like family support and caste related problems. The restricted scale makes the environmental change less tough that leads a staff turnover. Both managerial and technical levels, deficient its literacy exists (Bhaskar et al., 2022).

7) Raw material challenges

In international markets due to high tariffs on imported raw materials small and medium sized initiatives face challenges. Due to lack of social capital resources such as networks, inter-firm relationships, managerial connections, and informal ties they face many problems as compared to larger competitors on the global stage (Bhaskar et al., 2022).

8) Revenue Generation

Revenue generation is a necessity for the survival of startups. As the business raises the costs of functional of the incipency will grow (Thoopkrajae, 2023). Poor profit generation is the main problem to the disgrace of many startups (Phakdeeying et al., 2023). The startup if it does not produce satisfactory profits, formerly their focus will move to funding rather than the fundamentals of the business (Startup Thailand, 2022).

7. Opportunities for 21st Century Entrepreneur

Thailand is recognized as one of the world's fastest-growing economies, experiencing a rapid increase in entrepreneurship. Fueled by the rise of the internet and the government's drive towards a digital economy, numerous startups and entrepreneurial ventures are emerging across the country. Let's examine the opportunities available for the future of entrepreneurship in Thailand (Startup Thailand, 2022; Phakdeeying et al., 2023; Khamwan, 2023).

1) Large and growing consumer market

Due a large no. of population in the country, Thailand has become the third largest consumer market in ASEAN which offerings a huge opportunity for entrepreneurs who can meets the needs and preferences of Thailand consumers.

2) Increasing adoption of digital technologies

The increasing of use the internet and mobile devices, most of the Thailand are choosing digital platforms for shopping, banking, and other activities which created opportunities for startups in sectors such as e-commerce, fintech, and digital media.

3) Availability of low-cost labor

Thailand has skilled and unskilled workers who wants to work in low earnings which made the opportunity of the entrepreneur easier for maintain their startup to keep the cost low with remain competitive in the world market.

4) Tourism and Hospitality

In Thailand tourism and hospitality is a prosperous industry, where every year a no. of tourists increases from national and international level, therefore this can be one hot sector where entrepreneurs must focus on. As Thailand is rich in both culture and heritage, so it offers the foreign tourists to visit Beaches, hill stations, heritage sites, wildlife and rural life.

5) Automobile

Thailand is now a hot spot for automobiles and auto-components. A cost- effective hub for auto components sourcing for global auto makers, the automotive sector is potential sector for entrepreneurs (Thongiam, & Sapsanguanboon, 2021).

6) Textiles

In Thailand each state has its exclusive and unique style and designs, so it can grow as a favored site for manufacturing textiles that attract people into a no. of huge demand for attires (Thongiam, & Sapsanguanboon, 2021).

7) Education and Training

There is a good demand for education and online tutorial services. With good facilities at competitive rates, Thailand can attract more students from abroad. Unique teaching methods, educational portals and tools can be used effectively to make the sector useful and interesting.

8) Digital Marketing

Growing demand for digital marketers as businesses shift online. Entrepreneurs in marketing can thrive, aiding online presence, sales, focusing on search engine optimization (SEO), social media, content, email, and advertising. Success through trend awareness and quality services (Ratchavieng et al., 2021; Digari, 2023).

9) Software and Applications Development

Entrepreneurs with tech expertise can find a fulfilling career in software development. High demand exists for skilled developers in web, mobile apps, AI, and blockchain. Staying updated on trends and delivering quality services can lead to successful companies that assist businesses in enhancing efficiency and fostering growth through innovative software solutions (Ratchavieng et al., 2021; Digari, 2023).

8. Growth Strategies for Sustainable and Long-Term Success

In today's competitive business landscape, achieving growth and success necessitates strategic planning and the implementation of effective growth strategies (Ratten, 2023). Whether you are an entrepreneur launching a small startup or an executive overseeing the operations of an established business, a clear growth strategy is essential. This discussion will explore ten growth strategies that every business owner should understand. These strategies encompass various aspects of business operations and can help drive sustainable growth and long-term success (Wadhwani et al., 2020; Stam & van de Ven, 2021; Haltiwanger, 2022; Zaidi et al., 2023).

1) Market Penetration

Market penetration entails expanding your market share by maximizing sales of your current products or services within your existing customer base. This strategy focuses on capturing more of the market through aggressive marketing and sales tactics. It may include offering special promotions, expanding distribution channels or improving customer service to encourage repeat purchases.

2) Product Development

Product development focuses on creating new and innovative products or enhancing existing offerings to meet your target audience's changing needs and preferences. By investing in research and development, you can stay ahead of your competitors and bring in new customers. This strategy requires understanding market trends, conducting market research and leveraging customer feedback to develop products that provide unique value propositions.

3) Market Expansion

Market expansion involves entering new markets or targeting new customer segments. This growth strategy allows you to tap into untapped markets, diversify your customer base, and reduce

dependency on a single market. It requires market analysis, identifying new opportunities and adapting your services or products to meet the specific needs of the new market.

4) Strategic Partnerships

Strategic partnerships can be a powerful growth strategy for startups and small businesses. You can leverage each other's strengths, resources, and customer bases by partnering with complementary businesses. Collaborations can range from co-marketing initiatives and cross-promotions to joint ventures and strategic alliances. The key is to find partners that align with your brand values and have a mutually beneficial relationship.

5) Customer Retention

Protecting your current customer base is as vital as gaining new ones for sustained growth. Customer retention strategies focus on building long-term relationships and creating loyal customers. Customer retention can be achieved through personalized communication, exceptional customer service, loyalty programs, and continuous value delivery. Happy and loyal customers become repeat buyers and brand advocates, promoting your business to others.

6) Competitive Pricing

Pricing plays a vital role in attracting customers and staying competitive. Implementing a competitive pricing strategy involves finding the right balance between profitability and affordability. Conduct market research to understand your competitors' pricing, analyze your cost structure, and consider factors such as product differentiation, perceived value and customer willingness to pay. Adjusting your pricing strategy accordingly can help you capture market share and stimulate demand.

7) Digital Marketing

A solid online presence is vital for any business in today's digital age. Digital marketing strategies include leveraging social media marketing, SEO, email marketing, content marketing and paid advertising to achieve optimal visibility and effectively connect with your targeted audience. By utilizing digital channels, businesses can increase brand visibility, generate leads and engage with customers globally.

8) Employee Development

Investing in employee development is essential for both individual and organizational growth. Access to training, mentorship programs, and career advancement opportunities can significantly impact one's professional growth and development. Enhance employee skills, boost productivity, and foster a positive work culture. In addition, engaged and empowered employees contribute to

business growth by driving innovation, improving customer satisfaction and achieving operational excellence.

Bernardino, Rua, and Santos (2023) describe to become a successful innovative entrepreneur, you'll need a blend of hard and soft skills. Here's a breakdown:

(1) Core Competencies:

Innovation and Creativity: The ability to generate new ideas, think outside the box, and develop unique solutions to problems.

Problem-Solving: A systematic approach to identifying issues and devising effective solutions.

Adaptability: The capacity to adjust to change and uncertainty, and to pivot when necessary.

Risk Tolerance: A willingness to take calculated risks and embrace new challenges.

Business Acumen: A solid understanding of business principles, including finance, marketing, and operations.

Leadership: The ability to inspire and motivate others, build strong teams, and foster a positive company culture.

Networking: The skill of building and maintaining relationships with potential partners, investors, and customers.

(2) Specific Skills for Innovation:

Market Research: The ability to identify market trends, customer needs, and competitive landscapes.

Design Thinking: A human-centered approach to problem-solving and innovation.

Technological Proficiency: A solid understanding of technology and how it can be applied to business.

Data Analysis: The ability to collect, analyze, and interpret data to inform decision-making.

Financial Management: The skills needed to manage finances, create budgets, and secure funding.

(3) Soft Skills:

Communication: The ability to effectively convey ideas, both verbally and in writing.

Persuasion: The skill of convincing others to support your ideas and initiatives.

Resilience: The ability to bounce back from setbacks and maintain a positive outlook.

Time Management: The ability to prioritize tasks and manage time effectively.

Emotional Intelligence: The ability to understand and manage your own emotions, as well as the emotions of others.

9) Customer Feedback and Insights

Listening to customer and gaining insights into their preferences and pain points is invaluable for business growth. Implementing mechanisms for collecting and analyzing customer feedback allows you to identify areas for improvement, make informed decisions, and tailor your products or services to meet customer expectations. For example, utilize surveys, feedback forms, social media listening, and customer satisfaction metrics to gather valuable insights and enhance the customer experience.

10) Continuous Innovation

In order to stay competitive, it is crucial to take proactive steps toward success and drive. Prioritizing continuous innovation is vital to ensuring growth for businesses. This involves fostering a culture of creativity, encouraging new ideas and embracing change. Innovation can take various forms, including product innovation, process innovation and business model innovation. As a result, businesses can differentiate themselves and maintain a competitive edge by continuously exploring new opportunities, adapting to market dynamics and leveraging emerging technologies.

Effective growth strategies are vital for businesses aiming to achieve sustainable growth and long-term success. With the right growth strategies in place, your business can thrive and reach new heights of success.

9. Conclusion and Discussion

As we approach the mid-21st century, it is increasingly evident that entrepreneurs play a pivotal role in shaping the global economy and society. In conclusion, 21st-century entrepreneurs are characterized by their technological innovation, global reach, social and environmental responsibility, diversity, and adaptability as they operate in a rapidly changing landscape. They are essential drivers of economic growth, social progress, and technological advancement (Prasastyoga et al., 2021; Ratten, 2023).

These challenges can have adverse effects in the workplace. In the United States, the post-2000 period saw a decrease in young tech firms and a rise in mega-firms, impacting the high-tech sector. This contrasts with the 1990s trend of younger, smaller firms. Innovation and entrepreneurship are vital for productivity (Haltiwanger, 2021). The entrepreneurial journey is marked by both challenges and opportunities, and it continues to evolve with the changing dynamics of the modern world. Therefore, the global development of platforms and networks for entrepreneurial culture is a critical issue (Hazudin et al., 2021).

Finally, entrepreneurship is closely linked with concepts of initiative and action. However, entrepreneurial training or education should not be conflated with business or economic studies (Diandra & Azmy, 2020; Avila et al., 2021; Ratten, 2023).

10. Recommendations

Recommendations tailored for smart entrepreneurs, policymakers, and future researchers in the context of Thailand's evolving business landscape:

1) For Smart Entrepreneurs

Embrace Digital Transformation: (1) Actively integrate AI, data analytics, and automation into your business models, (2) Develop strong e-commerce capabilities and explore online marketplaces, and (3) Prioritize cybersecurity and data privacy.

Focus on Sustainability and Social Impact: (1) Incorporate sustainable practices into your supply chains and operations, (2) Address social challenges through innovative business solutions, and (3) Build a brand that resonates with socially conscious consumers.

Cultivate Global Mindset: (1) Explore export opportunities and build international partnerships, (2) Adapt your products and services to meet the needs of diverse markets, and (3) Leverage digital platforms to reach global customers.

Foster Innovation and Adaptability: (1) Create a culture of innovation within your organization, (2) Stay ahead of technological trends and be prepared to adapt quickly, (3) Embrace agile methodologies and iterative product development.

Build Strong Networks: (1) Engage with industry associations, incubators, and accelerators, (2) Seek mentorship from experienced entrepreneurs and business leaders, and (3) Participate in networking events and conferences.

Focus on Skill Development: (1) Continuously improve your digital literacy, and that of your employees, (2) Focus on critical thinking, and problem solving skills, and (3) Learn how to analyse data, and use it to make informed decisions.

2) For Policymakers

Promote Digital Infrastructure Development: Invest in expanding broadband access and improving digital connectivity, especially in rural areas, (2) Support the development of digital skills training programs, and (3) Create access to affordable digital devices.

Streamline Regulatory Processes: (1) Reduce bureaucratic hurdles and simplify business registration processes, (2) Create a regulatory environment that supports innovation and entrepreneurship, and (3) Implement policies that encourage foreign investment in tech startups.

Support Entrepreneurial Ecosystems: (1) Establish incubators, accelerators, and co-working spaces, (2) Provide access to funding and investment opportunities for startups, and (3) Foster collaboration between universities, research institutions, and businesses.

Invest in Education and Training: (1) Revamp the education system to focus on 21st-century skills and digital literacy, (2) Support vocational training programs that align with industry needs, and (3) Promote lifelong learning and continuous professional development.

Encourage Sustainable Business Practices: (1) Implement policies that incentivize sustainable business practices, (2) Support the development of green technologies and renewable energy, and (3) Create tax incentives for companies that are socially responsible.

3) For Future Researchers

Investigate the Impact of Digital Transformation: (1) Explore the effects of AI, automation, and data analytics on Thai businesses, (2) Analyze the role of e-commerce and digital platforms in driving economic growth, (3) Research the impact of the digital divide on entrepreneurship.

Study the Evolution of Entrepreneurial Ecosystems: (1) Examine the factors that contribute to the success of startup ecosystems in Thailand, (2) Analyze the role of government policies and support programs in fostering entrepreneurship, and (3) Research the impact of cultural values on entrepreneurial activity.

Focus on Sustainable Entrepreneurship: (1) Investigate the adoption of sustainable business practices among Thai entrepreneurs, (2) Analyze the impact of environmental regulations on business innovation, and (3) Research the role of social entrepreneurship in addressing societal challenges.

Explore the Dynamics of Global Entrepreneurship: (1) Study the internationalization strategies of Thai startups, (2) Analyze the impact of globalization on the Thai business environment, and (3) Research the factors that contribute to the success of Thai entrepreneurs in global markets.

Research the effects of the changing workforce: (1) Study how the rise of the gig economy, and remote work, are affecting Thai entrepreneurs, (2) Research the effects of the aging population on the workforce, and (3) Research how to best train workers for the jobs of the future.

11. References

- Agyapong, A., Maledidong, P. D., & Mensah, H. K. (2021). Performance Outcome of Entrepreneurial Behavior of SMEs in a Developing Economy: the Role of International Mindset. *Journal of Strategy and Management*, 14(2), 227-245.
- Aljuwaiber, A. (2021). Entrepreneurship Research in the Middle East and North Africa: Trends, Challenges, and Sustainability Issues. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(3), 380-426.

- Andersson, S., Evers, N., & Gliga, G. (2018). Entrepreneurial Marketing and Born Global Internationalisation in China. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 21(2), 137-155.
- Avila, Y.T., Schmutzler, J., Marquez Rodriguez, P.B., & Gómez Araujo, E. (2021). The Relationship Between Innovation and Informal Entrepreneurship: Evidence from a Developing Country. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34(3), 343-367.
- Baker, T., & Welter, F. (2020). *Contextualizing Entrepreneurship Theory*. New York: Routledge.
- Belyaeva, Z., Shams, S.M.R., Santoro, G., & Grandhi, B. (2020). Unpacking Stakeholder Relationship Management in the Public and Private Sectors: the Comparative Insights. *EuroMed Journal of Business*, 15(3), 269-281,
- Bernardino, S., Rua, O., & Santos, J.F. (2023). Entrepreneurship in the Age of the Digital Economy. *Revista Galega de Economía*, 32(1), 1-16.
- Bhaskar, P., Vasuki, G.K., & Vanaja, V. (2022). A Study on Challenges Faced by Entrepreneurs. *Journal of Positive School Psychology*, 6(10), 3871-3879.
- Darnihamedani, P., Block, J.H., Hessels, J., & Simonyan, A. (2018). Taxes, Start-Up Costs, and Innovative Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 51(2), 355-369.
- Diandra, D., & Azmy, A. (2020). Understanding Definition of Entrepreneurship. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 7(5), 235-241.
- Hägg, G., & Gabrielsson, J. (2020). A Systematic Literature Review of the Evolution of Pedagogy in Entrepreneurial Education Research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 829-861.
- Haltiwanger, J. (2022). Entrepreneurship in the Twenty-First Century. *Small Business Economics*, 58, 27-40.
- Hazudin, S., Sabri, M., Kader, M.A.R.A., & Ishak, M. (2021). Empowering Women-Owned Businesses in the Era of Digital Transformation: a review of the opportunities and challenges. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(19), 1-13.
- Hongsirikarn, K., Wongvanichtawee, C., & Suntisarn, B. (2019). Characteristic of Team in Successful Startup Entrepreneur in Thailand. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 14(4), 47-60.
- Khamwan, T. (2023). Senior Entrepreneurs and their Motivations to become Small Business Owners in Thailand. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 23(3), 567-580.
- Latteerasuwan, S., Naipinit, A., & Kaenmanee, S. (2020). Competency Factors of Entrepreneurs in the Northeastern Region of Thailand Affecting Competitiveness Against Countries in the Greater Mekong Sub-region. *Journal of Business Administration, The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 9(1), 174-195.

- Martin, A. (2021). *What is start up company?*. Retrieved January 21, 2025 from <https://impactified.com/accelerated-mba/entrepreneurship-development/what-is-a-startup-company-definition/>
- Ordeñana, X., Vera-Gilces, P., Zambrano-Vera, J., & Amaya, A. (2020). Does all entrepreneurship matter? The Contribution of Entrepreneurial Activity to Economic Growth. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 33(1), 25-48.
- Pepple, G.J. & Enuoh, R.O. (2020). Entrepreneurial Competencies: A Required Skill for Business Performance. *European Journal of Business and Innovation Research*, 8(3), 50-61.
- Phakdeeying, R., Buntornwon, . T., Panjarattanakorn, D., & Phakamach, P. (2023). Guidelines for Adaptation to Survival under the Digital Economy of the Professional Startup Business Sector in Thailand. *Journal for Strategy and Enterprise Competitiveness*, 2(4), 67-89.
- Photchanachan, S., Uppapong, K., Atchavanan, C., Mangkang, K., & Kanwivat, S. (2020). The Characteristics of Social Entrepreneurs in Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 6(3), 31-43.
- Pomodoro. (2025). *Pomodoro di Pachino PGI bets on sustainability*. Retrieved March 20, 2025 from <https://news.italianfood.net/2020/01/14/pomodoro-di-pachino-pgi-bets-on-sustainability/>
- Prasastyoga, B., Harinck, F., & van Leeuwen, E. (2021). The Role of Perceived Value of Entrepreneurial Identity in Growth Motivation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(4), 989-1010.
- Ratchavieng, A., Phakamach, P., Syers, S., Srinet, S., and Pengchuay, W. (2021). An Innovative Organization Model for Efficient Industrial Business Operations in the Digital Era Under New Normal Situation in Thailand. *NEU Academic and Research Journal*, 11(3), 184-200.
- Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, Opportunities, Challenges, and Future Directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79-90.
- Rimcharone, E., & Photchanachan, S. (2022). Entrepreneurial Competency of Agro-Industrial Entrepreneurs in Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 8(1), 33-49.
- Santos, R. S., Sun, S. L., & Luo, X. (2020). invisawear: Evolving the Entrepreneurial Mind-set. *The CASE Journal*, 16(4), 393-414.
- Stam, E., & van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial Ecosystem Elements. *Small Business Economics*, 56(2), 809-832
- Startup Thailand, (2022). *Startup Thailand Ecosystem*. Retrieved December 29, 2024 from <https://ecosystem.startupthailand.org/browse>

- Thongaiam, S., & Sapsanguanboon, W. (2021). The Study of Skills Development Methodology for Entrepreneur in Digital Era. *Journal of Accountancy and Management*, 14(1), 32-42.
- Thoopkrajae, V. (2023). *Business trends on the horizon for entrepreneurs in 2023*. Retrieved January 29, 2025 from <https://www.thaipbsworld.com/business-trends-on-the-horizon-for-entrepreneurs-in-2023/>
- Tripopsakul, S. (2014). The Model of Entrepreneurship and Innovation Society Development in Thailand. *Executive Journal*, 34(2), 26-36.
- Vignesh, M.T., & Yoganandan, G. (2020). Top Five Challenges of Entrepreneurs. *Infokara Res.*, 9(3), 246-253.
- Wadhwani, R.D., Kirsch, D., Welter, F., Gartner, W.B., & Jones, G.G. (2020). Context, Time, and Change: Historical Approaches to Entrepreneurship Research. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(1), 3-19.
- World Bank. (2022). Global Economic Prospects. January 2022. Washington DC: World Bank.
- Zaidi, R.A., Khan, M.M., Khan, R.A., & Mujtaba, B.G. (2023). Do entrepreneurship ecosystem and managerial skills contribute to startup development?. *South Asian Journal of Business Studies*, 12(1), 25-53.

การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพเพชรเจริญ อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

Development of a Website for Promotion and Public Relations of Phetcharoen

Health Promoting Hospital, Loei Province

ศักดิ์ศิริ วิธิ¹, อาริยา สมบูรณ์พันธ์¹, แพรวพลอย เทียมสอาด¹ และ นิชนันท์ กะวิวังสกุล^{2*}Saksiri Withi¹, Ariya Somboonpan¹, Paerwploy Tiamsaard¹ and Nitchanan Kawiwangsakul^{2*}

Received: 15 November 2024

Revised: 26 December 2024

Accepted: 3 January 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ ตำบลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ของ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ ตำบลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยเว็บไซต์ที่พัฒนาด้วยระบบจัดการเนื้อหา WordPress ร่วมกับระบบฐานข้อมูล MySQL และแบบประเมินความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีทราบจำนวนประชากร จากประชากรในเขตรับผิดชอบ 11,170 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% ได้กลุ่มตัวอย่าง 386 คน

ผลการวิจัยพบว่า พบว่า เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วยผู้ใช้งาน 2 ส่วน โดยแบ่งเป็น ผู้ดูแลระบบและผู้ใช้งานทั่วไป โดยมีฟังก์ชันการทำงาน ได้แก่ 1) เข้าสู่ระบบ 2) จัดการข้อมูลส่วนตัว 3) จัดการข้อมูลข่าวสาร 4) จัดการข้อมูลบุคลากร 5) จัดการข้อมูลสุขภาพ 6) จัดการข้อมูลการติดต่อ 7) จัดการประเภทข่าวสาร โดยผลการประเมินสำหรับผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ เท่ากับ 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณภาพของเนื้อหา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ เท่ากับ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.64 รองลงมาได้แก่ ด้านการออกแบบและจัดรูปแบบเว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ เท่ากับ 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.65 และด้านประสิทธิภาพของระบบเว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ เท่ากับ 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.85 ตามลำดับ

คำสำคัญ : เวิร์ดเพรส โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เว็บไซต์

¹ นักศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Bachelor's degree, Faculty of Management Sciences, Loei Rajabhat University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Asst. Prof., Faculty of Management Sciences, Loei Rajabhat University

E-mail: nitchanan.cho@lru.ac.th, Tel. 081-0474141 * Corresponding Author

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to design and develop a public relations website for Phet Charoen Subdistrict Health Promoting Hospital, Mueang Subdistrict, Mueang District, Loei Province, and 2) to evaluate user satisfaction with the public relations website. The research tools consisted of a website developed using WordPress content management system with MySQL database and a satisfaction assessment form. The sample size was calculated from a known population of 11,170 people in the responsible area, using a 95% confidence level and 5% margin of error, resulting in a sample of 386 people.

The research findings showed that the developed website consisted of two user groups: administrators and general users. The system functions included: 1) login, 2) personal information management, 3) news management, 4) personnel management, 5) health information management, 6) contact information management, and 7) news category management. The overall user satisfaction was at a high level with a mean of 4.35 and standard deviation (S.D.) of 0.12. When considering individual aspects, content quality was at a high level with a mean of 4.40 and S.D. of 0.64, followed by website design and layout at a high level with a mean of 4.34 and S.D. of 0.65, and website system efficiency at a high level with a mean of 4.30 and S.D. of 0.85, respectively.

Keywords: Wordpress, Health Promoting Hospital, Website

1. บทนำ

โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) เป็นหน่วยบริการสาธารณสุขระดับปฐมภูมิที่มีความสำคัญในการดูแลสุขภาพประชาชนอย่างองค์รวม ครอบคลุมทั้งการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสภาพ รวมถึงการจัดการปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพในทุกระดับ ตั้งแต่บุคคล ครอบครัว ไปจนถึงชุมชนและสังคม (กระทรวงสาธารณสุข, 2567) ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน พฤติกรรมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนได้เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพที่นิยมใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น (ศิริลลย์ มณีศรีเดช และคณะ, 2559) การพัฒนาเว็บไซต์จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการยกระดับการให้บริการของ รพ.สต. เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และให้บริการข้อมูลได้ตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลสำคัญ เช่น บริการทางการแพทย์ คำแนะนำด้านสุขภาพ การระบาดของโรค และกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างทันทั่วถึง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กันยิกา ขอว์ (2566) ที่ได้ทำวิจัยเรื่องการสื่อสารสุขภาพชุมชน กรณีศึกษาโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดสุพรรณบุรี อุบลราชธานี และกาฬสินธุ์ กล่าวว่า การสื่อสารสุขภาพจึงมีความจำเป็นอย่างมากในการทำหน้าที่ในการให้ข่าวสาร และสร้างความรู้ความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งประเด็นด้านสุขภาพเป็นประเด็นใกล้ตัวทุกคน และมีความจำเป็นที่ทุกคนจะต้องรู้เท่าทันและให้ความใส่ใจ สื่อจึงต้องทำหน้าที่เป็นตัวกลางให้ความรู้ที่ถูกต้อง เพราะเมื่อประชาชนได้รับความรู้ที่ถูกต้อง ก็จะส่งผลต่อทัศนคติที่เชื่อ คล้อยตาม และประพฤติหรือลงมือปฏิบัติในสิ่งที่สื่อถ่ายทอดออกไป นอกจากนี้ ยังเป็นช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน

ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพ และสร้างความเชื่อมั่นต่อการให้บริการ สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนา ระบบสุขภาพดิจิทัลของประเทศ

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น พบว่าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญมีเพียงเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook Page) เป็นช่องทางเดียวในการประชาสัมพันธ์ และขาดการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน (จිරนันท์ เลข ตระโก, 2567) ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ โดยเลือกใช้ระบบจัดการเนื้อหาเวิร์ดเพรส (WordPress) ร่วมกับระบบจัดการฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล (MySQL) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยม มีความ ยืดหยุ่นสูง ใช้งานง่าย มีความเสถียร และมีความปลอดภัย ทำให้บุคลากรสามารถบริหารจัดการเนื้อหาได้ด้วยตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้ด้านการเขียนโปรแกรม การพัฒนาเว็บไซต์นี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร และยกระดับการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญให้ทันสมัยและตอบสนอง ความต้องการของประชาชนในยุคดิจิทัล

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ ตำบล เมือง อำเภอมือง จังหวัดเลย

2.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจในการเข้าใช้งานประชาสัมพันธ์ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชร เจริญ ตำบลเมือง อำเภอมือง จังหวัดเลย

3. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ

โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 269 หมู่ 8 ตำบลเมืองอำเภอมือง จังหวัด เลย ตั้งอยู่บริเวณชุมชนบ้านกำเนตเพชร ซึ่งในพื้นที่ประกอบไปด้วยสถานศึกษาขนาดใหญ่ โรงเรียนผู้สูงอายุ สถานที่ ทางราชการที่สำคัญและศูนย์รวมใจของชาวตำบลเมือง ชุมชนกำเนตเพชรก่อตั้งเมื่อปีพ.ศ. 2440 จากการย้ายถิ่นที่อยู่ อาศัยนำโดยนายสมศรี สุจันทร์ เข้ามาปลูกสร้างบ้านเรือนอยู่ฝั่งซ้ายของแม่น้ำเลยต่อมาเมื่อปีพ.ศ. 2484 ถึงปี พ.ศ. 2487 หลวงนิคมคณารักษ์ (เทียน กำเนตเพชร) ได้ก่อตั้งบ้านกำเนตเพชรขึ้นและพัฒนาเกี่ยวกับการสร้างฝายน้ำล้น ห้วยน้ำพาว ปรับปรุงสถานศึกษารวมถึงเรื่องระบบสุขภาพของชุมชนซึ่งในปี พ.ศ. 2499 นายแพทย์อุเทือง ทิพย์รส นายแพทย์อนามัยจังหวัดเลยได้พัฒนากำเนตเพชรให้เป็นอนามัยตัวอย่าง โดยการพัฒนาหมู่บ้านในเรื่องความ สะอาดให้มีส้วมที่ถูกสุขลักษณะทุกครัวเรือนในปีพ.ศ. 2525 จนถึงปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าระบบสุขภาพของพื้นที่เพชร เจริญได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพในการทำงานอย่างต่อเนื่อง จากกประเมินคุณภาพโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ส่วนตำบลติดดาว เพื่อให้ผู้บริการได้รับประโยชน์สูงสุดโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญมีประชากรใน ความรับผิดชอบ 11,170 คนแบ่งเป็นชายหญิงและดูแลทั้งหมด 9 หมู่บ้าน 1 ชุมชน (จิตติมา ตาปี, 2566)

3.2 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

สุธัญญา กฤตาคม (2564) ได้ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ คือการที่องค์กร หน่วยงาน หรือ สถาบันต่าง ๆ มีการบริหารจัดการ วางแผนดำเนินการอย่างรอบคอบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยการสร้างความเข้าใจที่ ถูกต้องและให้ข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นจริงเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อที่เหมาะสม เพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์ ทศนคติและ ภาพลักษณ์อันดีของ องค์กรก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือความไว้วางใจทัศนคติที่ดีระหว่างองค์กรและกลุ่มประชาชน

ซึ่งการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีบทบาทสำคัญในองค์กร ทั้งยังมีแผนปฏิบัติงานอย่างเป็นขั้นตอนและซับซ้อน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะช่วยให้ส่งเสริมให้รู้จักองค์กรในลักษณะที่ดี สร้างภาพลักษณ์ สร้างความสัมพันธ์อันดี กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งกลุ่มคนในองค์กรและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกัน และกัน

ปรัชญาวรรณ จันทะขาน (2564) ได้ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการดำเนินงานในการสร้าง ความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องหรือกลุ่มประชาชนที่มีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การ เพื่อต้องการให้เกิดภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดี ต่อองค์การ เกิดความนิยมชมชอบ เลื่อมใส ศรัทธา ตลอดจนการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ในการดำเนินงานขององค์การ อันจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือ การสนับสนุน และการยอมรับนับ ถือ โดยมีการดำเนินงานอย่างมีระเบียบแบบแผนและมีการสื่อสารแบบสองทาง คือ การติดต่อไปมาระหว่างองค์การกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และมีการดำเนินการ อย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินกิจกรรม เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีเสริมสร้างความสัมพันธ์ขององค์การกับสาธารณชน เพื่อประโยชน์การสร้างสัมพันธ์ที่ดี สนับสนุนให้ ความร่วมมือกันอย่างดีระหว่างหน่วยงานองค์กร สถาบันกับบุคคล ประชาชนทั่วไปมีผลให้สังคมมีการพัฒนาเจริญก้าวหน้าต่อไป

3.3 การพัฒนาเว็บไซต์ด้วยเวิร์ดเพรส

เวิร์ดเพรสเป็นแพลตฟอร์มสร้างเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลก ด้วยความยืดหยุ่นและมีปลั๊กอินให้เลือกใช้มากมาย ทำให้การสร้างเว็บไซต์เป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม การสร้างเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องอาศัยหลักการออกแบบที่ดี เพื่อให้เว็บไซต์ดึงดูดผู้เข้าชมและใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย มีระบบการจัดการเนื้อหาต่างๆ ในเว็บไซต์ หรือที่เรียกว่า Content Management System (CMS) ซึ่งข้อดีหลักของโปรแกรม CMS คือช่วยจัดรูปแบบหน้าเว็บเพจ และเนื้อหาในเว็บไซต์ โดยที่ผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องเขียนโค้ดเอง

เวิร์ดเพรสมีตัวติดตั้งเสริม (Extension) ที่พร้อมใช้งานอยู่ภายในมากมาย ทำให้สามารถพัฒนาและจัดการเว็บไซต์ได้ง่าย สะดวก รวดเร็วและมีความสวยงาม และมีลักษณะการจัดการโครงสร้างและ เนื้อหาที่ง่าย รูปแบบการดีไซน์และการออกแบบที่สวยงาม สามารถสร้างเว็บไซต์ได้โดยผู้พัฒนาไม่จำเป็นต้องเขียนโค้ดให้ยุ่งยาก ช่วยให้ผู้ใช้สามารถพัฒนาเว็บไซต์หรืออัปเดตข้อมูลข่าวสาร ของเว็บไซต์โดยสามารถจัดการเว็บไซต์ได้ทุกที่ที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ฝ่ายพัฒนาและบริการสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ, 2566)

3.4 วงจรการพัฒนากระบวน (System Development Life Cycle)

โองาส เอี่ยมสิริวงศ์ (2560) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของระบบสารสนเทศในส่วนนี้ จัดเป็นกระบวนการที่นำเอาทุกส่วนมาปฏิบัติร่วมกันด้วยการวิเคราะห์ และออกแบบระบบสารสนเทศที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด เรียกว่า วงจรการพัฒนากระบวน (SDLC : System Development Life Cycle) ซึ่ง จะแสดงกิจกรรมต่างๆ ภายในระบบสารสนเทศที่ต้องการ โดยเป็นการวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง (Structured Analysis) ซึ่งสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนต่างๆ ได้ 6 ขั้นตอน คือ

1. การวางแผนโครงการ (System Planning)
2. การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis)
3. การออกแบบระบบ (System Design)
4. การพัฒนาระบบ (System Development)

5. การติดตั้งระบบ (System Implementation)

6. การดูแลรักษาระบบ (System Maintenance)

ขั้นตอนการพัฒนาระบบตามแบบแผนของ SDLC จัดเป็นวิธีการพัฒนาระบบแบบดั้งเดิม ซึ่ง ถือเป็นวิธีตามประเพณีนิยมที่ปฏิบัติสืบเนื่องกันตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีกรอบการทำงานที่มี โครงสร้างชัดเจนมีการลำดับกิจกรรมในแต่ละระยะที่แน่นอน เช่น เมื่อเสร็จสิ้นระยะการวิเคราะห์ แล้วขั้นตอนต่อไปก็คือระยะการออกแบบเมื่อออกแบบเสร็จแล้วจึงเข้าสู่ระยะการนำไปใช้ เป็นต้น วงจรพัฒนาระบบจึงทำให้เราได้เข้าใจกิจกรรมพื้นฐาน ขอบเขตและรายละเอียดต่างๆ ในแต่ละระยะ ของขั้นตอนการพัฒนาระบบอย่างได้ดี



ภาพที่ 1 วงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle : SDLC)

ที่มา : โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์ (2560)

โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผนโครงการ เป็นขั้นตอนเริ่มต้นในการสำรวจเหตุผลที่ต้องพัฒนาระบบใหม่ โดยเริ่มจากการจัดตั้งทีมงานเพื่อศึกษาปัญหาของระบบปัจจุบัน จากนั้นวิเคราะห์ความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการลงทุน พร้อมทั้งกำหนดระยะเวลาการดำเนินงานเพื่อนำเสนอต่อผู้บริหารพิจารณาอนุมัติ

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ เป็นการศึกษาความต้องการโดยละเอียดเกี่ยวกับผู้ใช้ระบบ (Who) หน้าที่ของระบบ (What) สถานที่และเวลาในการใช้งาน (Where/When) จากนั้นรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ แล้วนำมาวิเคราะห์เป็นแบบจำลองต่างๆ เช่น Process Model และ Data Model เพื่อจัดทำเป็นข้อเสนอระบบที่สมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบ เป็นการกำหนดวิธีการทำงานของระบบ (How) โดยแบ่งเป็นการออกแบบเชิงตรรกะที่เน้นการออกแบบส่วนประกอบต่างๆ เช่น ส่วนติดต่อผู้ใช้ ฐานข้อมูล โดยไม่ระบุฮาร์ดแวร์ และการออกแบบเชิงกายภาพที่ระบุรายละเอียดการทำงานจริงของระบบทั้งด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และเครือข่าย

ขั้นตอนที่ 4 การนำไปใช้ กิจกรรมต่าง ๆ ในระยะการนำไปใช้จะเกี่ยวข้องกับการสร้างระบบ เป็นการนำระบบที่ออกแบบแล้วมาทำการเขียนโปรแกรมเพื่อให้เป็นไปตามคุณลักษณะและรูปแบบต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ หลังจากเขียนโปรแกรมเรียบร้อยแล้วนักวิเคราะห์จะต้องทำการทดสอบโปรแกรม ตรวจสอบหาข้อผิดพลาดของโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมา และสุดท้ายคือการติดตั้งระบบไม่ว่าจะเป็นระบบใหม่หรือเป็นการพัฒนาระบบเดิมที่มีอยู่แล้ว โดยทำการติดตั้งตัวโปรแกรม ติดตั้งอุปกรณ์ พร้อมทั้งจัดทำคู่มือและจัดเตรียมหลักสูตรอบรมให้แก่ผู้ใช้งานที่เกี่ยวข้อง

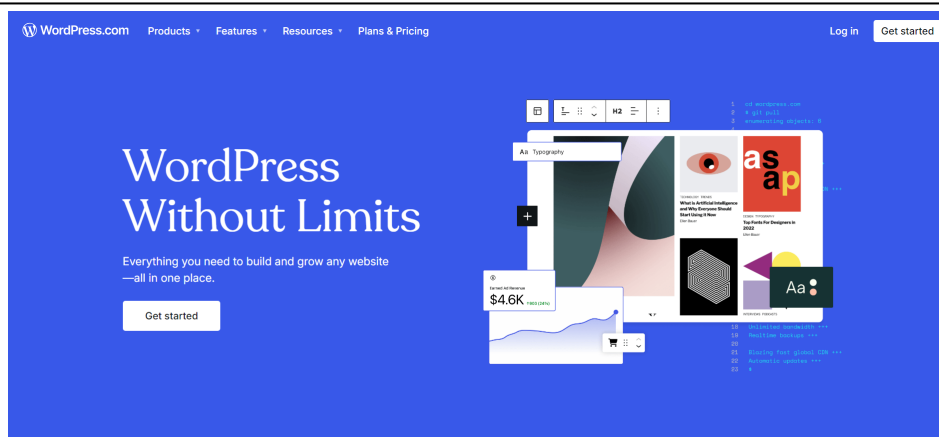
ขั้นตอนที่ 5 การบำรุงรักษา ระยะนี้จะใช้เวลายาวนานที่สุดเมื่อเทียบกับระยะอื่น ๆ เนื่องจากระบบต้องได้บำรุงรักษาตลอดระยะเวลาที่มีการใช้งาน ในขั้นตอนนี้ถ้าเกิดปัญหาจากโปรแกรม โปรแกรมเมอร์จะต้องเข้ามาแก้ไขหรือผู้ใช้อาจมีความต้องการวิธีการทำงานใหม่ ๆ เพิ่มเติม ซึ่งลักษณะของการบำรุงรักษาอาจเป็นการรักษาเพื่อแก้ไขให้ถูกต้อง เพื่อตัดแปลง เพื่อปรับปรุงให้สมบูรณ์ขึ้น หรือเพื่อการป้องกันข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นจนทำให้ระบบหยุดชะงักหรือมีความเสียหายที่รุนแรง ทั้งนี้การดูแลรักษาระบบจะเป็นขั้นตอนในส่วนที่เกิดตามมาจากหลังที่ได้มีการติดตั้งและใช้งานระบบแล้ว

3.5 ระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System: CMS)

ฝ่ายพัฒนาและบริการสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ (2566) อธิบายว่า ระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System : CMS) เป็นซอฟต์แวร์ที่ออกแบบมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้าง จัดการ และเผยแพร่เนื้อหาดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ บล็อก แอปพลิเคชัน หรือสื่อดิจิทัลรูปแบบอื่นๆ ช่วยให้ผู้ใช้ที่ไม่มีความรู้ด้านการเขียนโปรแกรม สามารถสร้างและปรับปรุงเนื้อหาได้อย่างอิสระ โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิค

ระบบจัดการเนื้อหา ทำงานโดยแบ่งแยกส่วนของการออกแบบออกจากส่วนของเนื้อหา ทำให้ผู้ใช้งานสามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาได้โดยไม่ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างของเว็บไซต์หลัก โดยมักจะประกอบด้วยส่วนประกอบสำคัญดังนี้

1. ส่วนติดต่อผู้ใช้ (User Interface) เป็นส่วนที่ผู้ใช้งานจะเข้ามาทำการจัดการเนื้อหาต่างๆ โดยส่วนติดต่อผู้ใช้นั้นมักออกแบบมาให้ง่ายต่อการใช้งาน และมีเครื่องมือที่ช่วยในการสร้างเนื้อหาต่างๆ เช่น ตัวแก้ไขข้อความ ตัวแก้ไขภาพ และตัวจัดรูปแบบ
2. ฐานข้อมูล (Database) ใช้สำหรับเก็บข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา เช่น ข้อความ รูปภาพ ไฟล์เสียง และวิดีโอ
3. ระบบ Template เป็นโครงสร้างพื้นฐานของเว็บไซต์ที่กำหนดรูปแบบและลักษณะของหน้าเว็บต่างๆ โดยผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้ Template ที่มีอยู่แล้ว หรือสร้าง Template ใหม่ขึ้นมาเองได้
4. ระบบ Workflow เป็นกระบวนการทำงานที่กำหนดขั้นตอนต่างๆ ในการสร้างและเผยแพร่เนื้อหา เช่น ขั้นตอนการตรวจสอบแก้ไข ขั้นตอนการอนุมัติ และขั้นตอนการเผยแพร่



ภาพที่ 2 หน้าเว็บไซต์เวิร์ดเพรส

เวิร์ดเพรส เป็นโปรแกรมได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก เนื่องจากมีความยืดหยุ่นสูง มีปลั๊กอินและธีมให้เลือกใช้งานมากมาย โดย สกนธรัตน์ แยมประยูร (2561) ได้กล่าวว่า เวิร์ดเพรส คือ โปรแกรมสำเร็จรูปโปรแกรมหนึ่งที่ใช้สำหรับจัดการหน้าเว็บไซต์ โดยมีการทำงานไม่ซับซ้อนเหมาะกับผู้ที่ไม่มีพื้นฐานเกี่ยวกับการสร้างเว็บไซต์มาก่อน จนถึงผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งจัดเป็นโปรแกรมที่อยู่ในหมวดหมู่เดียวกับ Contents Management System (CMS) โปรแกรมเวิร์ดเพรสนี้ เป็นโปรแกรมที่ถูกพัฒนา ด้วยภาษา PHP สามารถทำงานบนพื้นฐาน MySQL ภายใต้สัญญาอนุญาตใช้งานแบบ (General Public License (GPL) มี Website หลักอยู่ที่ wordpress.org นอกจากนี้เวิร์ดเพรสเป็นโปรแกรมที่เปิดกว้างและสามารถปรับใช้งานได้หลากหลาย อีกทั้งมีต้นทุนที่ต่ำ จึงทำให้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง

ในการสร้างเว็บไซต์นั้นเวิร์ดเพรสจะจัดการในเรื่องของการเขียนโค้ดสำหรับสร้างรูปแบบหน้าเว็บเพจให้ทั้งหมด ผู้ใช้งานเพียงเลือกรูปแบบเว็บไซต์ธีมที่สวยงามและเหมาะสม ซึ่งมีให้เลือกมากมายจากเวิร์ดเพรส หรือโหลดจากเว็บอื่น ๆ ซึ่งสามารถปรับแต่งรายละเอียดรูปแบบธีม และจัดหน้าเว็บเพจได้อย่างง่ายดายจากเมนูต่างๆ ที่มีให้เลือก นอกจากธีมแล้ว ยังสามารถติดตั้ง ปลั๊กอินเพื่อเพิ่มฟังก์ชันการใช้งาน รวมถึงลูกเล่นต่างๆ ให้แก่เว็บไซต์ เช่น ร้านขายของออนไลน์ ตะกร้าสินค้า ระบบสมัครสมาชิก การเล่นสไลด์ รูปภาพและข้อมูล แบบฟอร์มต่างๆ เป็นต้น

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 ประชากร ได้แก่ บุคลากรที่ทำงานในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ ตำบลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย และ ประชากรที่รับผิดชอบในเขตพื้นที่ จำนวน 11,170 คน (ฐิติมา ตาปี, 2566)

4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรที่อยู่ในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ และประชากรจำนวน 386 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ใช้วิธีการคำนวณในกรณีทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน 5%

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.2.1 เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพเพชรเจริญ อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

4.2.2 แบบประเมินความพึงพอใจการใช้งาน เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพเพชรเจริญ อำเภอมืองเลย จังหวัดเลย โดยครอบคลุม 3 ด้าน คือ ด้านคุณภาพของเนื้อหา ด้านการออกแบบและจัดรูปแบบเว็บไซต์ ด้านประสิทธิภาพของระบบเว็บไซต์

ตารางที่ 1 ระดับเกณฑ์การให้คะแนนแบบการประเมินความพึงพอใจ

ระดับเกณฑ์การให้คะแนน	ความหมาย
5	มีความพึงพอใจต่อระบบมากที่สุด
4	มีความพึงพอใจต่อระบบมาก
3	มีความพึงพอใจต่อระบบปานกลาง
2	มีความพึงพอใจต่อระบบน้อย
1	มีความพึงพอใจต่อระบบน้อยที่สุด

ตารางที่ 2 ระดับเกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนนค่าเฉลี่ยของแบบการประเมินความพึงพอใจ

ระดับคะแนน		ความหมาย
เชิงคุณภาพ	เชิงปริมาณ	
มากที่สุด	4.51 – 5.00	มีความพึงพอใจต่อระบบมากที่สุด
มาก	3.51 – 4.50	มีความพึงพอใจต่อระบบมาก
ปานกลาง	2.51 – 3.50	มีความพึงพอใจต่อระบบปานกลาง
น้อย	1.51 – 2.50	มีความพึงพอใจต่อระบบน้อย
น้อยที่สุด	1.00 – 1.50	มีความพึงพอใจต่อระบบน้อยที่สุด

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

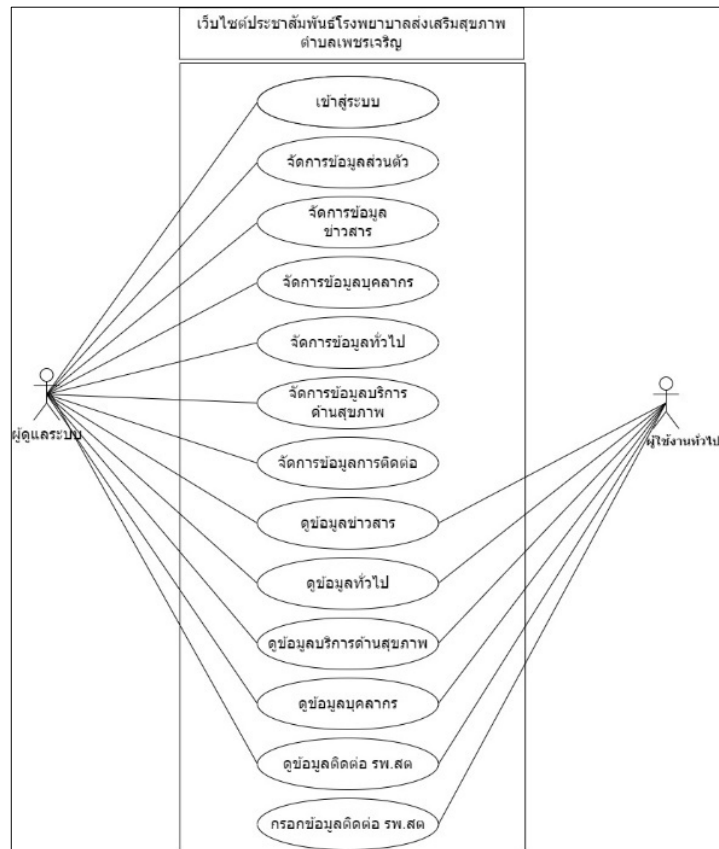
4.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามปัญหากับเจ้าหน้าที่และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำการวิเคราะห์และออกแบบเว็บไซต์

4.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามในระบบออนไลน์ด้วย Google Form จำนวน 386 คน เก็บข้อมูลความพึงพอใจหลังการใช้งาน รวบรวมแบบประเมินที่สมบูรณ์เพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3.3 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ จัดทำตารางแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล แพลตฟอร์มและสรุปผลการประเมินความพึงพอใจ

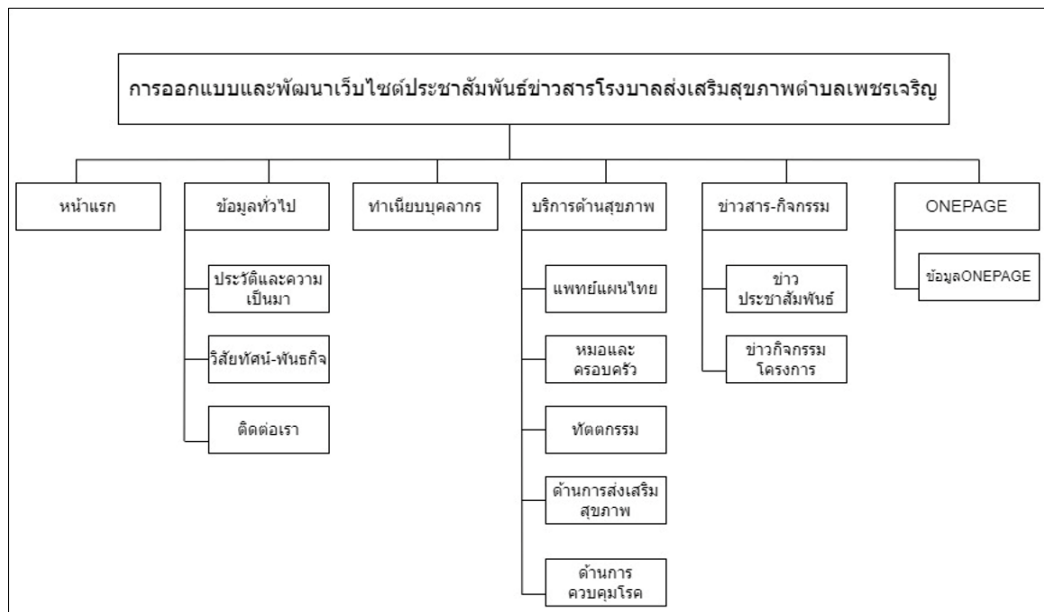
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

จากการวิเคราะห์ระบบสามารถเขียนออกมาเป็น Use case Diagram โดยมี Actor คือ ผู้ดูแลระบบ และผู้ใช้งานทั่วไป มีรายละเอียด ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 Use Case Diagram เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ

แผนผังเว็บไซต์ (Site map) คือ แผนผังเว็บไซต์ที่แสดงถึงโครงสร้างทั้งหมดบนการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารโรงพยาบาลตำบลเพชรเจริญ ตำบลเมือง อำเภอมือง จังหวัดเลย โดยมีเมนูที่ทำหน้าที่รวมลิงค์ข้อมูลเมนู 5 เมนูได้แก่ หน้าแรก ข้อมูลทั่วไป ทำเนียบบุคลากร บริการด้านสุขภาพ ข่าวสารกิจกรรม และ ONEPAGE รวมไว้หน้าเดียวเพื่อเป็นเครื่องมือในการค้นหาสำหรับผู้ใช้งาน และเป็นตัวช่วยในการนำทางไปยังเมนูย่อยต่าง ๆ ให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4 ภาพแผนผังเว็บไซต์การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ

5. ผลการวิจัย

ผลการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ ตำบลเมือง อำเภอมือง จังหวัดเลย มีผู้ใช้งาน 2 ส่วน โดยแบ่งเป็น ผู้ดูแลระบบและผู้ใช้งานทั่วไป หน้าจอหลักของเว็บไซต์จะประกอบด้วยเมนูต่าง ๆ เมื่อเข้าสู่เว็บไซต์จะแสดงหน้าจอหลักของเว็บไซต์ ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนหัว ส่วนเมนู ส่วนเนื้อหาและส่วนท้าย ซึ่งมีรายละเอียด ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แสดงหน้าจอหลักของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบลเพชรเจริญ อำเภอมือง จังหวัดเลย



ชื่อผู้ใช้หรือที่อยู่อีเมล

รหัสผ่าน

☐ บันทึกการใช้งานของฉัน

คุณจำรหัสผ่านไม่ได้?

[← กลับไปที่เว็บ บล็อกความรู้ WordPress เว็บไซต์](#)

[illegible]

30

การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ ตำบลเมือง อำเภอมือง จังหวัดเลย ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 386 คน ในการทำแบบสอบถามความพึงพอใจ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3 ผลความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ด้านคุณภาพของเนื้อหา

ด้านคุณภาพของเนื้อหา	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. เนื้อหาที่มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือและมีข้อมูลการปรับปรุงอยู่เสมอ	4.35	0.66	มาก
2. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารหน้าแรกมีภาพ เนื้อหาในเว็บไซต์มีความเหมาะสม น่าสนใจ	4.45	0.64	มาก
3. การจัดลำดับเมนูเนื้อหาเป็นขั้นตอนและต่อเนื่อง อ่านเข้าใจง่าย	4.40	0.61	มาก
4. การจัดหมวดหมู่ข่าวสารของแต่ละหน้าสะดวกต่อการค้นหา	4.41	0.61	มาก
5. ปริมาณเนื้อหาเพียงพอกับความต้องการ	4.37	0.70	มาก
6. ข้อมูลบุคลากรมีเนื้อหาชัดเจน ครบถ้วน	4.39	0.60	มาก
7. ข้อมูลในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักการ	4.43	0.63	มาก
เฉลี่ยรวม	4.40	0.64	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าด้านคุณภาพของเนื้อหาผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$, S.D. 0.64) โดยประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารหน้าแรกที่มีภาพและเนื้อหาเหมาะสมน่าสนใจ ($\bar{X}=4.45$) รองลงมาคือข้อมูลในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักการ ($\bar{X}=4.43$) และการจัดหมวดหมู่ข่าวสารที่สะดวกต่อการค้นหา ($\bar{X}=4.41$)

ตารางที่ 4 ผลความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ด้านการออกแบบและจัดรูปแบบเว็บไซต์

ด้านการออกแบบและจัดรูปแบบเว็บไซต์	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. เว็บไซต์มีความสวยงาม ทันสมัย เป็นที่สนใจ	4.24	0.73	มาก
2. การจัดรูปแบบเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	4.40	0.63	มาก
3. การจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาที่มีความชัดเจน	4.31	0.67	มาก
4. การจัดวางตำแหน่งมีความเหมาะสม	4.37	0.65	มาก
5. รูปแบบและขนาดของตัวอักษรที่ใช้โดยรวมเหมาะสม	4.39	0.66	มาก
6. สีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม สวยงาม	4.43	0.63	มาก
7. ความเหมาะสมของรูปภาพในเว็บไซต์	4.24	0.61	มาก
เฉลี่ยรวม	4.34	0.65	มาก

จากตารางที่ 4 ด้านการออกแบบและจัดรูปแบบเว็บไซต์ ผลการประเมินพบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับ มากเช่นกัน ($\bar{X}= 4.34$, S.D. 0.65) โดยประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ สีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มีความ

เหมาะสมสวยงาม ($\bar{X}=4.43$) รองลงมาคือการจัดรูปแบบเว็บไซต์ที่ง่ายต่อการอ่านและการทำงาน ($\bar{X}= 4.40$) และรูปแบบและขนาดของตัวอักษรที่เหมาะสม ($\bar{X}=4.39$)

ตารางที่ 5 ผลความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ด้านประสิทธิภาพของระบบเว็บไซต์

ด้านประสิทธิภาพของระบบเว็บไซต์	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. ข้อมูลในเว็บไซต์มีความถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้	4.12	1.03	มาก
2. ความรวดเร็วในการตอบสนองของเว็บไซต์	4.35	0.76	มาก
3. การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูลมีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน	4.34	0.72	มาก
4. มีความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์	4.30	0.80	มาก
5. มีช่องทางการติดต่อสอบถามเสนอแนะ	4.37	0.87	มาก
เฉลี่ยรวม	4.30	0.85	มาก

จากตารางที่ 5 ด้านประสิทธิภาพของระบบเว็บไซต์ ผลการประเมินพบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}= 4.30$, S.D. 0.85) โดยประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การมีช่องทางการติดต่อสอบถามเสนอแนะ ($\bar{X}= 4.37$) รองลงมาคือความรวดเร็วในการตอบสนองของเว็บไซต์ ($\bar{X}= 4.35$) และการเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน ($\bar{X}= 4.34$)

โดยภาพรวม ทุกด้านได้รับการประเมินความพึงพอใจในระดับมาก โดยด้านคุณภาพของเนื้อหาได้รับความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือด้านการออกแบบและจัดรูปแบบเว็บไซต์ และด้านประสิทธิภาพของระบบเว็บไซต์ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเว็บไซต์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี

6. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพเพชรเจริญ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

6.1 ด้านคุณภาพของเนื้อหา ผลประเมินความพึงพอใจด้านคุณภาพของเนื้อหา มีความพึงพอใจสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง อยู่ในเกณฑ์มาก สามารถอธิบายได้ว่า เนื้อหาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ มีความชัดเจนและถูกต้องทำให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์และข้อมูลของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญมีการปรับปรุงอยู่เสมอ มีการอัปเดตข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเว็บไซต์มีความเหมาะสม น่าสนใจ มีการจัดลำดับเมนูที่ถูกต้องเนื้อหาเป็นขั้นตอนและต่อเนื่อง ผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์อ่านข้อมูลเข้าใจง่ายและการจัดหมวดหมู่ข่าวสารของแต่ละหน้าสะดวกต่อการค้นหา ปริมาณเนื้อหาเพียงพอกับความต้องการ ข้อมูลบุคลากรมีเนื้อหาชัดเจนครบถ้วน และ ข้อมูลในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักการ ซึ่งสอดคล้องอาริยาศรีประเสริฐ และสายสุนีย์ เจริญสุข (2561) ที่ได้พัฒนาระบบงานสร้างเสริมสุขภาพประชาชนออนไลน์ โดยกล่าวระบบงานสร้างเสริมสุขภาพประชาชนออนไลน์เป็นนวัตกรรมที่นำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการให้ข้อมูลความรู้ทางด้านสุขภาพ จึงต้องพัฒนาให้เหมาะสมกับผู้ใช้ให้มากที่สุด

6.2 ด้านการออกแบบและจัดรูปแบบเว็บไซต์ ผลประเมินความพึงพอใจด้านการออกแบบและจัดรูปแบบเว็บไซต์ มีความพึงพอใจเป็นอันดับสอง อยู่ในเกณฑ์มาก สามารถอธิบายได้ว่า การออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญสีสนในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสมสวยงาม การจัดรูปแบบเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการเข้าใช้งานการจัดรูปแบบขนาดของตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม หมดห่วงของเนื้อหาภายในเว็บไซต์มีความชัดเจนทำให้เว็บไซต์มีความสวยงาม ทันสมัย เป็นที่สนใจต่อผู้เข้าใช้งาน รูปภาพในเว็บไซต์มีความเหมาะสม แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจของผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์เป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับหลักการออกแบบเว็บไซต์ของ Electronic Transactions Development Agency (2014) กล่าวคือการออกแบบเว็บไซต์การออกแบบเว็บไซต์แบบ Single Page Design เน้นความเรียบง่าย และพัฒนาเป็น Responsive Web ซึ่งรองรับกับอุปกรณ์ทุกขนาด การจัดแบ่งระบบนำทาง (Sitenavigation Design) ให้เป็นหมวดหมู่ตามงานสาธารณสุขมูลฐานที่ผู้ใช้ได้ถูกรวม และภาพที่เป็นไอคอนขนาดใหญ่เห็นได้ชัดเจน ทำให้การพัฒนาเว็บมีการประเมินผู้ใช้ในทุกระดับสิทธิ์การใช้งาน โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานและผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบอยู่ในระดับมาก

6.3 ด้านประสิทธิภาพของระบบเว็บไซต์ ผลประเมินความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพของระบบเว็บไซต์ มีความพึงพอใจเป็นอันดับสาม อยู่ในเกณฑ์มาก สามารถอธิบายได้ว่า ข้อมูลในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญมีความถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้มีความรวดเร็วในการตอบสนองของเว็บไซต์ระหว่างการใช้งาน การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูลมีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน มีความถูกต้องในการเชื่อมโยงข้อมูลภายในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพชรเจริญ และภายในเว็บไซต์มีช่องทางการติดต่อสอบถาม เพิ่มข้อเสนอแนะ ซึ่งสอดคล้องกับสอดคล้องกับ Delone and McLean (2003) ที่กล่าวการวัดคุณภาพระบบในส่วนของคุณภาพในการตอบสนอง (Response Time) หมายถึง เวลาในการตอบสนองของระบบสารสนเทศ ตั้งแต่ผู้ใช้งานร้องขอจนกระทั่งระบบตอบสนองกลับมายังผู้ใช้งานเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ดี สม่าเสมอ และสมเหตุสมผล

7. สรุปผลการวิจัยและองค์ความรู้ใหม่

7.1 สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพเพชรเจริญ ได้ดำเนินการพัฒนาโดยใช้ระบบจัดการเนื้อหา WordPress ร่วมกับระบบฐานข้อมูล MySQL โดยมีผู้ใช้งาน 2 ส่วน คือ ผู้ดูแลระบบและผู้ใช้งานทั่วไป โดยผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง 386 คน พบว่า

1. ด้านคุณภาพของเนื้อหา มีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.40)
2. ด้านการออกแบบและจัดรูปแบบเว็บไซต์ มีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.34)
3. ด้านประสิทธิภาพของระบบเว็บไซต์ มีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.30)

7.2 องค์ความรู้ใหม่

1. การพัฒนาระบบบริหารจัดการเนื้อหาแบบมีส่วนร่วมสำหรับบุคลากรโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ โดยใช้ระบบจูงใจผ่านการให้รางวัลกับผู้สร้างเนื้อหาที่ได้รับความนิยม ซึ่งช่วยสร้างความยั่งยืนในการผลิตเนื้อหาและการมีส่วนร่วมของบุคลากร
2. การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์เฉพาะทางสำหรับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพที่เน้นการเข้าถึงข้อมูลด้านการแพทย์แผนไทย ซึ่งแตกต่างจากโครงสร้างเว็บไซต์โรงพยาบาลทั่วไป โดยให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลด้านการนวดแผนไทยเป็นเมนูหลัก
3. การพัฒนาระบบจัดการเนื้อหาที่เน้นการกระจายอำนาจให้บุคลากรทุกระดับสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา โดยมีระบบตรวจสอบคุณภาพและการอนุมัติที่รวดเร็วผ่านผู้ดูแลระบบ
4. การประยุกต์ใช้ WordPress ในบริบทของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพขนาดเล็ก โดยปรับแต่งให้เหมาะสมกับการใช้งานของบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีที่จำกัด
5. การสร้างระบบติดตามและประเมินผลการใช้งานเว็บไซต์แบบ Real-time ที่ช่วยให้ผู้บริหารและบุคลากรสามารถเห็นผลตอบรับจากประชาชนได้ทันที และนำไปปรับปรุงการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว

7.3 การนำไปประยุกต์ใช้

1. สามารถใช้เป็นต้นแบบสำหรับการพัฒนาเว็บไซต์ของ รพ.สต. อื่น ๆ
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับหน่วยงานสาธารณสุขระดับปฐมภูมิ
3. สามารถประยุกต์ใช้กับหน่วยงานขนาดเล็กที่มีข้อจำกัดด้านบุคลากรและงบประมาณ

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยนี้ไม่เพียงแต่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบสารสนเทศของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพเพชรเจริญ แต่ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีลักษณะการทำงานและข้อจำกัดที่คล้ายคลึงกันได้

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรในการใช้งานระบบ WordPress เพื่อให้สามารถบริหารจัดการเนื้อหาเว็บไซต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ควรมีการจัดทำคู่มือการใช้งานระบบที่ละเอียดและเข้าใจง่าย สำหรับผู้ดูแลระบบและผู้ใช้งานทั่วไป
3. ควรมีการสำรองข้อมูลอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูล

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มฟังก์ชันการทำงานที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของแต่ละพื้นที่
2. พัฒนาระบบให้รองรับการใช้งานบนอุปกรณ์มือถือให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. ควรศึกษาการพัฒนาระบบที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบสารสนเทศสุขภาพอื่นๆ ของกระทรวงสาธารณสุข

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2567). แนวทางดำเนินงานในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อักษรกราฟฟิคแอนด์ดีไซน์.
- กันยิกา ขอว์. (2566). การสื่อสารสุขภาพชุมชน กรณีศึกษาโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดสุพรรณบุรี อุดรราชธานี และกาฬสินธุ์. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 15(2), 235-253.
- จิรนนท์ เลขตระกูล (สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2567)
- ฐิติมา ตาปี. (2566). รายงานการฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาธารณสุข โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านเพชรเจริญ อำเภอเมือง จังหวัดเลย. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ปรัชญาวรรณ จันทะขาน. (2564). การพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศของห้องสมุด สถาบันอุดมศึกษาเอกชน. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฝ่ายพัฒนาและบริการสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ. (2566). การพัฒนาและการจัดการเว็บไซต์ของหน่วยงาน ด้วยโปรแกรม WordPress. ฝ่ายพัฒนาและบริการสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคาแหง.
- ศิริวัลย์ มณีศรีเดช และสมิทธิ์ บุญชูติมา. (2559). การสำรวจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพของประชาชนไทย. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 9(2), 75-86.
- สกนธ์รัตน์ แยมประยูร. (2561). การใช้งานเครื่องมือออนไลน์สนับสนุนการเรียนการสอนการพัฒนาเว็บไซต์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป WordPress. งานเทคโนโลยีสารสนเทศ (DOIT) สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- สุธัญญา กฤตาคม. (2564). กรอบแนวคิดการศึกษาการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. *วารสารการพัฒนาการเรียนรู้สมัยใหม่*, 6(5), 261-273.
- อารีญา ศรีประเสริฐ และสายสุนีย์ เจริญสุข. (2561). ระบบงานสร้างเสริมสุขภาพประชาชนออนไลน์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*, 12(1), 218-230.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2560). *การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม)*. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Information System*, 19(4), 9-30.
- Electronic Transactions Development Agency. (2014). *Website D.I.Y.* Bangkok: Ministry of Information and Communication Technology. (in Thai)
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper & Row.

E-mail: phongsak.pha@rmutr.ac.th, Tel. 081-3821182 * Corresponding Author

ประสานงาน ซึ่งผู้จัดทำบัญชีควรอาศัยความร่วมมือกับทุกฝ่ายและมีการประสานงานในส่วนที่เกี่ยวข้อง
4) ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งผู้จัดทำบัญชีควรมีความสามารถในการใช้เครื่องมือหรือระบบสารสนเทศ
ทางการบัญชีเพื่อลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้เสมอ

คำสำคัญ : การจัดทำบัญชี ระบบบัญชี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร นครพนม

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the context, problems and obstacles, practice level, and bookkeeping model of the food processing community enterprise, and 2) to identify appropriate bookkeeping guidelines to accounting system development food processing community enterprise group in Nakhonphanom province. This research uses mixed methodology. The quantitative sample consisted of 256 members from 12 community enterprise food processing groups in Nakhon Phanom Province, obtained using proportional stratified random sampling and simple random sampling. The qualitative sample consisted of 2 accounting personnel from each of the 12 community enterprise groups, totaling 24 individuals, and 12 accounting system experts, selected using purposive sampling. The research instruments were questionnaires and semi-structured interviews. Quantitative data analysis was percentage, mean, standard deviation, and qualitative was content analysis.

The results showed context of bookkeeping for food processing community enterprises group are as follows: 1) accounting, 2) the accountant, and 3) manual accounting records. Problems and obstacles in the bookkeeping included ignorance of bookkeeping, ignorance of bookkeeping records, and not seeing the benefits of the information. The level of practice in bookkeeping was as a high. Appropriate bookkeeping guidelines to accounting system development for community enterprises group consisted of 1) knowledge and competence, which the bookkeeper should study and understand before actually taking action according to the specified transactions; 2) accounting documents and methods, which the bookkeeper should always study the correct documents and methods from experienced people; 3) cooperation and coordination, which the bookkeeper should rely on cooperation with all parties and coordinate in related areas; and 4) tools used in operation, which the bookkeeper should always have the ability to use the technical tools or information system to reduce errors that may occur.

Keywords: Bookkeeping, Accounting System, Community Enterprise, Food Processing, Nakhonphanom

1. บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ในกำหนดทิศทางของแผนให้ประเทศสามารถก้าวข้ามความท้าทายต่าง ๆ เพื่อให้ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ตามเจตนารมณ์ของยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี โดยมีวิสัยทัศน์การพัฒนาประเทศโดยมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาความยากจนและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในประเทศให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขพัฒนาสู่สังคมที่เข้มแข็งตามยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) รัฐบาลจึงได้มีนโยบายมุ่งเน้นแก้ไขปัญหาความยากจนและจัดตั้งพัฒนากลุ่มอาชีพต่าง ๆ ตามความถนัดและภูมิปัญญาของชุมชน จากนโยบายขจัดความยากจนและปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลภายใต้หลักเศรษฐกิจพอเพียงของรัฐบาลและพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) ซึ่งมาจากการรวมตัวของประชาชนในท้องถิ่นที่มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมกันดำเนินงานในเชิงธุรกิจที่จะก่อให้เกิดรายได้แก่สมาชิก อันเป็นที่มาของความมั่นคงทางฐานะการเงินให้แก่สมาชิก ซึ่งส่งผลให้ชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น ๆ มีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ และดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน การดำเนินธุรกิจและพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจนั้นจำเป็นต้องมีระบบบัญชีที่เหมาะสม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมดูแลทางการเงินและพัฒนาธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ (ไพโรจน์ พรเจริญ, 2563; Kerdpitak, 2022)

วิสาหกิจชุมชนเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนเป็นการประกอบการบนพื้นฐานการใช้ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่า เพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน โดยมุ่งประโยชน์ทางสังคมแก่ชุมชนมากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุด มุ่งต่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบ การมีสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน และมุ่งต่อการรักษาระบบนิเวศของสังคมโดยรวม โดยมีเครือข่ายเชื่อมโยงกันรวมตัวกันโดยมีวัตถุประสงค์การจัดทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ วิสาหกิจชุมชนพื้นฐานผลิต แปรรูป การดำเนินการต่าง ๆ เพื่อกินเพื่อใช้ในครอบครัวในชุมชนเพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐาน และวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า การดำเนินการอย่างเป็นระบบและรูปแบบที่ทันสมัยใช้ทุนและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองชุมชนเครือข่าย และตลาดในวงกว้าง ทั้งนี้องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนจะประกอบด้วย (1) การมีชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการมีผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน (2) มีการริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน (3) มีฐานภูมิปัญญาผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล (4) มีการดำเนินการแบบบูรณาการ (5) มีการสื่อสารและเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างมีระบบ และ (6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2560; วิภาพร องคนสูรณ และเฉลิมรัช ประเสริฐสังข์, 2564)

บริบทของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม เป็นการรวมตัวของสมาชิกกลุ่มส่งเสริมอาชีพกลุ่มแม่บ้านและผู้สนใจการแปรรูปอาหาร โดยการนำวัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าซึ่งสามารถยืดอายุการเก็บรักษาให้ได้นานขึ้น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารและเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนได้อีกทางหนึ่ง ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนมมีจำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียน จำแนกตามกลุ่มผู้ประกอบการมี 36 กลุ่ม รวมคณะกรรมการบริหารทั้งสิ้นจำนวน 583 คน (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครพนม, 2566) ในปัจจุบันมีบริบท

ของการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้นจากสภาพการแข่งขันภายในจังหวัดนครพนมและการแข่งขันที่มาจากจังหวัดอื่น ๆ การดำเนินธุรกิจจึงมีทั้งที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว การพัฒนาความรู้และทักษะด้านภาวะผู้ประกอบการ การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างนวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์ กระบวนการทำงาน การจัดทำบัญชีที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงทางด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการผลิต และยังช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนการผลิตเพื่อยกระดับศักยภาพและสร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ทั้งในตลาดระดับประเทศและระดับโลก อีกทั้งยังมีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นอยู่ของคนในปัจจุบันจนชาวบ้านเพื่อเกษตรกรส่วนใหญ่หันมาทำแปรรูปอาหารกันเป็นอาชีพหลักสำหรับการส่งเสริมรายได้และทำนาทำไร่เป็นอาชีพเสริมแทน (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครพนม, 2566; Naipinit et al., 2016)

กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปอาหารทุกแห่งมีการรวมกลุ่มทำผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดนครพนม โดยผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ซึ่งได้รับผลตอบแทนที่ดีมีทั้งผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์และเชิญเป็นวิทยากรฝึกสอนการแปรรูปอาหารเป็นจำนวนมาก จึงทำให้กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปอาหารมีรายได้และรายจ่ายในการประกอบกิจการเป็นจำนวนมาก เมื่อมีรายได้และรายจ่ายจึงทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารต้องมีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่ายให้มีความเรียบร้อย และสามารถตรวจสอบที่มาของรายการบัญชีนั้นได้ (วัชรพงษ์ อินทวงศ์ และ ปัทมา สุริยกุล ณ อยุธยา, 2561) เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง จึงทำให้กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปอาหารไม่มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบและยากต่อการตรวจสอบที่มาของรายการนั้น ๆ ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปอาหารไม่ทราบถึงผลการดำเนินงานของกิจการว่าเกิดกำไรขาดทุนหรือทราบว่ามีสินทรัพย์และหนี้สิน ณ เวลานั้นเป็นจำนวนเท่าใดและไม่สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาประกอบการตัดสินใจประเมินสถานการณ์ในการบริหารงานของกลุ่มวิสาหกิจแปรรูปอาหารทั้งทางด้านการผลิตและการขายในอนาคตได้ อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่าการจัดทำบัญชีส่วนใหญ่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยยังไม่มีรูปแบบที่ตายตัว ทำให้การตรวจสอบบัญชีไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนาชุมชนหรือท้องถิ่นเท่าที่ควร (Kerdpitak, 2022) ซึ่งจะกลายเป็นปัญหาสำคัญของการดำเนินธุรกรรมทางการเงินของสมาชิก นอกจากนั้น การบันทึกบัญชียังเป็นการจดบันทึกเพื่อป้องกันการสูญหายของสินทรัพย์และเป็นเครื่องมือในการคำนวณภาษีที่ต้องจ่ายให้แก่รัฐบาลเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศอีกด้วย (วรพรรณ รัตนทรงธรรม และคณะ, 2564; Naipinit et al., 2016)

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม” โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหาและอุปสรรค ระดับการปฏิบัติ และรูปแบบการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม รวมถึงการระบุแนวทางในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องเรียบร้อยตามระบบบัญชีและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชีสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารให้ดียิ่งขึ้น แนวทางพัฒนาการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นและเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นเช่นกัน โดยคาดว่าผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจอื่นในประเทศไทยต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1. เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหาและอุปสรรค ระดับการปฏิบัติ และรูปแบบการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม

2.2. เพื่อระบุแนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม

3. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการบัญชีและผู้ทำบัญชีของสมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย (The Institute of Certified Accountants and Auditor of Thailand : ICAAT) ซึ่งได้ให้ความหมายของบัญชีไว้ว่า การบัญชี (Accounting) หมายถึง ศิลปะของการเก็บรวบรวมบันทึกจำแนกและทำสรุปข้อมูลอันเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจในรูปตัวเงิน โดยผลงานขั้นสุดท้ายของการบัญชีคือการให้ข้อมูลทางการเงินซึ่งเป็นประโยชน์แก่บุคคลหลายฝ่ายและผู้ที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมการปฏิบัติงานขององค์กร (ปวีณา หมั่นสุข, 2567) ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพทางการบัญชีนั้นทางสภาวิชาชีพบัญชีแห่งประเทศไทยและผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีทั้ง 6 ด้าน ได้กำหนดขอบเขตและวิธีการต่าง ๆ สำหรับการพัฒนาศักยภาพทางการบัญชีโดยมีเป้าหมายเพื่อให้การพัฒนาศักยภาพวิชาชีพบัญชีมีแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์จึงจำเป็นต้องกำหนดกรอบเพื่อให้ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาวิชาชีพบัญชีถือปฏิบัติได้ ทั้งนี้การตัดสินใจที่จะใช้วิธีการใดเมื่อใดและในขอบเขตน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบ อย่างไรก็ตาม ในงานวิจัยที่ปรากฏพบว่าผู้จัดทำบัญชีโดยส่วนมากมีทัศนคติที่ดีต่อการรับรู้และมีความเข้าใจต่อแนวทางในการปฏิบัติงานบัญชีให้เป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปและสอดคล้องกับมาตรฐานทางด้านการเงินและมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ด้านมาตรฐานแม่บทการบัญชีและแม่บทการบัญชีการมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานตามแนวทางดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ส่งผลทางข้อมูลบัญชีมีคุณภาพมากขึ้น (ประภัสสร กิตติมนโรม, 2561; วาริพัฒน์ มงคลสมัย, 2564; สุพรรณิ คำวาส, 2565)

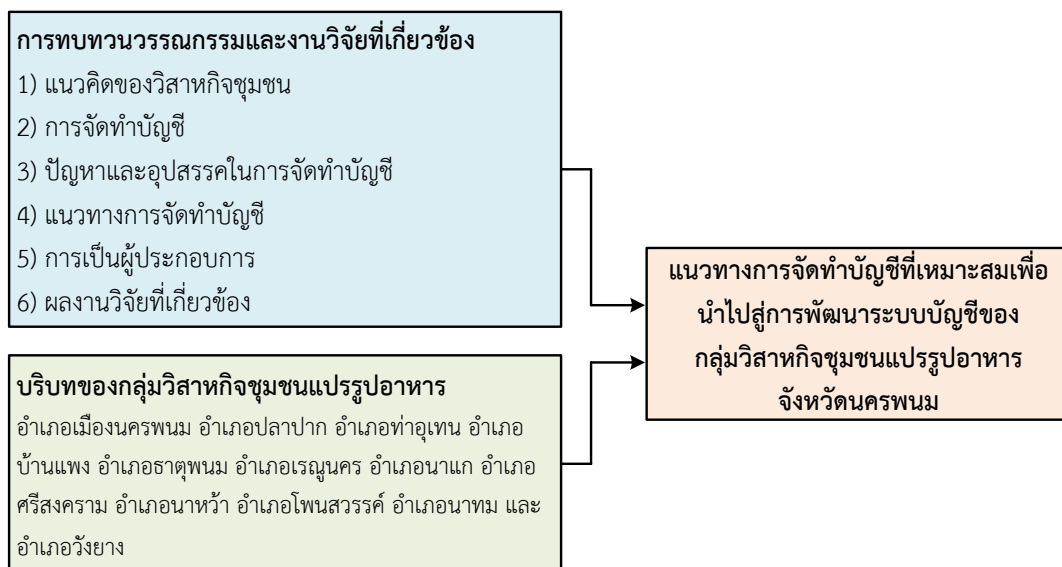
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชีได้มีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง การทบทวนงานวิจัยในอดีตเผยให้เห็นถึงความสำคัญของการมีระบบบัญชีที่ถูกต้อง โปร่งใส และเชื่อถือได้ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้บริหาร นักลงทุน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ งานวิจัยของ Smith (2018) เน้นย้ำว่าระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดข้อผิดพลาดและการทุจริต ในขณะที่ Jones (2020) ชี้ให้เห็นว่าข้อมูลทางการเงินที่มีคุณภาพส่งผลเชิงบวกต่อความน่าเชื่อถือขององค์กรและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน นอกจากนี้ Brown et al. (2022) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อกระบวนการจัดทำบัญชี ซึ่งพบว่าการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเพิ่มความรวดเร็ว ความแม่นยำ และประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านบัญชี

แนวทางการจัดทำบัญชีในปัจจุบันจึงมุ่งเน้นไปที่การบูรณาการหลักการบัญชีที่เป็นสากล การนำเทคโนโลยีมาใช้ และการให้ความสำคัญกับการควบคุมภายในที่เข้มแข็ง เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลทางการเงินที่นำเสนอมีความถูกต้องตามควรและเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ งานวิจัยของ Lee (2021) เสนอแนะว่าองค์กรควรมีการกำหนดนโยบายและคู่มือการบัญชีที่ชัดเจน รวมถึงการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการบัญชีอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ Garcia (2023) ได้ศึกษาถึงความสำคัญของการตรวจสอบภายในในการประเมินประสิทธิภาพของระบบ

บัญชีและการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้งบการเงิน การทบทวนวรรณกรรมเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีระบบบัญชีที่แข็งแกร่งและแนวทางการปฏิบัติที่ดีที่สุดในการจัดทำบัญชีสำหรับองค์กรในยุคปัจจุบัน

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร บทความวิชาการ และรายงานงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ คณะผู้วิจัยนำมาออกแบบกระบวนการวิจัยโดยกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อสร้างแนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

5. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) แบบลู่เข้า-คู่ขนาน (Convergent Parallel Approach) เพื่อสร้างแนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องดังนี้

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารอำเภอเมืองนครพนม 2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารอำเภอปลาปาก 3) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารอำเภอท่าอุเทน 4) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารอำเภอบ้านแพง 5) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารอำเภอธาตุพนม 6) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารอำเภอเรณูนคร 7) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารอำเภอนาแก 8) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารอำเภอศรีสงคราม 9) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป

อาหารอำเภอหนองวัว 10) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารอำเภอโพนสวรรค์ 11) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารอำเภอหนอง และ 12) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารอำเภอวังยาง รวมประชากรทั้งสิ้น 658 คน ส่วนประชากรเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลด้านการบัญชีวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร จำนวน 24 คน

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากสูตรการคำนวณของ Yamane (1973) จำนวนทั้งสิ้น 256 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ส่วนกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพเป็นผู้จัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มละ 2 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 24 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านระบบบัญชี จำนวน 12 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) แบบอาศัยความสะดวก

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

(1) แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับการศึกษาสภาพ ปัญหาและอุปสรรค ระดับการปฏิบัติ และรูปแบบการจัดทำบัญชีแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม และส่วนที่ 4 ระดับการปฏิบัติในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม

(2) แบบสัมภาษณ์ กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชี ส่วนที่ 2 การดำเนินงานในการจัดทำบัญชี และส่วนที่ 3 ความพร้อมของการจัดทำบัญชี และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ 1) การกำกับดูแลและติดตามผลการจัดทำบัญชี 2) การตรวจสอบความถูกต้องและความเชื่อถือได้ของบัญชี 3) การใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี 4) การฝึกอบรมการใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางการบัญชี และ 5) ขั้นตอนสำคัญในการจัดทำระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณศึกษาจากงานวิจัยของ ไพโรจน์ พรเจริญ (2563) การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามจะเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาและการใช้ถ้อยคำได้ค่า Index of Item-objective Congruence เท่ากับ .86 แล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาทดสอบหาความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) และหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยหาค่า Item Total Correlation ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.939

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหาร จำนวน 256 คน และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์กลุ่มตัวอย่างผู้จัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชน จำนวน 24 คน โดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนกรกฎาคม-กันยายน พ.ศ. 2567

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ท วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

4.21–5.00 หมายถึง ระดับการปฏิบัติมากที่สุด

3.41–4.20 หมายถึง ระดับการปฏิบัติมาก

2.61–3.40 หมายถึง ระดับการปฏิบัติปานกลาง

1.81–2.60 หมายถึง ระดับการปฏิบัติน้อย และ

1.00–1.80 หมายถึง ระดับการปฏิบัติน้อยที่สุด

โดยช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้นกำหนดได้จากสูตร $= (5-1)/5 = 0.8$

(2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารวรรณกรรม รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลเชิงประจักษ์ และผลการสัมภาษณ์ เพื่อหาปัจจัยที่สอดคล้องกับผลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยการแยกประเภท จัดหมวดหมู่เป็น 3 หมวด และทำดัชนีข้อมูล (Indexing) อธิบายและวิเคราะห์ความหมายข้อมูลที่ค้นพบในลักษณะโครงสร้าง (Structure Feature) แปลความหมายของข้อมูลเพื่อนำไปสู่การเรียบเรียงข้อมูลใหม่เพื่อเชื่อมโยงแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบตามวัตถุประสงค์ วิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมพันธภาพและสรุปด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การตรวจสอบความเหมาะสมและเป็นไปได้ของแนวทางด้วยวิธีวิทยาวัยสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation Technique) โดยใช้ข้อมูลจากแหล่งที่หลากหลายเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกัน เพิ่มความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) และความถูกต้อง (Validity) ของผลการวิจัย จากนั้นนำข้อมูลมาสังเคราะห์ในลำดับสุดท้ายและสรุปข้อค้นพบเพื่อระบุแนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม

6. ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม” สามารถแสดงผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามอายุและเพศ แสดงดังตารางที่ 1 และ
2 สภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม แสดงดังตารางที่ 3 ส่วนระดับการปฏิบัติในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม แสดงดังตารางที่ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	46	17.96
หญิง	210	82.03
รวม	256	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 82.03 และเพศชาย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 17.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	-	-
21-30 ปี	50	19.53
31-40 ปี	64	25.00
41-50 ปี	61	23.82
51-60 ปี	70	27.34
61 ปี ขึ้นไป	11	4.29
รวม	256	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 27.34 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 23.82 อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 19.53 และอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 สภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม

สภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม	ร้อยละ
1. มีการจัดทำบัญชีของทุกกลุ่มวิสาหกิจ	100
2. เหนรัญญิกของทุกกลุ่มวิสาหกิจเป็นผู้จัดทำบัญชี	100
3. ลักษณะการบันทึกบัญชีได้มีการบันทึกบัญชีด้วยมือ	98
4. ทุกกลุ่มมีการใช้คอมพิวเตอร์ในการดำเนินงาน	45
5. ลักษณะการขายสินค้าส่วนใหญ่เป็นการขายเงินสด	67
6. ใช้ช่องทางการจำหน่ายในงานแสดงสินค้าและวางจำหน่ายในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของกลุ่ม	86
7. การออกใบเสร็จรับเงินส่วนใหญ่มีการออกใบเสร็จรับเงินทุกครั้งเมื่อเกิดรายรับ	73
8. การบันทึกบัญชีของกลุ่มใช้ใบเสร็จรับเงินเป็นหลักฐานในการบันทึกบัญชี	94
9. การบันทึกสินค้าส่วนใหญ่ไม่มีการบันทึกสินค้าคงเหลือ	52
10. ไม่มีการตรวจนับสินค้าคงเหลือ	58
11. สมุดบัญชีที่ใช้ส่วนใหญ่คือสมุดบันทึกรายรับและรายจ่าย	51
12. ความถี่ในการบันทึกบัญชีส่วนใหญ่บันทึกสัปดาห์ละครั้ง	62
13. การจัดเก็บเอกสารประกอบการลงบัญชีส่วนใหญ่เก็บเอกสารทุกประเภทรวมกันแฟ้มเดียว	68
14. การจัดทำรายงานทางการเงินส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำรายงานทางการเงิน	57
15. การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินส่วนใหญ่เพื่อให้ทราบยอดขายเท่านั้น	62
16. ไม่มีการตรวจสอบจากบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ผู้จัดทำบัญชี	63

สภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม	ร้อยละ
17. มีความต้องการจ้างบุคคลภายนอกเพื่อจัดทำบัญชี	37
18. ความคิดเห็นต่อการทำบัญชีส่วนใหญ่เห็นว่าการจัดทำบัญชีมีความยุ่งยาก	77
19. สมาชิกกลุ่มเคยเข้ารับการอบรมด้านบัญชี	74
20. สมาชิกกลุ่มไม่มีประสบการณ์ด้านการจัดทำบัญชีมาก่อน	76

จากตารางที่ 3 พบว่า สภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม ลำดับที่ 1 คือ มีการจัดทำบัญชีของทุกกลุ่มวิสาหกิจ เหนือกว่าของทุกกลุ่มวิสาหกิจเป็นผู้จัดทำบัญชี คิดเป็นร้อยละ 100 ลำดับที่ 2 คือ ลักษณะการบันทึกบัญชีได้มีการบันทึกบัญชีด้วยมือ คิดเป็นร้อยละ 98 ลำดับที่ 3 คือ การบันทึกบัญชีของกลุ่มใช้ใบเสร็จรับเงินเป็นหลักฐานในการบันทึกบัญชี คิดเป็นร้อยละ 94 ส่วนลำดับสุดท้าย คือ มีความต้องการจ้างบุคคลภายนอกเพื่อจัดทำบัญชี คิดเป็นร้อยละ 37 ตามลำดับ ส่วนปัญหาและอุปสรรคของการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม ได้แก่ ความไม่รู้และประสบการณ์ทางด้านบัญชี การไม่ให้ความสำคัญของการบันทึกบัญชี และการไม่เห็นประโยชน์ของข้อมูลที่ได้รับจากการบันทึกบัญชี ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ระดับการปฏิบัติในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม

ที่	รายการ	ระดับการปฏิบัติของผู้จัดทำบัญชี			อันดับ
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	
1	ความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชี	3.57	0.62	มาก	4
2	การวางแผนการดำเนินงานทางบัญชี	3.32	0.59	ปานกลาง	6
3	การบันทึกและแก้ไขข้อมูลทางบัญชี	3.78	0.61	มาก	1
4	การจัดทำเอกสารและรายงานทางบัญชี	3.65	0.62	มาก	3
5	การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางบัญชี	3.36	0.60	ปานกลาง	5
6	ความร่วมมือและการประสานงานระหว่างสมาชิก	3.69	0.58	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม		3.56	0.60	มาก	

*n = 256

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับการปฏิบัติในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.56) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบันทึกและแก้ไขข้อมูลทางบัญชี ($\bar{X}$ = 3.78) รองลงมา คือ ความร่วมมือและการประสานงานระหว่างสมาชิก ($\bar{X}$ = 3.69) การจัดทำเอกสารและรายงานทางบัญชี ($\bar{X}$ = 3.65) ความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชี ($\bar{X}$ = 3.57) การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางบัญชี ($\bar{X}$ = 3.36) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การวางแผนการดำเนินงานทางบัญชี ($\bar{X}$ = 3.32) ตามลำดับ

2. ผลวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้จัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม ปรากฏผลดังนี้

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชี

1) วัตถุประสงค์ของการจัดทำบัญชี สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารทุกกลุ่มเข้าใจ วัตถุประสงค์ของการจัดทำบัญชี ช่วยให้กิจการสามารถควบคุมรายรับ-รายจ่าย ช่วยให้ทราบผลการดำเนินงานว่าแต่ละเดือนในกลุ่มมีกำไรหรือขาดทุนเป็นจำนวนเท่าใด ทราบรายรับ-รายจ่ายในปัจจุบัน และเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบรายได้และค่าใช้จ่าย และทราบรายการค้าที่เกิดขึ้น ณ วันที่บันทึกบัญชี

2) ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนและการตัดสินใจภายในกลุ่ม วางแผนกำไรและการใช้จ่ายเงิน ช่วยในการจัดหางบประมาณ เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนเพื่อเสียภาษีอย่างถูกต้อง ทราบรูปแบบสมุดบัญชีเงินสดรายรับ-รายจ่าย เมื่อมีการขายสินค้า ลงในรายรับ และเมื่อมีค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าวัสดุอุปกรณ์ ลงในรายจ่าย หลังจากนั้นนำรายรับลบ กับรายจ่ายแล้วผลปรากฏว่ารายได้มากกว่ารายจ่าย จะเรียกว่ากำไร แต่ถ้าหาก รายจ่ายมากกว่ารายได้จะทำให้ขาดทุน

3) การนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้การชีวิตประจำวัน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารมีการ นำความรู้ จากการบันทึกบัญชีมาใช้ในการบันทึกบัญชีของกลุ่ม โดยนำมาวิเคราะห์ได้ว่าจะบริหารจัดการการเงินอย่าง มีประสิทธิภาพ และนอกจากจะบันทึกบัญชีของกลุ่มแล้วยังสามารถนำไปบันทึกบัญชีครัวเรือนภายในครอบครัวของ ตัวเองได้

4) การถ่ายทอดความรู้และสื่อความหมายของการจัดทำบัญชี สามารถแนะนำสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนแปรรูปอาหาร สมาชิกในครอบครัว และคนรู้จักให้มีการจัดทำบัญชี การจัดทำบัญชีเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล ทางการเงินไว้ในสมุดบัญชีทำให้ทราบรายละเอียดรายรับ-รายจ่าย

2.2 ด้านการดำเนินงานในการจัดทำบัญชี

1) การบันทึกบัญชีครบถ้วนตามแบบฟอร์มที่กำหนด ครบตามแบบฟอร์มที่กำหนด วัน เดือน ปี รายละเอียดรายการบัญชีที่เกิดขึ้น รายรับ-รายจ่าย ยอดคงเหลือ และทราบผลกำไรขาดทุน

2) การเปรียบเทียบข้อมูลย้อนหลัง เปรียบเทียบข้อมูลทางการเงินรายรับ-รายจ่ายของแต่ละเดือน ยอดผลกำไรขาดทุนว่าเดือนไหนมีผลกำไรหรือขาดทุน ตรวจสอบจากบิลค่าใช้จ่ายสอดคล้องกับรายการบัญชีที่บันทึก ลงในสมุดบัญชีหรือไม่แล้วนำไปวางแผนต่อไป

3) ปัญหาในการบันทึกบัญชี ในบางครั้งมีรายรับ-รายจ่ายที่ไม่ชัดเจน เช่น ไม่มีใบเสร็จรับเงิน-จ่ายเงิน จึงกำหนดตัวเลขในบัญชีไม่ได้ ลืมบันทึกบัญชีทำให้ขาดความต่อเนื่อง การเขียนชื่อรายการผิด บันทึกตัวเลขผิด การ บวกลบเลขผิดพลาด และการบันทึกรายการเดิมแบบซ้ำ ๆ

4) การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการจัดทำบัญชี สามารถแก้ไขปัญหามาได้โดยการหาสาเหตุ ในการจัดทำบัญชีตรวจสอบเอกสารประกอบการบันทึกบัญชี เก็บใบเสร็จค่าใช้จ่ายใบเสร็จต่าง ๆ บันทึกรายการอย่าง สม่าเสมอเพื่อให้ความต่อเนื่องในการบันทึกบัญชี เมื่อบวกลบเลขเสร็จแล้วต้องทำการตรวจสอบเลขซ้ำอีกครั้ง เพื่อ ความถูกต้อง ตรวจสอบการเขียนชื่อรายการบัญชี และการลดปัญหาการบันทึกรายการซ้ำโดยการตรวจสอบ วัน เดือน ปี ของชื่อบัญชีที่คล้ายกัน

2.3 ด้านความพร้อมของการจัดทำบัญชี

- 1) เอกสารประกอบในการจัดทำบัญชี มีเอกสารในการประกอบการบันทึกบัญชี เช่น ใบเสร็จจ่ายเงิน ใบเสร็จรับเงิน ในการซื้ออุปกรณ์และขายสินค้า ใบเสร็จเอกสารในการเสียภาษี
- 2) การจัดเก็บเอกสารการจัดทำบัญชี มีแฟ้มจัดเก็บเอกสารใบเสร็จรับเงินและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เก็บไว้ในตู้เก็บเอกสารทางการเงินอยู่ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร
- 3) ความพร้อมในการจัดทำบัญชี มีการจัดทำทะเบียนรายการสินค้า ยอดคงคลัง สมุดบัญชีรายรับ-รายจ่าย แฟ้มเก็บเอกสารทางการเงิน อุปกรณ์ เช่น สมุดบัญชีปกแข็ง ปากกา ไม้บรรทัด เครื่องคิดเลข และมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีเบื้องต้นแล้ว
- 4) การวางแผนการจัดทำบัญชี มีการวางแผนโดยการแต่งตั้งให้มีผู้ควบคุมและลงบันทึกบัญชีเป็นประจำสม่ำเสมอ มีการประชุมในแต่ละเดือนอย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในกลุ่มเมื่อสิ้นปี นำผลกำไรขาดทุนมาวิเคราะห์เตรียมการวางแผนกำหนดค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนเพื่อนำไปบริหารทางการเงินในปีถัดไปได้ลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นออกแล้วก็ใช้วัสดุอุปกรณ์ทุกอย่างคุ้มค่าเพื่อประหยัดรายจ่าย

3. ผลการตรวจสอบความเหมาะสมและเป็นไปได้ของรูปแบบด้วยวิธีวิวิทย์วิวิทย์สามเส้าด้านข้อมูล สามารถนำเสนอแนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม โดยมีประเด็นที่ระบุได้ดังนี้

ในการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมจะประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ความสามารถ ซึ่งผู้จัดทำบัญชีควรศึกษาความรู้และทำความเข้าใจก่อนการลงมือปฏิบัติจริงตามรายการที่กำหนด 2) ด้านเอกสารและวิธีการทางบัญชี ซึ่งผู้จัดทำบัญชีควรศึกษาเอกสารและวิธีการที่ถูกต้องจากผู้มีประสบการณ์เสมอ 3) ด้านความร่วมมือและการประสานงาน ซึ่งผู้จัดทำบัญชีควรอาศัยความร่วมมือกับทุกฝ่ายและมีการประสานงานในส่วนที่เกี่ยวข้อง และ 4) ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งผู้จัดทำบัญชีควรมีความสามารถในการใช้เครื่องมือหรือระบบสารสนเทศทางบัญชีเพื่อลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้เสมอ ส่วนประเด็นแนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนมสามารถสรุปได้จากผลการสัมภาษณ์ผู้จัดทำบัญชีดังนี้

1) ควรได้รับการกำกับดูแลและติดตามผลจากภาครัฐเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการจัดทำบัญชีอย่างสม่ำเสมอและถูกต้อง มีการเสริมสร้างความรู้สู่การปฏิบัติจริงอย่างจริงจัง อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง ในการจัดทำบัญชีต้องการได้รับการตรวจสอบทั้งจากสมาชิกกลุ่มและจากบุคคลภายนอก เช่น ผู้ตรวจสอบจากบัญชีจากภาครัฐหรือจากภาคเอกชนที่ได้รับมอบหมายจากภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อป้องกันการทุจริตที่อาจเกิดขึ้นได้ในกลุ่ม และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการบันทึกบัญชี

2) ควรได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความเชื่อถือได้ในเอกสารประกอบการจัดทำบัญชี ตลอดจนการจัดทำรายงานทางการเงิน ซึ่งอาจจะเป็นผู้ตรวจสอบบัญชีจากภาครัฐหรือผู้ตรวจสอบบัญชีภาคเอกชนที่ได้รับการรับรองจากภาครัฐ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งเสริมให้ใช้เทคโนโลยีอย่างง่ายเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดทำบัญชี เช่น สร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับบันทึกบัญชีอย่างง่ายเพื่อทุกกลุ่มจะได้ปฏิบัติอย่างเป็นระบบเดียวกัน อีกทั้งภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการออกแบบเอกสารที่สำคัญ เช่น ใบเสร็จรับเงิน สมุดบันทึกการรับจ่ายสินค้า และรูปแบบของรายงานทางการเงินแบบเดียวกันเพื่อให้ทุกกลุ่มได้ใช้งานในแนวทางเดียวกันทั้งหมด

3) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ หรือสถานศึกษาที่มีการเรียนการสอนด้านเทคโนโลยีดิจิทัลดังกล่าวควรมีการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับบันทึกบัญชีอย่างง่าย ตลอดจนจัดทำระบบบัญชีต้นแบบประกอบด้วย เอกสารประกอบการบันทึกบัญชี วิธีการใช้เอกสาร การควบคุมภายในด้านต่าง ๆ และวิธีการบันทึกบัญชี เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปใช้และถือปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน

4) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการฝึกอบรมการใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางการบัญชีที่ได้จากการบันทึกบัญชี เช่น รายงานทางการเงินหรือสมุดบันทึกสินค้าคงเหลือ โปรแกรมสารสนเทศทางบัญชี ตลอดจนจัดกิจกรรมหรือการอบรมที่เป็นการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการจัดทำบัญชีเพื่อให้ได้รายงานทางการเงิน เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทราบถึงประโยชน์ของรายงานทางการเงินที่ได้จากการบันทึกบัญชีแล้ว จะได้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการบันทึกบัญชีได้มากขึ้น

นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบบัญชีได้ระบุถึงขั้นตอนสำคัญในการจัดทำระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพ 6 ขั้นตอน ซึ่งในการจัดทำระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพเป็นกระบวนการที่สำคัญสำหรับทุกองค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลทางการเงินมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้

1) การวิเคราะห์และทำความเข้าใจธุรกิจ ได้แก่ 1.1) ทำความเข้าใจลักษณะธุรกิจ หมายถึง ศึกษาประเภทของธุรกิจ ขนาดการดำเนินงาน โครงสร้างองค์กร และกระบวนการทางธุรกิจหลัก 1.2) ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง กำหนดว่าใครบ้างที่จะใช้ข้อมูลทางการบัญชี (เช่น ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น ธนาคาร หน่วยงานภาครัฐ) และความ ต้องการข้อมูลของพวกเขาคืออะไร และ 1.3) กำหนดวัตถุประสงค์ของระบบบัญชี หมายถึง ระบุว่าระบบบัญชีนี้นี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร เช่น การจัดทำงบการเงิน การควบคุมภายใน การวิเคราะห์ต้นทุน การตัดสินใจทางธุรกิจ

2) การออกแบบระบบบัญชี ได้แก่ 2.1) กำหนดผังบัญชี (Chart of Accounts) หมายถึง สร้างรายการบัญชีที่เป็นระบบและครอบคลุมทุกรายการทางการเงินที่เกิดขึ้นในธุรกิจ 2.2) กำหนดสมุดบัญชี: เลือกใช้สมุดบัญชีที่เหมาะสมกับประเภทและปริมาณรายการทางธุรกิจ (เช่น สมุดรายวันทั่วไป สมุดรายวันซื้อ สมุดรายวันขาย สมุดเงินสด) 2.3) กำหนดเอกสารประกอบการบันทึกบัญชี หมายถึง ระบุเอกสารที่ใช้เป็นหลักฐานในการบันทึกรายการทางบัญชี (เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี ใบแจ้งหนี้ ใบสำคัญจ่าย) 2.4) กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Workflow) หมายถึง กำหนดขั้นตอนการไหลเวียนของเอกสารและการบันทึกบัญชีในแต่ละกิจกรรมทางธุรกิจ และ 2.5) พิจารณาการใช้เทคโนโลยี หมายถึง ประเมินความเหมาะสมในการนำโปรแกรมบัญชีหรือระบบ ERP (Enterprise Resource Planning) มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความถูกต้อง

3) การกำหนดนโยบายและระเบียบปฏิบัติทางการบัญชี ได้แก่ 3.1) จัดทำคู่มือนโยบายบัญชี หมายถึง รวบรวมหลักการบัญชี วิธีการปฏิบัติ และแนวทางการบันทึกบัญชีสำหรับรายการที่สำคัญ 3.2) กำหนดอำนาจอนุมัติ หมายถึง กำหนดระดับอำนาจในการอนุมัติรายการทางการเงินต่าง ๆ 3.3) กำหนดการแบ่งแยกหน้าที่ หมายถึง แยกหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานบัญชี ผู้รับผิดชอบสินทรัพย์ และผู้ตรวจสอบ เพื่อป้องกันการทุจริตและข้อผิดพลาด และ 3.4) กำหนดตารางเวลาการปฏิบัติงาน หมายถึง กำหนดกำหนดเวลาสำหรับการบันทึกบัญชี การกระทบยอด การจัดทำรายงาน และการปิดบัญชี

4) การนำระบบบัญชีไปปฏิบัติ ได้แก่ 4.1) การติดตั้งระบบ (ถ้ามี) หมายถึง ติดตั้งโปรแกรมบัญชีหรือระบบ ERP และตั้งค่าให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ 4.2) การฝึกอบรมบุคลากร หมายถึง ฝึกอบรมพนักงาน

ที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ความเข้าใจในระบบบัญชี นโยบาย และขั้นตอนการปฏิบัติงาน และ 4.3) การเริ่มต้นที่บัญชี หมายถึง เริ่มต้นที่รายการทางการเงินตามเอกสารประกอบและขั้นตอนที่กำหนด

5) การควบคุมและตรวจสอบระบบบัญชี ได้แก่ 5.1) การกระหายอดบัญชี หมายถึง เปรียบเทียบยอดคงเหลือในบัญชีต่าง ๆ กับเอกสารภายนอกหรือทะเบียนย่อย (เช่น การกระหายอดเงินฝากธนาคาร การกระหายอดลูกหนี้) 5.2) การตรวจสอบภายใน หมายถึง ดำเนินการตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าระบบบัญชีทำงานได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และมีการปฏิบัติตามนโยบายที่กำหนด และ 5.3) การสอบทานโดยผู้บริหาร หมายถึง ผู้บริหารควรมีการสอบทานรายงานทางการเงินและผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

6) การปรับปรุงและพัฒนาระบบบัญชี ได้แก่ 6.1) การประเมินผล หมายถึง ประเมินประสิทธิภาพของระบบบัญชีเป็นระยะ เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสในการปรับปรุง 6.2) การปรับปรุงระบบ หมายถึง ปรับปรุงระบบบัญชีให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ กฎหมาย และมาตรฐานการบัญชี และ 6.3) การติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ หมายถึง พิจารณานำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบัญชีอย่างต่อเนื่อง

ส่วนปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จในการจัดทำระบบบัญชี ได้แก่ (1) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง หมายถึง ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญและสนับสนุนการจัดทำระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพ (2) บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ หมายถึง มีทีมงานบัญชีที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการบัญชีและระบบที่ใช้ (3) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ หมายถึง มีการสื่อสารที่ชัดเจนระหว่างฝ่ายบัญชีและหน่วยงานอื่น ๆ ในองค์กร (4) ความยืดหยุ่น หมายถึง ระบบบัญชีควรมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามการเติบโตของธุรกิจ การปฏิบัติตามขั้นตอนเหล่านี้อย่างครบถ้วนจะช่วยให้องค์กรมีระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพ สามารถให้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการบริหารจัดการและตัดสินใจทางธุรกิจอย่างชาญฉลาด

7. อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม” สามารถนำประเด็นมาอภิปรายผลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1. สภาพ ปัญหาและอุปสรรค ระดับการปฏิบัติ และรูปแบบการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม

1.1 สภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนมทั้งหมดมีการจัดทำบัญชีของทุกกลุ่มวิสาหกิจและเหรียญของทุกกลุ่มวิสาหกิจเป็นผู้จัดทำบัญชี สภาพการณ์ทั่วไปจากการวิจัย พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่รู้ว่าการจัดทำบัญชีมีความยุ่งยากเสียเวลา เพราะในการบันทึกบัญชีทุกครั้งผู้จัดทำบัญชีของทุกกลุ่มต้องศึกษาจากคู่มือการบันทึกบัญชีที่ทุกกลุ่มได้รับการอบรมจากกรมส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร แต่ถึงอย่างไรก็ตามผู้ทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ก็ยังต้องการจ้างบุคคลภายนอกมาจัดทำบัญชี แต่ต้องการที่เลี้ยงจากภาครัฐเข้ามากำกับดูแลการจัดทำบัญชีของกลุ่มอย่างใกล้ชิดมากกว่าเพื่อความสะดวก โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภลักษณ์ จงขานสีห์ (2558), สัจฉิณี วรโยธา และคณะ (2561), ไพโรจน์ พรเจริญ (2563), วิจิต เอียงอ่อน และคณะ (2565) และปิยะวรรณ ยางคำ และคณะ (2566) รวมถึงคำกล่าวของ Laughlin (2010) และ Song (2015) ที่ระบุว่า ส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้การปฏิบัติงานระบบบัญชีเป็นไปตามวัตถุประสงค์ คือ ตัวบุคคลที่ต้องมีความรู้ ความสามารถ ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติหน้าที่ ส่วนเครื่องมือที่ใช้สนับสนุน เช่น คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

และโปรแกรมสารสนเทศทางบัญชีต่าง ๆ เป็นเพียงเครื่องทุ่นแรงในการบันทึกบัญชีให้ถูกต้องสะดวกและรวดเร็ว ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายรวมถึงสามารถลดข้อผิดพลาดในการทำบัญชีทุกประเภทได้ดี นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรเทพินทร์ สุขแสงประสิทธิ์ และ ปัทมเกสร ราชธานี (2565) ที่พบว่า การทำบัญชีเป็นการวางแผนทางการเงินที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องให้ความสนใจเพื่อให้การขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่มเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

1.2 ปัญหาและอุปสรรคของการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นโดยส่วนใหญ่ ได้แก่ ความไม่รู้และประสบการณ์ทางด้านบัญชี การไม่ให้ความสำคัญของการบันทึกบัญชี และการไม่เห็นประโยชน์ของข้อมูลที่ได้รับจากการบันทึกบัญชี เป็นต้น โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิร อ้นวิวัฒน์ (2554) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยพบว่าการจัดทำบัญชีมีเพียงการบันทึกบัญชีแบบง่าย ๆ ใช้สมุดบันทึกบัญชีเพียงไม่กี่เล่ม การก่อตั้งโดยกลุ่มชาวบ้านไม่มีความรู้หรือมีความรู้ก็ได้ และศึกษาการจัดทำบัญชีเฉพาะตัวเลขที่ไม่ซับซ้อน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธนา จันทร์ปัด และคณะ (2567) ที่ศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าบ้านสามทอ ตำบลแสงสว่าง อำเภอนองแสง จังหวัดอุดรธานี โดยพบว่าการขาดทักษะความรู้พื้นฐานด้านการบัญชี ผู้ทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนไม่มีความรู้ด้านการบัญชี เนื่องจากวิสาหกิจขาดงบประมาณในการจัดจ้างพนักงานบัญชี และผู้ทำบัญชียังไม่เข้าใจในระบบบัญชีเป็นปัญหาและอุปสรรคหลักในการจัดทำบัญชี

1.3 ระดับการปฏิบัติในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบันทึกและแก้ไขข้อมูลทางบัญชี ($\bar{X} = 3.78$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การวางแผนการดำเนินงานทางบัญชี ($\bar{X} = 3.32$) ดังนั้นในการวางแผนงานดำเนินงานทางบัญชีต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีอย่างถ่องแท้เพื่อให้ไม่เป็นอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะวรรณ ยางคำ และคณะ (2566) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการจัดทำบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกรอัตลักษณ์พื้นที่ในจังหวัดมหาสารคาม ที่ระบุว่าความรู้ความเข้าใจต่อการจัดทำบัญชีเป็นประเด็นสำคัญที่สมาชิกในกลุ่มต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเพราะช่วยให้สามารถควบคุมการดำเนินงานทางบัญชีของธุรกิจได้

2. จากผลการสัมภาษณ์ผู้จัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนมรวมถึงการตรวจสอบความเหมาะสมและเป็นไปได้ของแนวทางของการจัดทำบัญชีที่เหมาะสม 3 ด้าน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านระบบบัญชีเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชี สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้าใจวัตถุประสงค์ของการจัดทำบัญชีช่วยให้สามารถควบคุมรายรับ-รายจ่ายของกลุ่ม และนอกจากจะบันทึกบัญชีของกลุ่มยังสามารถนำไปบันทึกบัญชีครัวเรือนภายในครอบครัวของตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บันเฑียร ศรีแก้ว และคณะ (2559) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบบัญชีการเงินวิสาหกิจชุมชนทอผ้าสีธรรมชาติ: กรณีศึกษากลุ่ม บ้านหนองหัววัว ตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จากการศึกษาการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชน ปัจจุบันสมาชิกมีการบันทึกบัญชีทำให้ทราบรายได้ ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการทอผ้า และสมาชิกยังนำไปประยุกต์ใช้ในครัวเรือนด้วย

2.2 ด้านการดำเนินงานในการจัดทำบัญชี ประสบปัญหาในการบันทึกบัญชี ซึ่งในบางครั้งมีรายรับ-รายจ่ายที่ไม่ชัดเจน จึงกำหนดตัวเลขในบัญชีไม่ได้ สัมบันทึกบัญชี ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการบันทึกบัญชี การเขียนชื่อรายการผิด บันทึกตัวเลขผิด การบวกลบเลขผิดพลาด และการบันทึกรายการเดิมซ้ำ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะวรรณ ยางคำ และคณะ (2566) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการจัดทำบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกรอัตลักษณ์พื้นถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม ที่ระบุว่าการดำเนินงานในการจัดทำบัญชีก็เป็นประเด็นสำคัญที่สมาชิกในกลุ่มต้องให้ความสำคัญด้วยเช่นกันเพราะช่วยให้สามารถบริหารต้นทุนรวมถึงการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เมื่อมีการตรวจสอบธุรกรรมระบบการเงินในอนาคต

2.3 ด้านความพร้อมการจัดทำบัญชี มีเอกสารในการประกอบการบันทึกบัญชี เช่น ใบเสร็จจ่ายเงิน ใบเสร็จรับเงิน ในการซื้ออุปกรณ์และขายสินค้า ใบเสร็จเอกสารในการเสียภาษี มีแฟ้มจัดเก็บเอกสารใบเสร็จรับเงิน และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เก็บไว้ในตู้เก็บเอกสาร มีการจัดทำทะเบียนรายการสินค้า ยอดคงคลังสมุดบัญชีรายรับ-รายจ่าย แฟ้มเก็บเอกสารทางการเงิน มีความพร้อมในอุปกรณ์และมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีเบื้องต้นแล้ว มีการวางแผนโดยการแต่งตั้งให้มีผู้ควบคุมและลงบันทึกบัญชีเป็นประจำสม่ำเสมอ มีการประชุมในแต่ละเดือนอย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในกลุ่ม เมื่อสิ้นปี นำผลกำไร ขาดทุน มาวิเคราะห์เตรียมการวางแผนว่าจะกำหนดค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนเพื่อนำไปบริหารทางการเงินในปีถัดไปได้ ลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นออกแล้วก็ใช้วัสดุอุปกรณ์ทุกอย่างคุ้มค่าเพื่อประหยัดรายจ่าย โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภลักษณ์ จงขานสีห์ (2558), ประภัศร กิตติมนิรม (2561) วันธนี สุดศิริ ภัทรพร ปุณณะตุง และวารี ศรีสุรพล (2563), Bubaker (2016) และ Ozili (2021) ที่ศึกษาวิจัยและพบว่า การจัดทำบัญชีเป็นเครื่องมือในการได้มาซึ่งข้อมูลทางการเงินที่แสดงในรูปแบบของงบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุน ทำให้ทราบผลการดำเนินงานของกิจการและทราบว่ากิจการมีสินทรัพย์และหนี้สิน ณ เวลานั้นเป็นจำนวนเท่าใด ซึ่งสามารถนำข้อมูลในวงรอบที่สนใจเหล่านั้นมาประกอบการตัดสินใจในการบริหารงานของกิจการทั้งด้านการผลิตและจำหน่าย นอกจากนี้ การบันทึกบัญชียังเป็นการจดบันทึกเพื่อป้องกันการสูญหายของสินทรัพย์อีกด้วย

3. แนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ความสามารถ 2) ด้านเอกสารและวิธีการทางบัญชี 3) ด้านความร่วมมือและการประสานงาน และ 4) ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ส่วนขั้นตอนในการจัดทำระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพ 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์และทำความเข้าใจธุรกิจ 2) การออกแบบระบบบัญชี 3) การกำหนดนโยบายและระเบียบปฏิบัติทางการบัญชี 4) การนำระบบบัญชีไปปฏิบัติ 5) การควบคุมและตรวจสอบระบบบัญชี และ 6) การปรับปรุงและพัฒนาระบบบัญชี ในการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม ระบุรายละเอียดการดำเนินงานที่เหมาะสมดังนี้

3.1 ควรได้รับการกำกับดูแลและติดตามผลจากภาครัฐเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการจัดทำบัญชีอย่างสม่ำเสมอและถูกต้อง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับองค์กรภาครัฐต้องมีความร่วมมือกันอย่างต่อเนื่อง มีระบบแผนงานในการพัฒนาคุณภาพในการจัดทำบัญชี รวมถึงการเสริมสร้างความรู้สู่การปฏิบัติจริงอย่างจริงจังอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

3.2 ควรได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความเชื่อถือได้ในเอกสารประกอบทุกชนิด ตลอดจนการจัดทำรายงานทางการเงินและมีการตรวจสอบโดยละเอียดทุกขั้นตอนเพื่อป้องกันการทุจริตที่อาจเกิดขึ้นได้ในทุกขั้นตอน

3.3 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปหรือระบบสารสนเทศทางการบัญชี เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปใช้ในการจัดทำและรายงานสถานะทางบัญชีและปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

3.4 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการฝึกอบรมการใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางการบัญชีที่ได้จากการบันทึกบัญชี ตลอดจนการจัดกิจกรรมหรือการอบรมที่เป็นการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการจัดทำบัญชี เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทราบถึงคุณประโยชน์ของรายงานทางการเงินที่ได้จากการบันทึกบัญชีและตระหนักถึงความสำคัญของการบันทึกบัญชีได้มากขึ้น

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมภูนุช หุ่นาค สมพร เฟื่องจันทร์ และปภาวดี มนต์วีรุต (2562) ที่ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ตำบลศาลายา อำเภอยะหา จ.ปัตตานี โดยพบว่าในการจัดทำบัญชีควรได้รับการกำกับดูแลและติดตามผลจากภาครัฐเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการจัดทำบัญชีอย่างสม่ำเสมอและถูกต้อง อีกทั้งควรมีการฝึกอบรมการใช้ประโยชน์จากการบันทึกบัญชี ตลอดจนการจัดกิจกรรมหรือการอบรมที่เป็นการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการจัดทำบัญชี เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทราบถึงประโยชน์ของรายงานทางการเงินที่ได้จากการบันทึกบัญชีและตระหนักถึงความสำคัญของการบันทึกบัญชีได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีสำหรับการทำบัญชีของ สุภาพร อามาตย์ (2565) และ สุพรรณิ คำวาส (2565) ที่ระบุว่า การที่องค์กรให้ความสำคัญกับการทำบัญชี โดยสามารถปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพโดยการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชีที่สอดคล้องกับบริบทของกิจการ ระบบการบริหารจัดการเอกสารทางบัญชีกระบวนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานด้านบัญชีและกระบวนการควบคุมภายในรวมถึงการส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานการเงินที่เกิดจากการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่ดีขององค์กร โดยที่สมบัติของคุณภาพรายงานการเงินควรแสดงข้อมูลตามความจริงเกี่ยวกับฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานทางบัญชี เพื่อให้ผู้ใช้ทั้งภายในและภายนอกเกิดความมั่นใจในการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์รวมถึงการนำไปใช้ในการวางแผนงานได้ในอนาคต

นอกจากนี้ ผลการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Smith (2018) Jones (2020) ที่เน้นย้ำว่าระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดข้อผิดพลาดและการทุจริต ส่วนข้อมูลทางการบัญชีที่มีคุณภาพส่งผลเชิงบวกต่อความน่าเชื่อถือขององค์กรและการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Brown et al. (2022) ที่พบว่า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเพิ่มความรวดเร็ว ความแม่นยำ และประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านบัญชี ดังนั้นแนวทางการจัดทำบัญชีจึงมุ่งเน้นไปที่การบูรณาการหลักการทำบัญชีที่เป็นสากล การนำเทคโนโลยีมาใช้ และการให้ความสำคัญกับการควบคุมภายในที่เข้มแข็ง เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลทางการเงินที่นำเสนอมีความถูกต้องเหมาะสม เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ และสามารถเป็นแนวทางการปฏิบัติที่ดีที่สุดในการจัดทำบัญชีสำหรับองค์กรในยุคปัจจุบัน

8. สรุปผลการวิจัยและองค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม” สามารถนำประเด็นมาอภิปรายผลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1. สภาพ ปัญหาและอุปสรรค ระดับการปฏิบัติ และรูปแบบการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนมพบว่า 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนมทั้งหมดมีการจัดทำบัญชีของทุก

กลุ่มวิสาหกิจและเหรียญของทุกกลุ่มวิสาหกิจเป็นผู้จัดทำบัญชี 2) ปัญหาและอุปสรรค ได้แก่ ความไม่รู้และประสบการณ์ทางด้านบัญชี การไม่ให้ความสำคัญของการบันทึกบัญชี และการไม่เห็นประโยชน์ของข้อมูลที่ได้รับจากการบันทึกบัญชี เป็นต้น 3) ระดับการปฏิบัติในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. จากผลการสัมภาษณ์ผู้จัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนมรวมถึงการตรวจสอบความเหมาะสมและเป็นไปได้ของแนวทางของการจัดทำบัญชีที่เหมาะสม 3 ด้าน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านระบบบัญชี เพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชี ได้แก่ 1) ด้านความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชี 2) ด้านการดำเนินงานในการจัดทำบัญชี และ 3) ด้านความพร้อมการจัดทำบัญชี

3. แนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ความสามารถ 2) ด้านเอกสารและวิธีการทางบัญชี 3) ด้านความร่วมมือและการประสานงาน และ 4) ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ส่วนขั้นตอนในการจัดทำระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพ 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์และทำความเข้าใจธุรกิจ 2) การออกแบบระบบบัญชี 3) การกำหนดนโยบายและระเบียบปฏิบัติทางการบัญชี 4) การนำระบบบัญชีไปปฏิบัติ 5) การควบคุมและตรวจสอบระบบบัญชี และ 6) การปรับปรุงและพัฒนาระบบบัญชี

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ประกอบด้วย

(1) เพื่อให้การจัดทำบัญชีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีประสิทธิภาพ ควรมีการจัดอบรมการจัดทำบัญชีอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สมาชิกในกลุ่มจะได้มีความเข้าใจและปฏิบัติได้ถูกต้องมากขึ้น

(2) ควรจัดให้มีโปรแกรมสารสนเทศที่จัดเก็บข้อมูลทางการบัญชีเพื่ออำนวยความสะดวกในการบันทึกบัญชีและง่ายต่อการตรวจสอบข้อมูลบัญชีทุกประเภทให้มีความถูกต้องและเป็นมาตรฐาน และ

(3) นำแนวทางที่ค้นพบไปทดลองใช้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีมาตรฐานสำหรับการนำไปใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนารูปแบบการจัดทำบัญชีในลำดับถัดไป

9.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ประกอบด้วย

(1) ควรมีการติดตามการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นระยะ ๆ เพื่อศึกษาความก้าวหน้าทำให้เกิดการจัดทำบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) ควรนำแนวทางนี้ไปศึกษาวิจัยโดยทดลองใช้กับกลุ่มวิสาหกิจอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับการพัฒนาวิธีการทำรายการบัญชีที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น และ

(3) ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นเพื่อความหลากหลายต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ชมภูณัฐ หุ่นนาค, สมพร เพื่องจันทร์ และปภาวดี มนต์รีวัต. (2562). แนวทางการพัฒนาระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 9(1), 85-97.
- บันเณย ศรีแก้ว, วิภากรณ์ ศรีหาธาตุ และปิยะณัฐ ฤณพุทธม. (2559). การพัฒนารูปแบบบัญชีการเงินวิสาหกิจชุมชน ทอผ้าสีธรรมชาติ กรณีศึกษา กลุ่ม บ้านหนองหัววัว ตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 22(2), 121-130.
- ปิยะวรรณ ยางคำ, นาวา มาสวนจิก, อมร โททำ, กชนิภา วานิชกิตติกุล และธีระศักดิ์ เกียงขวา. (2566). ผลกระทบของการจัดทำบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกรอัตลักษณ์พื้นที่ในจังหวัดมหาสารคาม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 42(4), 518-531.
- ประภัสสร กิตติมนโรม. (2561). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้ทำบัญชีธุรกิจ SMEs ตามมาตรฐานการศึกษา ระหว่างประเทศ. *วารสารจันทร์เกษมสาร*, 24(47), 79-94.
- ปวีณา หมั่นสุข. (2567). ผลกระทบของศักยภาพในวิชาชีพบัญชีและการพัฒนาศักยภาพที่มีต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารนวัตกรรมการจัดการและบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 1(2), 63-76.
- พรเทพินทร์ สุขแสงประสิทธิ์ และปัทมเกสร ราชธานี. (2565). การพัฒนากระบวนการจัดการการเงินล้านหมื่นชุมชน ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยกลไกไตรภาคีเพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนกรณีศึกษาล้านหมื่นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่าพระจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ*, 12(2), 89-105.
- ไพโรจน์ พรเจริญ. (2563). การจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 22(2), 9-18.
- ยุทธนา จันทรปิตุ, ชลลดา นรินทร์, นฤมล ชินวงศ์, รติพร มีชัย, สำเริง นนศิริ, กิตติกรรณ์ หนองหารพิทักษ์ และจักรพันธ์ จันทลา. (2567). การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าบ้านสามทอ ตำบลแสงสว่าง อำเภอหนองแสง จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 10(1), 1-11.
- วิจิต เอียงอ่อน, อลิษา ประสมผล, กัลยรัตน์ เจียมโฆสิต, ฉวี สิงหาต วราภรณ์, ศรบัณฑิต วัชรินทร์, อรรคศรีวร และยุทธนา พรคอนันต์. (2565). แนวทางการพัฒนาความรู้การจัดการทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน ในเขตอำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมการอาชีวศึกษา*, 6(1), 84-93.
- วัชรพงษ์ อินทรวงศ์ และปัทมา สุริยกุล ณ อยุธยา. (2561). การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุด้านภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม. *วารสารชุมชนวิจัยและพัฒนาสังคม*, 12(2), 101-117.

- วันธนี สุดศิริ, ภัทราพร ปุณณะตุง และวารี ศรีสุพล. (2563). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการวางแผนทางการเงินสำหรับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารบริหารธุรกิจครินทรวิโรฒ*, 11(2), 18-34
- วาริณ มงคลสมัย. (2564). การทำบัญชีครัวเรือนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 2(1), 45-54.
- วรพรรณ รัตนทรงธรรม, วริศรา ดวงตาน้อย, สุพรรณ จิตต์มั่น และตุลาพร จันทร์กวี. (2564). คุณลักษณะของนักบัญชีที่พึงประสงค์สำหรับสถานประกอบการจังหวัดอุดรธานี. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*, 3(2), 5-20.
- วิภาพร องคนสูสรณ์ และเฉลิมรัช ประเสริฐสังข์. (2564). การพัฒนาแนวทางในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเข้าสู่มาตรฐานการผลิตอาหารที่ดี กรณีศึกษา: วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านกองนางอำเภอบ้านนา. *วารสารอนามัยสิ่งแวดล้อมและสุขภาพชุมชน*, 6(3), 72-80.
- วัชร อ้นวิวัฒน์. (2554). ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 1-132.
- วิจิต เอียงอ่อน, วัชรินทร์ อรรถศรีวร, มาลี แสงจันทร์, กัลยรัตน์ เจริญโชติ, วราภรณ์ ศรีบัณฑิต, ฉวี สิงหาตุ และยุพธนา พรคนันต์. (2563). แนวทางการพัฒนาความรู้ด้านการจัดทำบัญชีของสหกรณ์โครงการบ้านมั่นคง จังหวัดจันทบุรี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 6(1), 48-57.
- ศุภลักษณ์ จงขานสิทธิ. (2558). แนวทางการจัดทำบัญชีที่เหมาะสมสำหรับวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตเคหะสิ่งทอจากผ้าฝ้ายทอมือในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารราชชมคล้านนา*, 3(1), 74-82.
- สัจฉวัฒน์ วโรยธา, มนต์ดา ชัยสนิยากรณ์, วิลาสินี แสงคำพระ และมงคล กิตติวุฒิไกร. (2561). การพัฒนาระบบบัญชีในการบริหารเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มเย็บผ้าฝ้ายพื้นเมืองบ้านกกไถ ตำบลคำชะอี อำเภอคำชะอี จังหวัดมุกดาหาร. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 8(2), 81-89.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2560). *คู่มือปฏิบัติงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพมหานคร : กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครพนม. (2566). *รายงานสถานการณ์ประจำปี 2566*. นครพนม : สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครพนม.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (พ.ศ. 2566-2570)*. สืบค้น 18 มีนาคม 2568, จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=13651
- สุพรรณ คำवास. (2565). การปฏิบัติทางการบัญชีที่เกี่ยวกับคุณภาพรายงานการเงินของสถานประกอบการในอุตสาหกรรมเซรามิกภาคเหนือตอนบน. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 9(1), 37-54.
- สุภาพร อามาศย์. (2565). แนวทางการจัดทำบัญชีสำหรับวิสาหกิจชุมชน OTOP นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนบ้านดอนข่า ตำบลพราณ อำเภอนาหว้า จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 17(2), 23-32.
- Brown, L., Davis, M., & Wilson, P. (2022). The role of information technology in enhancing accounting processes. *Accounting Horizons*, 36(2), 123-145.

- Bubaker, S. (2016). Accounting systems in developing countries. *Journal of Business and Economic Policy*, 3(1), 132-142.
- Garcia, R. (2023). Internal audit and the effectiveness of accounting systems. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 42(1), 78-102.
- Jones, K. (2020). Accounting information quality and firm credibility. *Journal of Business Finance & Accounting*, 47(7-8), 987-1015.
- Kerdpitak, C. (2022). Business performance model of herbal community enterprise in Thailand. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(2), 345-352.
- Laughlin, R. (2010). A comment on "Towards a paradigmatic foundation for accounting practice". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 23(6), 759-763.
- Lee, S. (2021). Best practices in developing accounting policies and procedures. *The Accounting Review*, 96(4), 201-225.
- Naipinit, A., Promsaka Na Sakolnakorn, T. and Kroeksakul, P. (2016). Strategic management of community enterprises in the upper northeast region of Thailand. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 10(4), 346-362.
- Ozili, P.K. (2021). *Accounting and financial reporting during a pandemic*. Emerald Publishing Limited, 22(1), 87-93.
- Smith, J. (2018). The impact of accounting systems on organizational risk management. *Journal of Accounting Research*, 56(3), 456-487.
- Song, L. (2015). Accounting disclosure, stock price synchronicity and stock crash risk: An emerging-market perspective. *International Journal of Accounting & Information Management*, 23(4), 349-363.
- Yamane, T. (1973). *Statistics : An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York : Harper and Row.

ทัศนคติต่อสุขภาพและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
เบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา

Attitudes Towards Health and Reference Group Compliance :
Factors Influencing the Online Purchase Decision of Healthy Bakery Products
Among University of Phayao Students

ฟาดีละ แลมมันเสน^{1*}, อริสรา คมจรัส¹, ปาริชาติ ผาสุกสัทธิพร¹ และ ชยดา รอดวินิจ¹

Fadeelah Laemansen^{1*}, Arisara Komching¹, Parichat Phasuksathitphon¹ and Chayuda Rodwinit¹

Received: 18 March 2025

Revised: 16 August 2025

Accepted: 19 August 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลทัศนคติต่อสุขภาพ และปัจจัยทางสังคมการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ ที่ตัดสินใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน 385 คน ได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผ่าน Google form วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติต่อสุขภาพและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยเฉพาะทัศนคติด้านสุขภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด นอกจากนี้ พบว่าโมเดลสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 78.3 ($R^2 = .783$) สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพและได้รับอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง เช่น อินฟลูเอนเซอร์และสื่อออนไลน์ ซึ่งมีบทบาทต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ : ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การตัดสินใจซื้อ เบเกอรี่เพื่อสุขภาพ

¹ นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจ) คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

Student of the Bachelor of Business Administration Program (Business Management),

Faculty of Business and Communication Arts, University of Phayao

E-mail: Fadeelah258@gmail.com, Tel. 089-3704020 * Corresponding Author

ABSTRACT

The purposes of this study were : 1) to study the general information of students at Phayao University, and 2) to examine the relationship and influence of health attitudes, social factors, and reference group conformity on the decision to purchase healthy baked goods online among Phayao University students. The study employed a quantitative research approach, with a sample of 385 consumers who purchased healthy baked goods online. The sample was selected using convenience sampling, and data were collected through a Google Forms questionnaire. Data analysis included descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) and inferential statistics (correlation analysis and multiple regression analysis).

The research findings revealed that attitudes towards health and reference group compliance have a positive relationship with the purchase decision of healthy bakery products, with statistical significance at the .001 level. In particular, health attitudes exerted the strongest influence on purchase decisions. Furthermore, the model was able to predict purchase decisions with an accuracy of 78.3% ($R^2 = 0.783$). This reflects that consumers place great importance on health and are influenced by reference groups such as influencers and online media, which play a significant role in shaping purchasing behavior in the digital era.

Keywords : Attitude, Subjective Norms, Purchase Decision, Healthy Bakery

1. บทนำ

เบเกอรี่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตกและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย โดยมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมเบเกอรี่ในปี 2565 อยู่ที่ประมาณ 30,000 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 7% สุนิษฐา เศรษฐีธร (2562) ซึ่งสะท้อนถึงการขยายตัวของธุรกิจเบเกอรี่ทั้งในรูปแบบหน้าร้าน คาเฟ่ และช่องทางออนไลน์ การเติบโตดังกล่าวยังได้รับแรงหนุนจากค่านิยมสั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น LINE MAN, GrabFood และ Foodpanda ที่ช่วยเพิ่มความสะดวกให้ผู้บริโภคและขยายโอกาสทางการตลาด (ศุภณีย์วิจัยสิทธิ์ไทย, 2565 ; จุฑามาศ ชุนถนอม, 2565)

นอกจากตลาดเบเกอรี่โดยรวมแล้ว ตลาดเบเกอรี่เพื่อสุขภาพก็มีการขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญ โดยงานวิจัยบรรารัณ และสมิธ (2565) ระบุว่ากลุ่มผู้บริโภคทั่วโลกให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปราศจากสารปรุงแต่ง และใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น แป้งโฮลวีต ข้าวโอ๊ต หรือสารให้ความหวานจากธรรมชาติ ซึ่งในประเทศไทย กระแสรักสุขภาพส่งผลให้ความต้องการสินค้ากลุ่มนี้เติบโตตามไปด้วย ข้อมูลจากสถาบันอาหาร (2565) ชี้ว่าตลาดเบเกอรี่เพื่อสุขภาพมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องโดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคอายุน้อยและวัยทำงานตอนต้น

อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณค่าทางโภชนาการหรือรสชาติ แต่ยังได้รับอิทธิพลจากทัศนคติและปัจจัยทางสังคม เช่น การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง สแตฟฟอร์ด (2509) และแลนด์น (2554) ซึ่งเป็นบุคคลหรือกลุ่มที่ผู้บริโภคใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการกำหนดค่านิยมและพฤติกรรมการซื้อ ทั้งนี้ทฤษฎี

องค์ประกอบทัศนคติ (Cognitive, Affective, Behavioral Components) ตามแนวคิดของคอตเลอร์ และเคลเลอร์ (2559) อธิบายว่าทัศนคติที่ดีต่อสุขภาพมีส่วนผลักดันให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมากขึ้น

การเลือกนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยาเป็นกลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลสำคัญ เนื่องจากนิสิตกลุ่มนี้อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลายถึงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ซึ่งเป็นช่วงที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคในระยะยาว อีกทั้งมหาวิทยาลัยพะเยามีจำนวนนิสิตจำนวนมากและมีการใช้ช่องทางออนไลน์ในชีวิตประจำวันสูง จึงเหมาะสมกับการศึกษาพฤติกรรมการซื้อผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล อีกทั้งนิสิตในพื้นที่นี้ยังมีการรับสื่อจากทั้งในและนอกพื้นที่ ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงทั้งปัจจัยทัศนคติส่วนบุคคลและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงได้ชัดเจน

ดังนั้น การศึกษานี้มีความสำคัญในการทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านสุขภาพและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้ไปปรับกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และปัจจัยพยากรณ์ของทัศนคติต่อสุขภาพ และปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา

3. สมมติฐาน

1. ปัจจัยด้านทัศนคติต่อสุขภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกและสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา
2. ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์ทางบวกและสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา

4. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติต่อการมีสุขภาพที่ดี

คอตเลอร์ และเคลเลอร์ (2559) ได้กล่าวว่า ทัศนคติต่อสุขภาพสะท้อนถึงความเชื่อและความรู้สึกเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยเฉพาะทัศนคติที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพ ทัศนคติของบุคคลในด้านนี้มักสะท้อนถึงการรับรู้และความเชื่อเกี่ยวกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักที่มีความสัมพันธ์กัน คือ 1) องค์ประกอบด้านความเข้าใจ (Cognitive Component) เกี่ยวข้องกับการรับรู้และความเชื่อของบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ โดยการรับข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความเชื่อที่แตกต่างกัน หากผู้บริโภคมีความเชื่อที่ดีและรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของสินค้าอย่างชัดเจน เช่น รู้ว่าผลิตภัณฑ์สุขภาพมีคุณสมบัติที่ดีและเหมาะสมกับความต้องการของตนเอง ความเข้าใจเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อ 2) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เกี่ยวข้องอารมณ์และความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งที่คิดหรือประสบการณ์ที่ได้เจอ ซึ่งสามารถเป็นความรู้สึกบวกหรือลบ

ความรู้สึกที่บวกต่อสินค้า เช่น รู้สึกพึงพอใจหรือประทับใจจากประสบการณ์ที่ดี หรือการรับรู้ที่ดีจากผู้อื่น เช่น เพื่อนหรือคนในครอบครัว จะช่วยเพิ่มความโน้มเอียงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ การมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าในด้านอารมณ์จะช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกดีและเต็มใจที่จะซื้อ และ 3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือการกระทำที่แสดงออกต่อสิ่งที่มีทัศนคติ ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มในการกระทำ เช่น การเลือกซื้อสินค้าหรือบริการเมื่อทั้งความเข้าใจและความรู้สึกมีความเป็นบวกแล้ว พฤติกรรมของผู้บริโภคก็มีแนวโน้มที่จะสะท้อนออกมาเป็นการตัดสินใจซื้อจริง เช่น การยอมรับและการตัดสินใจปฏิบัติในการซื้อผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำหรือแนะนำสินค้านั้นให้กับผู้อื่น อีกทั้งงานวิจัยของสุภารัตน์ วันเพ็ญ และศษภัค จิระวรพล (2563) ได้มีการประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective) ที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัย ซึ่งสะท้อนว่า ความรู้สึกพึงพอใจหรือเชื่อมั่นในสินค้า มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออย่างมีนัยสำคัญ ข้อมูลนี้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในงานวิจัยนี้ ซึ่งตั้งสมมุติฐานว่า “ทัศนคติต่อสุขภาพ” มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติทั้ง 3 องค์ประกอบนี้มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบแบบสอบถาม และใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา โดยผลรวมของสามองค์ประกอบเมื่อทุกองค์ประกอบมีความสอดคล้องและสนับสนุนกัน จะทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีและมั่นใจในสินค้า ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจที่จะซื้อและใช้สินค้านั้น ๆ ซึ่งอาจเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อครั้งแรกหรือซื้อซ้ำในอนาคต

4.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

สแตฟฟอร์ด (2509) และแลนตัน (2554) ได้กล่าวถึง "กลุ่มอ้างอิง" ว่าเป็นบุคคลหรือกลุ่มทางสังคมที่ผู้บริโภคใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการกำหนดค่านิยม ทัศนคติ และความเชื่อร่วมกัน ซึ่งบุคคลในกลุ่มอ้างอิงอาจเป็นผู้ที่ผู้บริโภคให้ความเคารพหรือเป็นต้นแบบที่ยากเลียนแบบ จากการศึกษาของกลุ่มอ้างอิงของผู้บริโภค นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายถึงกลุ่มบุคคลหรือกลุ่มที่นักการตลาดใช้เป็นกลุ่มอ้างอิงในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยทยาภิ และกุมาร (2547) ได้แบ่งกลุ่มอ้างอิงออกเป็น 8 ประเภท คือ 1) อิทธิพลจากสมาชิกในครอบครัว (Family Member) ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่คนในครอบครัวเชื่อถือ การตัดสินใจจึงมักได้รับอิทธิพลจากคนในครอบครัว 2) อิทธิพลจากกลุ่มเพื่อน (Friendship Groups) หรือกลุ่มเลือกซื้อสินค้า (Shopping Group) ที่ผู้บริโภคมักเลือกซื้อสินค้านี้ร่วมกับเพื่อนเพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการตัดสินใจ 3) อิทธิพลจากกลุ่มที่ทำงาน (Work Groups) ที่บุคคลใช้เวลาในที่ทำงานมาก ซึ่งกลุ่มเหล่านี้สามารถเป็นกลุ่มทางการหรือไม่ทางการ และมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเลือกซื้อสินค้าและแบรนด์ 4) อิทธิพลจากกลุ่มเสมือน (Virtual Groups) หรือสังคมเสมือนที่เกิดจากการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้บริโภคสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ 5) อิทธิพลจากผู้ที่มีชื่อเสียง (Celebrity) เช่น นักร้อง นักแสดง หรือนักกีฬาที่มีอิทธิพลอย่างมากในการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากภาพลักษณ์และความสำเร็จของพวกเขาช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า 6) อิทธิพลจากผู้เชี่ยวชาญ (The Expert) เช่น ทันตแพทย์ แพทย์ หรือวิทยาศาสตร์ ที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า เพราะความเชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ 7) อิทธิพลจากผู้บริหารหรือพนักงาน (The Executive and Employee) ผู้บริหารที่มีชื่อเสียงหรือความสำเร็จ สามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าใหม่ของผู้บริโภค และ 8) การใช้บุคคลทั่วไป (The Common Man) บุคคลที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มเป้าหมายช่วยเสริมสร้างความเชื่อมโยงกับผู้บริโภค โดยการใช้บุคคลเหล่านี้ในการรับรองสินค้า อีกทั้งงานวิจัยของนพจักรณ์ สายะโสภณ (2561) พบว่า ผู้มีชื่อเสียงและกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการ

ตัดสินใจซื้อสินค้าแนวสปอร์ต สอดคล้องกับงานของ โชติกา ชินธนนท์ (2559) ที่พบว่า “กลุ่มอ้างอิง” มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเลียนแบบแบรนด์เนม แม้ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงความเสี่ยง ผลการศึกษาข้างต้นสนับสนุนสมมติฐานของงานวิจัยนี้ที่ว่า “การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง” ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะในบริบทของการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งผู้บริโภคอาจได้รับอิทธิพลจากอินฟลูเอนเซอร์ ความคิดเห็นจากผู้ใช้คนอื่น หรือกลุ่มเพื่อนในโซเชียลมีเดีย ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเรื่องกลุ่มอ้างอิงนี้มาใช้กำหนดเป็นตัวแปรต้น (Independent Variable) และใช้จำแนกประเภทกลุ่มอ้างอิงในแบบสอบถาม เพื่อศึกษารูปแบบการคล้อยตามที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา

ดังนั้นการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและเพิ่มการยอมรับในสินค้าหรือบริการ การที่ผู้บริโภคสามารถเห็นว่าคนกลุ่มอ้างอิงมีความคิดเห็นและทัศนคติที่ดีต่อสินค้า จะช่วยกระตุ้นให้พวกเขามีความเชื่อมั่นมากขึ้นในการตัดสินใจซื้อ อีกทั้งการเข้าใจและการใช้กลุ่มอ้างอิงในกลยุทธ์การตลาดจึงนับเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยเสริมสร้างการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและสามารถนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้าได้

4.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ศศิชา กัณทพงษ์ (2561) อธิบายว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคหมายถึงการกระทำหรือการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่เกิดจากกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุดในการตอบสนองความต้องการของตน การตัดสินใจเหล่านี้ได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยา สังคม วัฒนธรรม และลักษณะเฉพาะบุคคล กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลักที่สำคัญ 1) ขั้นตอนแรกคือ การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสถานการณ์ที่เป็นอุดมคติหรือสิ่งที่ต้องการกับสภาพที่เป็นอยู่ การตระหนักถึงปัญหานี้เป็นจุดเริ่มต้นที่กระตุ้นให้บุคคลมองหาทางเลือกหรือวิธีการที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ 2) ขั้นตอนที่สองคือ การเสาะแสวงหาข้อมูล ซึ่งเริ่มต้นจากการค้นหาข้อมูลภายในตัวเอง (Internal Search) หากข้อมูลที่มีไม่เพียงพอก็จะขยายไปยังแหล่งข้อมูลภายนอก (External Search) เช่น การขอคำแนะนำจากผู้อื่นที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ 3) ขั้นตอนที่สามคือ การประเมินผลทางเลือก โดยผู้บริโภคจะพิจารณาคุณสมบัติ ราคา คุณภาพ และความคุ้มค่าในการเลือกสินค้าหรือบริการ นักการตลาดจึงจำเป็นต้องทำให้ผลิตภัณฑ์ของตนโดดเด่นเหนือคู่แข่ง โดยการสื่อสารคุณค่าและข้อดีของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค 4) ขั้นตอนที่สี่คือ การตัดสินใจซื้อ เมื่อผู้บริโภคเลือกสินค้าที่เหมาะสมกับความต้องการและข้อจำกัดของตน ในขั้นตอนนี้ นักการตลาดควรกระตุ้นการตัดสินใจซื้อโดยเน้นคุณค่าของสินค้า แม้ว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจแล้ว แต่ยังคงอาจลังเลจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนั้นการใช้โฆษณาที่ช่วยเร่งการตัดสินใจจะช่วยกระตุ้นให้การซื้อเกิดขึ้นเร็วขึ้น และ 5) ขั้นตอนที่ห้าคือ พฤติกรรมหลังการซื้อ เมื่อผู้บริโภคได้ใช้สินค้าหรือบริการ หากผลลัพธ์ตรงตามความคาดหวังจะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ แต่หากผลที่ได้รับไม่เป็นไปตามคาดหวัง จะทำให้เกิดความไม่พอใจ ซึ่งอาจทำให้หยุดใช้สินค้านั้น และอาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในครั้งถัดไป

4.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

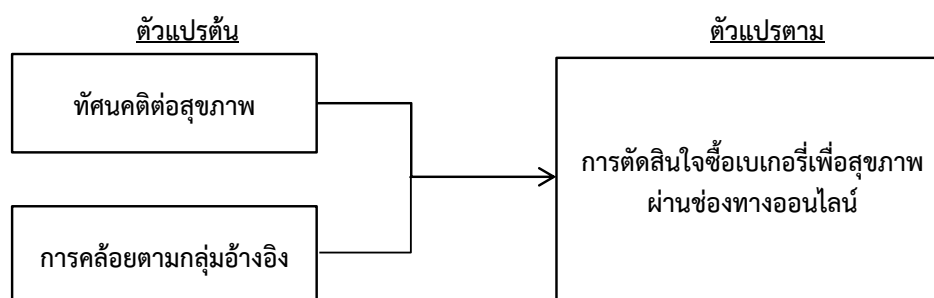
จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของสุนิสา วิมุกตานนท์ (2563) อิทธิพลของความไว้วางใจในผู้จำหน่ายและทัศนคติต่อการมีสุขภาพดีที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ตัวแปรต่าง ๆ เช่น การสร้างสุนทริยรส (Hedonic efforts) และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) มีความสัมพันธ์สูงสุด

กับความไว้วางใจในผู้จำหน่าย ตามด้วยชื่อเสียงที่ดี (Reputation) และความแตกต่างของสินค้า (Differentiation of the product) ที่มีผลในระดับรองลงมา ขณะที่ความได้เปรียบด้านราคามีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด นอกจากนี้ ความไว้วางใจที่เกิดจากการรับข้อมูลจากอินฟลูเอนเซอร์และกลุ่มอ้างอิงต่าง ๆ ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในช่องทางออนไลน์มีอิทธิพลสำคัญในการตัดสินใจของผู้บริโภค อีกทั้งงานวิจัยของสุภารัตน์ วันเพ็ญ และคชภัก จิรวชิรพล (2563) ทศนคติและการตัดสินใจซื้อประกันภัยโรคมะเร็งของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปรต่าง ๆ เช่น ด้านความรู้สึก (Affective Component) มีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับการตัดสินใจซื้อประกันภัย ตามด้วยด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) ที่มีผลในระดับรองลงมา ขณะที่ด้านความเข้าใจ (Cognitive Component) มีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด นอกจากนี้ ความพึงพอใจที่เกิดจากการตระหนักถึงความสำคัญของประกันภัย เนื่องจากช่วยลดความเสี่ยงทางการเงิน หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน ช่วยให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อในอนาคต แสดงให้เห็นว่า การสร้างทัศนคติในด้านความรู้สึกให้ลูกค้ารู้สึกประโยชน์จนเกิดความพึงพอใจมีอิทธิพลสำคัญในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของนพจักรณ์ สายะโสภณ (2561) กลุ่มอ้างอิงและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อรูปแบบการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายแนวสปอร์ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเออร์แซนวัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปรต่าง ๆ เช่น กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและผู้มีชื่อเสียง มีอิทธิพลสูงที่สุดในการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายแนวสปอร์ต ตามด้วยกลุ่มเพื่อน ที่มีผลในระดับรองลงมา ขณะที่ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีความรู้มีอิทธิพลต่ำที่สุด นอกจากนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่มักจะใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายแนวสปอร์ต โดยแสดงให้เห็นว่า การใช้ผู้ที่มีชื่อเสียงเป็นกลุ่มอ้างอิงในการดึงดูดผู้บริโภคมีอิทธิพลสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อีกทั้งงานวิจัยของโชติกา ชินธนนันท์ (2559) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและการใช้งานต่อเนื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเลียนแบบแบรนด์เนมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปรต่าง ๆ เช่น การรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลสูงที่สุดในการตัดสินใจซื้อสินค้าเลียนแบบแบรนด์เนม ตามด้วยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีผลในระดับรองลงมา ขณะที่คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย คุณค่าด้านอารมณ์ความรู้สึก และความเป็นนวัตกรรมใหม่ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเลียนแบบแบรนด์เนม นอกจากนี้ ความนิยมตามเทรนด์มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก ถึงแม้จะรับรู้ว่าคุณค่าลอกเลียนแบบแบรนด์เนมอาจจะมีประสิทธิภาพไม่เท่าที่คาดหวังไว้ โดยแสดงให้เห็นว่า การใช้กลุ่มผู้มีอิทธิพลที่ทำให้ผู้บริโภคคล้อยตามจนเกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าเลียนแบบแบรนด์เนมมีอิทธิพลสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการวางกรอบแนวคิดของงานวิจัย โดยกำหนดให้ “ทัศนคติต่อสุขภาพ” และ “การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง” เป็นตัวแปรต้น ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อ “การตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์” ซึ่งเป็นตัวแปรตาม

5. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ทฤษฎีที่สนับสนุนกรอบแนวคิด ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านทัศนคติและปัจจัยทางสังคมด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ซึ่งอ้างอิงจากทฤษฎี (Buyer's Black Box) เป็นแนวคิดของฟิลิป คอตเลอร์ มาใช้ในการกำหนดตัวแปร แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ ระหว่างทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการตัดสินใจซื้อ

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคเบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นนิสิตของมหาวิทยาลัยพะเยา โดยนิสิตกลุ่มนี้เป็นประชากรเยาวชนระดับอุดมศึกษา ที่มีความตื่นตัวและใส่ใจสุขภาพมากขึ้น มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในชีวิตประจำวันสูงขึ้นตามกระแสสุขภาพในสังคม รวมถึงมีการใช้งานสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2566)

จากข้อมูลล่าสุดของระบบทะเบียนกลาง มหาวิทยาลัยพะเยา ในปีการศึกษา 2567 พบว่า มีนิสิตทั้งหมดจำนวน 23,177 คน ซึ่งประกอบด้วยนิสิตระดับปริญญาตรี บัณฑิตศึกษา และโครงการพิเศษต่าง ๆ มหาวิทยาลัยพะเยา (2567) อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ กลุ่มนิสิตที่ตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่ชัดได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณของบุญชม ศรีสะอาด (2535) ที่มีความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ในการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 385 คน

6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) รวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามสำหรับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจรายการ (Checklist) ประกอบด้วยจำนวนคำถาม 2 ข้อ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสุขภาพของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา มีลักษณะแบบสอบถามที่จะใช้คำถามโดยกำหนดเกณฑ์ประเมินที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่าโดยใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5 - Point Likert Scale) คือ เห็นด้วยมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพ มีลักษณะแบบสอบถามที่จะใช้คำถามโดยกำหนดเกณฑ์ประเมินที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่าโดยใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5 - Point Likert Scale) คือ เห็นด้วยมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพ มีลักษณะแบบสอบถามที่จะใช้คำถามโดยกำหนดเกณฑ์ประเมินที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่าโดยใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5 - Point Likert Scale) คือ เห็นด้วยมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

โดยใช้เกณฑ์ของเบสท์ (เบสท์, 2524: 182) ในการแปลค่าดังนี้

คะแนน 4.21 - 5.00	หมายถึง	ความคิดเห็นด้วยมากที่สุด
คะแนน 3.41 - 4.20	หมายถึง	ความคิดเห็นด้วยมาก
คะแนน 2.61 - 3.40	หมายถึง	ความคิดเห็นด้วยปานกลาง
คะแนน 1.81 - 2.60	หมายถึง	ความคิดเห็นด้วยน้อย
คะแนน 1.00 - 1.80	หมายถึง	ความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

6.3 การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและนำแบบสอบถามไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยการให้ อาจารย์ผู้สอนรายวิชาระเบียบวิธีวิจัยตรวจสอบเนื้อหา และทำการประเมินค่าสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และเลือกค่าความสอดคล้องมีค่าตั้งแต่ 0.66 ขึ้นไปหลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับแก้ไปใช้กับกลุ่มทดลองจำนวน 40 ชุด เพื่อทำการทดลองความเชื่อมั่นของแบบสอบถามและแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (ครอนบาค, 2513: 161) ตัวแปรปัจจัยทัศนคติต่อสุขภาพเท่ากับ .935 ตัวแปรปัจจัยทางสังคมการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเท่ากับ .948 ตัวแปรการตัดสินใจซื้อเท่ากับ .949 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามดังกล่าวมีความเชื่อมั่นในระดับดีมาก จึงมีความเหมาะสมในการนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้

6.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยมุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยพยากรณ์การตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตมหาวิทยาลัยพะเยาที่บริโภคเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพผ่านการสั่งซื้อออนไลน์ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2567 ถึงธันวาคม 2567 โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ซึ่งแจกจ่ายผ่านช่องทางกลุ่ม Facebook “Freshy UP65” และการลงพื้นที่ในมหาวิทยาลัยพะเยา โดยมีการชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดของการวิจัยแก่ผู้ตอบก่อนทุกครั้ง และขอความยินยอมในการเข้าร่วมวิจัย จากนั้นผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินยอมจะสแกน QR code เพื่อเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม ภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนจำนวน 385 ชุด ผู้วิจัยดำเนินการ ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ โดยตรวจสอบข้อมูลที่ ขาดหาย (missing data) และตรวจสอบ ข้อมูลสุดโต่ง (outliers) เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลมีความครบถ้วนและเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ

6.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่ามัชฌิมเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standardize) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อสุขภาพ และปัจจัยทางสังคม คือ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ โดยการใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การเลือกใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นแต่ละตัวกับตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันหรือไม่ และมีระดับความสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด ขณะที่การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ และเพื่อพยากรณ์แนวโน้มของพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

การเลือกใช้สถิติเหล่านี้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการทดสอบความสัมพันธ์และอธิบายอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ ทั้งนี้จะช่วยเพิ่มความชัดเจน ความสมเหตุสมผล และความน่าเชื่อถือให้กับกระบวนการวิจัยมากยิ่งขึ้น

7. ผลการวิจัย

7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม รวม 385 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 เพศชาย จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 และ LGBTQ+ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ซึ่งส่วนใหญ่ระดับการศึกษา ชั้นปีที่ 3 จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 รองลงมา คือ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 ชั้นปีที่ 1 จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 ชั้นปีที่ 4 จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และชั้นปีที่ 5 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

7.2 การวิเคราะห์ระดับทัศนคติต่อสุขภาพของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา

พบว่าทัศนคติต่อสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเบเกอรี่เพื่อสุขภาพมีราคาที่แพงกว่าเบเกอรี่ทั่วไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$) กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเบเกอรี่ที่ปราศจากน้ำมันหรือไขมันจากสัตว์เป็นทางเลือกที่ดีต่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$) กลุ่มตัวอย่างเลือกทานเบเกอรี่ที่ใช้วัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$) กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเบเกอรี่ที่ใช้แป้งข้าวกล้องมีไฟเบอร์สูงจะเป็นประโยชน์ต่อระบบย่อยอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$) กลุ่มตัวอย่างเลือกทานเบเกอรี่ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$) กลุ่มตัวอย่างเลือกทานเบเกอรี่ที่มีไขมันต่ำหรือแคลอรีต่ำเพราะช่วยรักษาสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$) กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเบเกอรี่เพื่อสุขภาพสามารถทดแทนเบเกอรี่ทั่วไปในชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่างได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$) กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเบเกอรี่เพื่อสุขภาพช่วยควบคุมน้ำหนักได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$) กลุ่มตัวอย่างมักทานเบเกอรี่เพื่อ

สุขภาพเพื่อช่วยลดความเสี่ยงต่อโรคต่าง ๆ เช่น โรคอ้วน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพเพราะต้องการลดน้ำหนัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$)

7.3 การวิเคราะห์ระดับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ

พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความนิยมมีส่วนให้กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$) กลุ่มตัวอย่างซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพที่มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารหรือโภชนาการ มีส่วนให้กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$) อินฟลูเอนเซอร์ที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ มีส่วนที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$) กลุ่มสังคมที่กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมในมหาวิทยาลัย มีส่วนให้กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ เช่น กลุ่มเพื่อน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.47$) นักร้องที่ชื่นชอบ มีส่วนให้กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$) กลุ่มตัวอย่างซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพเพราะเพื่อนแนะนำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$) ดาราที่ชื่นชอบ มีส่วนให้กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.42$) ความคิดเห็นของเพื่อนร่วมชั้น/รุ่น ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.36$) ครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างแนะนำให้ซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพมากกว่าเบเกอรี่ทั่วไป อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.36$) เพื่อนสนิท มีส่วนให้กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{x} = 1.09$)

7.4 การวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ

พบว่า การตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเพราะรสชาติของเบเกอรี่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$) กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพเพราะความสดใหม่ของวัตถุดิบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$) กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพเพราะเห็นว่ามีประโยชน์ทางโภชนาการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$) กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพเพราะต้องการมีสุขภาพที่ดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$) กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเบเกอรี่ที่มีแคลอรีต่ำหรือไขมันต่ำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$) กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพเพราะเป็นร้านที่ได้รับความนิยม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$) กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกเบเกอรี่เพื่อสุขภาพโดยคำนึงถึงการควบคุมน้ำหนัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$) กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพเพราะช่วยป้องกันโรค อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$) กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพเพราะได้รับข้อมูลการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพเพราะมีการโฆษณามากที่สุด เช่น Facebook อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$) อินฟลูเอนเซอร์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$) กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพตามคำแนะนำของครอบครัว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.48$)

7.5 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์

ตัวแปรต้น	การตัดสินใจ ชื่อ (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ทัศนคติต่อสุขภาพ	.843***	0.000	สัมพันธ์ในระดับสูง
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	.758***	0.000	สัมพันธ์ในระดับสูง
ทัศนคติต่อสุขภาพ ↔ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	.660***	0.000	สัมพันธ์ในระดับปานกลาง

หมายเหตุ *** $p < .001$

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พบว่า ตัวแปรทัศนคติต่อสุขภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ ($r = .843^{***}$) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงก็มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจซื้อในระดับสูงเช่นกัน ($r = .758^{***}$). นอกจากนี้ยังพบว่า ทัศนคติต่อสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในระดับปานกลาง ($r = .660^{***}$). ความสัมพันธ์ทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ทั้งทัศนคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงล้วนเป็นปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

Model	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Regression	192.880	2	96.440	687.955	.000 ^b
Residual	53.550	382	.140		
Total	246.431	384			

หมายเหตุ *** $p < .001$

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย พบว่าโมเดลการวิเคราะห์หามีค่า $F = 687.955$ และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p < .001$ ซึ่งบ่งชี้ว่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ทัศนคติต่อสุขภาพ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อ ได้อย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าโมเดลการพยากรณ์นี้มีความเหมาะสมและมีความน่าเชื่อถือในการอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบ Enter

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.073	.105		.700	.484
ทัศนคติต่อสุขภาพ	.664	.035	.607	19.101	.000***
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	.319	.028	.358	11.264	.000***
ค่าคงที่ = .073 , R = .885 ^a , R ² = .783 , F = 687.955 , SE _{est} = ±.37441					

Dependent Variable: DEC

หมายเหตุ ***p<.001

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอย พบว่า ตัวแปรอิสระทั้งสองตัว ได้แก่ ทัศนคติต่อสุขภาพ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p < .001$

ทัศนคติต่อสุขภาพมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแบบไม่มาตรฐาน (B) เท่ากับ .664 และแบบมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ .607 ซึ่งมีค่าสถิติ $t = 19.101$ และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .000)

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแบบไม่มาตรฐาน (B) เท่ากับ .319 และแบบมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ .358 โดยมีค่าสถิติ $t = 11.264$ และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .000)

นอกจากนี้ ค่า $R = .885$ และ $R^2 = .783$ แสดงว่าโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อได้ถึง 78.3% ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง และมีค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณการ (SE_{est}) เท่ากับ ±.37441

8. อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านทัศนคติต่อสุขภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกและสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยจากผลการวิเคราะห์ถดถอยพบว่า ทัศนคติต่อสุขภาพมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแบบมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ .607 ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลสูงสุดในการพยากรณ์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแบบไม่มาตรฐาน (B) เท่ากับ .664 ค่าสถิติ $t = 19.101$ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (Sig. = .000) สะท้อนให้เห็นว่า ทัศนคติเชิงบวกของผู้บริโภคที่เชื่อว่าเบเกอรี่เพื่อสุขภาพมีประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น ช่วยลดน้ำหนักหรือทดแทนของหวานทั่วไป มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์ และเคลเลอร์ (2559) ที่กล่าวว่าทัศนคติด้านสุขภาพเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างสำคัญ โดยผู้บริโภคมักใช้ความเชื่อเกี่ยวกับประโยชน์ทางสุขภาพของสินค้าเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพัตรา อำนวยเกียรติ (2559) ที่พบว่าทัศนคติต่อสุขภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากผู้บริโภคมีความเชื่อว่าอาหารเหล่านี้ช่วยป้องกันหรือบรรเทาโรค อย่างไรก็ตาม งานวิจัยฉบับนี้ได้แสดงให้เห็นในเชิงปริมาณอย่างชัดเจนว่าทัศนคติต่อสุขภาพมีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นการเสริมความหนักแน่นทางสถิติให้กับแนวคิดเดิม

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์ทางบวกและสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยผลการวิเคราะห์ถดถอยพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีค่า (Beta) เท่ากับ .358 ซึ่งแม้จะน้อยกว่าทัศนคติต่อสุขภาพ แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลชัดเจน โดยมีค่า (B) = .319 ค่าสถิติ $t = 11.264$ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (Sig. = .000) สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มอ้างอิง เช่น เพื่อน ครอบครัว อินฟลูเอนเซอร์ หรือผู้เชี่ยวชาญทางโภชนาการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของสแตฟฟอร์ด (2509) และแลนตัน (2554) ที่ระบุว่ากลุ่มอ้างอิงเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดค่านิยมและความเชื่อของผู้บริโภค อีกทั้งยังสนับสนุนผลการศึกษาโดยนพกรณ์ สายะโสภณ (2561) ที่พบว่า ผู้มีชื่อเสียงและกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกลุ่มเจนเออร์ซันวาย อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากงานวิจัยนี้ยังเสนอข้อค้นพบเพิ่มเติมที่น่าสนใจว่า “อินฟลูเอนเซอร์” และผู้มีชื่อเสียงจะมีอิทธิพลมากกว่าครอบครัว ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของสุพัตรา อำนวยเกียรติ (2559) ที่เน้นบทบาทของครอบครัวมากกว่า ข้อนี้สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล ที่ให้ความสำคัญกับข้อมูลและการชี้นำจากโซเชียลมีเดียมากกว่าวงครอบครัว

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์โมเดลถดถอยโดยรวมแสดงค่า $R = .885$ และ $R^2 = .783$ หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพได้ถึง 78.3% ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูงมาก และมีค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณการ (SE_{est}) เท่ากับ ± 3.7441 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความแม่นยำของแบบจำลองในการพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อของกลุ่มตัวอย่าง

9. สรุปผลการวิจัยและองค์ความรู้ใหม่

9.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสุขภาพในการเลือกซื้อเบเกอรี่โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ ได้แก่ ราคา วัตถุดิบเพื่อสุขภาพ คุณค่าทางโภชนาการ และเบเกอรี่ที่ปราศจากไขมันจากสัตว์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มองว่าเบเกอรี่เพื่อสุขภาพมีราคาสูงกว่าเบเกอรี่ทั่วไป แต่ยังให้ความสำคัญกับคุณค่าทางโภชนาการและการควบคุมน้ำหนัก นอกจากนี้ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพในระดับมาก โดยเฉพาะจากกระแสนิยม สื่อออนไลน์ และอินฟลูเอนเซอร์ ในขณะที่อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อนสนิทมีผลในระดับที่น้อยกว่า สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ รสชาติและความสดใหม่ของวัตถุดิบ รองลงมาคือประโยชน์ทางโภชนาการและความต้องการมีสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค

9.2 องค์ความรู้ใหม่

ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยมีการพิจารณาเรื่องคุณค่าทางโภชนาการและผลกระทบต่อสุขภาพมากกว่าปัจจัยด้านราคาตามแนวโน้มของสังคมที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น องค์ความรู้นี้แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และอินฟลูเอนเซอร์มีบทบาทอย่างมากในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะในกลุ่มที่ใส่ใจรูปร่างหรือมีเป้าหมายด้านการควบคุมน้ำหนัก ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อสุขภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และวางกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ เช่น การเน้นจุดเด่นของคุณค่าทางโภชนาการ การใช้วัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพ และการใช้ผู้เชี่ยวชาญหรืออินฟลูเอนเซอร์เป็นตัวกลางในการสื่อสาร เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น

10. ข้อเสนอแนะ

10.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ทักษะติดต่อสุขภาพและการตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะติดต่อสุขภาพมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษานี้ไปปรับใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดได้ โดยการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการของเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพ เช่น แป้งข้าวกล้องที่มีไฟเบอร์สูง ซึ่งช่วยส่งเสริมระบบย่อยอาหาร และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีไขมันและแคลอรีต่ำ การเข้าใจกระบวนการที่เกิดขึ้นในผู้บริโภค เช่น การได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม ครอบครัว และสื่อมวลชน จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบการสื่อสารที่ตอบโจทยพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น การใช้สื่อมวลชนและอินฟลูเอนเซอร์ก็สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า และช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ได้ง่ายขึ้น

2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและการตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ จากผลการวิจัยยังพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ โดยกลุ่มอ้างอิงอาจเป็นกลุ่มเพื่อน ครอบครัว หรือแม้แต่ผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น อินฟลูเอนเซอร์ในโลกออนไลน์ ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอ้างอิงสนับสนุน การเข้าใจถึงอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งสร้างความน่าเชื่อถือ เช่น การใช้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญหรืออินฟลูเอนเซอร์ในการยืนยันคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณค่าของเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพ และกระตุ้นให้เกิดการบอกต่อของผู้บริโภคในกลุ่มอ้างอิงของพวกเขาเอง การสร้างความน่าเชื่อถือและการใช้กลยุทธ์กลุ่มอ้างอิงนี้จึงสำคัญในการเพิ่มความเชื่อมั่นและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อในผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ

10.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้น จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะปัจจัยทัศนคติต่อสุขภาพและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา แต่ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ เช่น ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ หรือปัจจัยด้านการเมือง ซึ่งอาจมีผลกระทบที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพ ผลการศึกษาเหล่านี้จะช่วยให้สามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. การขยายขอบเขตการศึกษาในระดับที่กว้างขึ้น การวิจัยในครั้งนี้จำกัดการศึกษาเฉพาะนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งอาจไม่สะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโภคในวงกว้าง ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังผู้บริโภคทั่วไปในช่วงวัยทำงาน หรือกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในบริบทที่หลากหลายมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเหล่านี้จะช่วยให้การวิจัยในอนาคตสามารถขยายขอบเขตและครอบคลุมปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอร์รี่เพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ได้ดีขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จุฬามาศ ชุนถนอม. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำสมุนไพรศูนย์แคลอรีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- โชติกา ชินธนนันท์. (2559). การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและการใช้งานต่อเนื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเลียนแบบแบรนด์เนมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นพกรณ์ สายะโสภณ. (2561). กลุ่มอ้างอิงและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อรูปแบบการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายแนวสปอร์ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- มหาวิทยาลัยพะเยา. (2567). รายงานจำนวนนิสิตปัจจุบัน (ข้อมูลสถิติประจำปีการศึกษา 2567). สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2567. จาก <https://reg.up.ac.th/statistic/student/stdrpt0001> .
- ศศิชา กัณทพงษ์. (2561). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อข้าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). Food Delivery ปี 2565 ขยายตัวต่อเนื่องผู้ให้บริการแอปพลิเคชันรุกพื้นที่ต่างจังหวัด ขยายฐานลูกค้าใหม่ (กระแสนรศน์ ฉบับที่ 3289). สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2567. จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/Food-Delivery-z3289.aspx>.
- สุชาดา ต้นบุญเจริญ. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุนิษฐา เศรษฐีธร. (2562). รายงานตลาดอาหารในประเทศไทยร้านกาแฟ ศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. ส.ก.บ. น. อ. ห. ร. . สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2567 . จาก https://ficnf.or.th/upload/market_overview/Rep_Cafe_15.01.62.pdf.
- สุนิสาวิมุกตานนท์. (2563). อิทธิพลของความไว้วางใจผู้จำหน่ายบนสื่อสังคมออนไลน์และทัศนคติต่อการมีสุขภาพดีที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อเบเกอรี่เพื่อสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุภารัตน์ วันเพ็ญ และ คชภัก จิรวรรพ. (2563). ทัศนคติและการตัดสินใจซื้อประกันภัยโรคมะเร็งของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 3(1), 97-110.

- สุพัตรา อำนวยเกียรติ. (2559). *ทัศนคติต่อสุขภาพ รูปแบบการดำเนินชีวิตและการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *รายงานสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของคนไทย พ.ศ. 2566*. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2567. จาก <https://www.nso.go.th/> .
- สถาบันอาหาร. (2565). *ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ขนมอบ ปี 2565*. สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2567. จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/Food-Delivery-z3289.aspx>.
- Best, J. W. (2524). *Research in Education* (3rd ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Brown, J., & Smith, A. (2565). The Role of Quantitative Finance in Financial Market Analysis and Decision-Making. *Financial Analysts Journal*, 45, 45-60.
- Cronbach, L. J. (2513). *Essentials of Psychological Testing* (3rd ed.). New York: Harper & Row.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2565). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2559). *Marketing Management* (15th ed.). Edinburgh: Pearson Education.
- Lanton, G. P. (2554). *Consumer behavior in action: Real life applications for marketing manager*. New York: M. E. Sharpe.
- Stafford, J. E. (1966). Effects of group influences on consumer brand preferences. *Journal of Marketing Research*, 3(1), 68-75.
- Tyagi, C. L., & Kumar, A. (2547). *Consumer behavior*. New Delhi: Mehra Offset.

การศึกษาปัญหาการดำเนินงานสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การให้บริการลูกค้า พื้นที่ศึกษาสาขาในสังกัดเขตชลบุรี

Study of loan operation problems of the Government Housing Bank to improve
customer service strategies in the study area of branches under the Chonburi area

ศิริเพ็ญ ภูทอง^{1*} และรัชดา ฐูปทอง²

Siripen Putong^{1*} and Ratchada Toopthong²

Received: 31 July 2025

Revised: 24 August 2025

Accepted: 27 August 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ปัญหาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี 2) ศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมลูกค้าและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อที่อยู่อาศัย และ 3) เสนอแนวทางเพิ่มยอดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี ใช้รูปแบบผสมผสาน ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้างกับผู้บริหารและพนักงานสินเชื่อจำนวน 5 คน และนำผลมาวิเคราะห์ด้วยแผนผังก้างปลา และการวิเคราะห์ห้วงค์กรทั้งภายในภายนอกพร้อมกับทาวส์เมตริก เพื่อหาแนวทางเชิงกลยุทธ์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านปัญหาการดำเนินงาน ได้แก่ บุคลากร ซึ่งขาดความเชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์สินเชื่อ มีภาระงานมาก และขาดทักษะการให้คำปรึกษาที่ชัดเจน วิธีการและขั้นตอน ซึ่งมีความซับซ้อนหลายชั้น ตรวจสอบเอกสารล่าช้า และไม่มีการติดตามสถานะสินเชื่อแบบเรียลไทม์ และสภาพแวดล้อม ซึ่งรวมถึงภาวะเศรษฐกิจถดถอย คู่แข่งจากธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการรวดเร็วกว่า และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเน้นช่องทางออนไลน์ 2) ด้านปัจจัยเชิงพฤติกรรมและคุณภาพการบริการ พบว่า ทั้งปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้กู้ และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่า R^2 ต่ำมาก แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ศึกษานั้นไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจได้อย่างเพียงพอ และ 3) ด้านแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่เสนอแนะ ได้แก่ ประการที่หนึ่งการยกระดับบุคลากรให้สามารถทำหน้าที่เป็น “ที่ปรึกษาทางการเงิน” โดยให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สินเชื่อและพัฒนาทักษะการสื่อสารอย่างมืออาชีพ ประการที่สองการพัฒนาช่องทางออนไลน์

¹ นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Student, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Lecturer, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce

E-mail: evelemon2527@gmail.com, Tel. 0860616328 * Corresponding Author

ให้ครอบคลุมการยื่นขอสินเชื่อและการติดตามผลแบบเรียลไทม์ และประการที่สามการปรับลดขั้นตอนภายในเพื่อเพิ่มความรวดเร็วและความโปร่งใสในการให้บริการ

คำสำคัญ : งานสินเชื่อ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ กลยุทธ์การให้บริการ

ABSTRACT

This research aimed to 1) analyze problems affecting the housing loan operations of the Government Housing Bank, Chonburi branch; 2) study factors in customer behavior and service quality that influence the decision to apply for a housing loan; and 3) propose ways to increase the loan approval of the Government Housing Bank, Chonburi branch. A mixed-method approach was employed. The quantitative research used a sample of 400 loan users of the Government Housing Bank, Chonburi branch. Data were collected using questionnaires and analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The qualitative research used semi-structured in-depth interviews with five loan executives and staff. The results were analyzed using fishbone diagrams and internal and external organizational analysis, along with trend metrics, to find strategic approaches.

The research findings revealed: 1) operational problems, including personnel lacking expertise in credit analysis, heavy workloads, and lacking clear consulting skills; complex and multi-layered procedures and processes; delayed document review and the absence of a real-time loan status tracking system; and environmental factors, including the economic downturn, competitors from commercial banks providing faster service, and consumer behavior shifting toward online channels. 2) behavioral factors and service quality: Neither borrower behavior nor service quality factors significantly influenced loan application decisions at the 0.05 level, with a very low R^2 value, indicating that the studied factors could not adequately explain decision-making behavior. 3) suggested strategic approaches include: first, upgrading personnel to serve as "financial advisors" by providing knowledge about loan products and developing professional communication skills; second, developing online channels to cover loan application and real-time follow-up; and third, streamlining internal procedures to increase service speed and transparency.

Keywords: Credit Operations, Government Housing Bank, Customer Service Strategies

1. บทนำ

ภาพรวมธุรกิจในปี 2568 อุตสาหกรรมสินเชื่อที่อยู่อาศัยของไทยเผชิญกับความท้าทายจากอัตราดอกเบี้ยที่ยังอยู่ในระดับสูง หนี้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น และกำลังซื้อของประชาชนที่ลดลง แม้ว่าธนาคารแห่งประเทศไทยจะผ่อนคลายกฎเกณฑ์สินเชื่อและภาครัฐออกมาตรการสนับสนุน เช่น การปล่อยสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ แต่ความต้องการสินเชื่อที่อยู่อาศัยยังคงซบเซา โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย ผู้ประกอบการในภาคสหกรณ์จึงต้องปรับกลยุทธ์เพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2568) ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ว่าสินเชื่อในระบบธนาคารพาณิชย์ไทยปี 2568 จะเติบโตเพียง 0.6% ซึ่งแม้จะพลิกฟื้นจากการหดตัวในปีก่อนหน้านี้ แต่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ โดยสินเชื่อธุรกิจมีแนวโน้มขยายตัวได้เล็กน้อย ขณะที่สินเชื่อรายย่อยยังคงหดตัวต่อเนื่องจากปัญหานี้ครัวเรือนและรายได้ที่ฟื้นตัวช้า นอกจากนี้ ภาวะเศรษฐกิจไทยยังเผชิญความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก ทำให้แนวโน้มการเติบโตของ GDP อาจต่ำกว่าที่คาดไว้ที่ 2.4%

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ ในการส่งเสริมให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ซึ่งธนาคารได้ดำเนินโครงการสินเชื่อที่อยู่อาศัย และบริการทางการเงินหลากหลายรูปแบบ เช่น สินเชื่อที่อยู่อาศัย เงินฝาก สลากออมทรัพย์ อีกทั้งธนาคาร ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินในรูปแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจของธนาคาร ซึ่งโครงสร้างของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ประกอบด้วย ฝ่าย/สำนัก/ภาค/ศูนย์/เขต/สาขา ซึ่งสาขาในสังกัดเขตชลบุรี อยู่ในสังกัด สายงานภูมิภาค 3 ภาคตะวันออก สำนักงานเขตมีหน้าที่และความรับผิดชอบ บริหาร วางแผนและควบคุม ดูแลสาขา และกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้เป็นไปตามนโยบายของธนาคาร สาขาในสังกัดเขตชลบุรี ประกอบไปด้วย 5 สาขา ในสังกัด ได้แก่ สาขาชลบุรี สาขาศรีราชา สาขามอมตะนคร สาขานันทบุรี และสาขานันทนิคม แต่ละสาขามีหน้าที่ความรับผิดชอบให้บริการและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าด้านการเงิน และสินเชื่อ โดยเฉพาะด้านสินเชื่อที่มุ่งเน้นการช่วยเหลือลูกค้ากลุ่มผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ให้สามารถเข้าถึงสินเชื่อที่อยู่อาศัยได้ง่าย และให้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจของธนาคาร

ปัจจุบันธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี มีหน้าที่ปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้กับประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี ได้ประสบปัญหาด้านการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด แม้ว่าพื้นที่ดังกล่าวจะอยู่ในเขตพื้นที่อุตสาหกรรมที่มีแรงงานจำนวนมากและมีความต้องการที่จะมีบ้านที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองก็ตาม จากรายงานยอดสินเชื่อปล่อยใหม่ในปี 2566 และ ปี 2567 สาขาในสังกัดเขตชลบุรี ได้รับผลกระทบประสบปัญหาในการดำเนินงาน ด้านการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย ไม่สามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ อาจเกิดจากผลกระทบ หรือปัจจัยแวดล้อมหลายๆอย่าง จึงทำให้อัตราการปล่อยสินเชื่อไม่บรรลุตามเป้าหมาย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปภาพรวมการปล่อยสินเชื่อในปี 2566 และ 2567 ดังนี้ ในปี 2566 สาขาในสังกัดเขตชลบุรี สามารถปล่อยยอดสินเชื่อได้จำนวน 8,326.53 ล้านบาท คิดเป็นผลต่าง -192.47 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ -2.26 ของเป้าหมาย (สรุปข้อมูลประกอบตามตารางที่ 1.1) และ ในปี 2567 สาขาในสังกัดเขตชลบุรี สามารถปล่อยยอดสินเชื่อได้จำนวน 7,301.60 ล้านบาท คิดเป็นผลต่าง -1,263.28 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ -14.75 ของเป้าหมาย (สรุปข้อมูลประกอบตามตารางที่ 1.2) (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2568)

ตารางที่ 1.1 ปี 2566 ได้รับเป้าหมายการปล่อยสินเชื่อรวมทั้งสำนักงานเขตอยู่ที่ 8,519 ล้านบาท

สาขา	เป้าหมายที่ได้รับ	ยอดที่สาขาทำได้	ผลต่าง
สาขาชลบุรี	2,230.00	2,132.89	-97.11
สาขาศรีราชา	2,221.00	2,149.02	-71.97
สาขามตะนกร	1,573.00	1,359.41	-213.59
สาขานนบ่ง	1,571.00	1,849.73	278.73
สาขานนสนคม	924.00	835.48	-88.52

ที่มา : ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2568)

** หน่วย:ล้านบาท

ตารางที่ 1.2 ปี 2567 ได้รับเป้าหมายการปล่อยสินเชื่อรวมทั้งสำนักงานเขตอยู่ที่ 8,564.88 ล้านบาท

สาขา	เป้าหมายที่ได้รับ	ยอดที่สาขาทำได้	ผลต่าง
สาขาชลบุรี	2,241.87	1,947.95	-293.92
สาขาศรีราชา	2,232.78	1,878.67	-354.11
สาขามตะนกร	1,581.21	1,156.12	-425.09
สาขานนบ่ง	1,580.30	1,560.00	-20.30
สาขานนสนคม	928.73	758.85	-169.88

ที่มา : ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2568)

** หน่วย:ล้านบาท

จากข้อมูลในตารางที่ 1.1 และ ตารางที่ 1.2 ดังกล่าว พบว่าการปล่อยสินเชื่อย้อนหลัง 2 ปีที่ผ่านมา ทำให้ทราบถึงสถานการณ์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี ยังคงน่าเป็นห่วง ถ้าในปี 2568 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี ยังไม่สามารถปล่อยสินเชื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย อาจทำให้มีผลกระทบต่อภาพรวมของการปล่อยสินเชื่อทั้งธนาคาร ซึ่งธนาคารอาจต้องพบสภาวะการขาดทุนสะสม ส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินของธนาคารโดยรวมได้ การปล่อยสินเชื่อไม่ให้เป็นไปตามเป้าหมายอาจเกิดจากปัจจัยแวดล้อมหลายๆ อย่าง

ปัจจุบันธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) ต้องเผชิญกับความท้าทายจากการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะจากธนาคารพาณิชย์ที่หันมาให้ความสนใจตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและปานกลางมากขึ้น ทั้งยังมีการนำเสนอเงื่อนไขและโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจลูกค้า เช่น การยกเว้นค่าประเมินหรือค่าจดจำนอง เป็นสิ่งที่ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้กู้ได้โดยตรง นอกจากนี้ การอนุมัติสินเชื่อและการกำหนดอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธอส. ยังมีข้อจำกัดด้านความยืดหยุ่น เนื่องจากเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจในสังกัดกระทรวงการคลัง ทำให้ต้องยึดตามกฎระเบียบและมาตรฐานที่กำหนดไว้ แตกต่างจากธนาคารพาณิชย์ที่สามารถปรับเงื่อนไขหรือเสนอดอกเบี้ยพิเศษให้กับลูกค้าได้ตามความเหมาะสม อีกทั้งในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การพัฒนาระบบของ ธอส. อาจยังไม่เทียบเท่ากับ

ธนาคารพาณิชย์ ส่งผลให้ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกสบายในระดับเดียวกัน และมีแนวโน้มที่จะเปรียบเทียบและเลือกใช้บริการจากสถาบันการเงินที่สามารถให้บริการได้รวดเร็วและครบถ้วนกว่า ขณะเดียวกัน ธนาคารพาณิชย์ยังมีจำนวนสาขาที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และมีบุคลากรเพียงพอรองรับลูกค้า ส่งผลให้ผู้ใช้บริการไม่ต้องเดินทางไกล และได้รับการดูแลอย่างทั่วถึง สร้างความพึงพอใจและอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ นอกจากนี้ พฤติกรรมการซื้อของลูกค้ายังเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะเศรษฐกิจ โดยเฉพาะปัญหาหนี้สินครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงมาตรการเกณฑ์ LTV ของธนาคารแห่งประเทศไทย มีผลกระทบต่อผู้ที่ต้องการกู้สินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเป็นสัญญาที่สองหรือสาม ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัญหาการดำเนินงานสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงกลยุทธ์การให้บริการลูกค้าในพื้นที่สาขาที่สังกัดเขตชลบุรี เนื่องจากชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ เป็นศูนย์กลางของภาคตะวันออกที่มีฐานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ การลงทุนจากทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเมืองและมีความต้องการด้านที่อยู่อาศัยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม แม้จะมีความต้องการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในระดับสูง แต่ยังคงพบปัญหาในการเข้าถึงสินเชื่อ โดยเฉพาะกลุ่มแรงงานและพนักงานในภาคอุตสาหกรรมที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง อาจติดข้อจำกัดด้านเงื่อนไขการพิจารณาสินเชื่อของธนาคาร การเลือกพื้นที่เขตชลบุรีเป็นพื้นที่ศึกษา จึงมีความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม เพราะเป็นพื้นที่ที่มีความต้องการสินเชื่อจริง แต่การเข้าถึงสินเชื่อยังมีอุปสรรค หากสามารถปรับปรุงกลยุทธ์การให้บริการและพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้ ก็จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ตลอดจนเพิ่มยอดสินเชื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อวิเคราะห์ปัญหาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมลูกค้าและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อที่อยู่อาศัย
- 2.3 เพื่อเสนอแนวทางเพิ่มยอดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรีให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าและสภาพแวดล้อมธุรกิจปัจจุบัน

3. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัญหาการดำเนินงานสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การให้บริการลูกค้า พื้นที่ศึกษาสาขาในสังกัดเขตชลบุรี โดยมีการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าตามแนวคิดของ Philip Kotler (1997) มุ่งเน้นทำความเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อนำไปสู่การวางกลยุทธ์การตลาดที่ตอบสนองความพึงพอใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้กรอบคำถาม 6Ws และ 1H ได้แก่ ใคร (Who) คือกลุ่มเป้าหมายที่สามารถวิเคราะห์จากประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์

จิตวิทยา และพฤติกรรม, อะไร (What) คือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ เช่น คุณสมบัติสินค้า โลโก้สไตล์ หรือความคาดหวัง, ที่ไหน (Where) คือช่องทางที่ลูกค้าเข้าถึงสินค้า เช่น ร้านค้า เว็บไซต์ หรือโซเชียลมีเดีย, เมื่อไร (When) คือช่วงเวลาของลูกค้าตัดสินใจซื้อ เช่น ฤดูกาลหรือโอกาสพิเศษ, ทำไม (Why) คือเหตุผลที่ลูกค้าเลือกซื้อ ซึ่งสัมพันธ์กับปัจจัยด้านจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรม, ใครมีอิทธิพล (Whom) เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือ Influencer และ อย่างไร (How) คือขั้นตอนการตัดสินใจตั้งแต่การรับรู้ปัญหา ค้นหาข้อมูล ประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ จนถึงพฤติกรรมหลังการซื้อ แนวคิดดังกล่าวจึงช่วยให้การตลาดเข้าใจลูกค้าเชิงลึกและพัฒนากลยุทธ์ที่ตรงใจผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ในด้านคุณภาพการบริการ แนวคิดของ Ananthanarayanan Parasuraman และ Grewal (2000) อธิบายว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าและเป็นตัวสร้างความจงรักภักดีต่อองค์กร โดยคุณภาพการบริการแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความมั่นใจ (Assurance) ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และการตอบสนอง (Responsiveness) ซึ่งทั้งหมดล้วนมีบทบาทสำคัญในการยกระดับมาตรฐานการบริการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง

กระบวนการตัดสินใจถือเป็นหัวใจสำคัญในการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะในกระบวนการเลือกสินค้าและบริการที่ไม่ได้สะท้อนเพียงการเลือกสิ่งที่เหมาะสมที่สุดเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการทางจิตวิทยาและปัจจัยแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จากแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) กระบวนการดังกล่าวประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior) ซึ่งล้วนเป็นพื้นฐานสำคัญในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจและส่งเสริมความภักดีของลูกค้าในระยะยาว

ขณะเดียวกัน เครื่องมือการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เช่น SWOT Analysis เป็นอีกหนึ่งแนวทางสำคัญที่ใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่มีผลต่อศักยภาพการดำเนินงาน (ธนภณ นิธิเชาวกุล, 2565) สามารถนำไปกำหนดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเมื่อเชื่อมโยงกับ TOWS Matrix ตามแนวคิดของ ชูติมา วุฒิชัย (2561) จะช่วยให้ได้ยุทธศาสตร์ทางเลือก 4 รูปแบบ ได้แก่ (SO) กลยุทธ์เชิงรุก (WO) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (ST) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT) กลยุทธ์เชิงรับ ที่สอดคล้องกับสภาพจริงขององค์กร อันเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การวางแผนเชิงกลยุทธ์มีความหลากหลายและตอบสนองต่อสถานการณ์ได้ครอบคลุมมากขึ้น

นอกจากนี้ การวิเคราะห์ปัญหาในเชิงลึกสามารถทำได้ผ่าน ทฤษฎีกระดูกปลา (Fish Bone Diagram) หรือผังอิชิกาวา (Ishikawa Diagram) อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหากับสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดปัญหานั้น โดยการแยกปัจจัยต่าง ๆ ออกเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน ทำให้องค์กรสามารถระบุสาเหตุของปัญหาและหาแนวทางแก้ไขได้ตรงจุด (คณินันต์ พุ่มเก๋า, 2564) ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากในการพัฒนาคุณภาพการบริการและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรในภาพรวม

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสินค้าที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี จำนวน 4,297 คน (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2568)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณของ Taro Yamane (1973) เพื่อหาขนาดกลุ่ม ตัวอย่างที่ค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบบกำหนดสัดส่วน (Proportionate) จำแนกตามธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

3. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้บริหารและพนักงานสินเชื่อ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี จำนวน 5 คน ด้วยวิธีเจาะจง (purposive sampling) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับสาเหตุและเสนอแนวทางเพื่อยอดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าและสภาพแวดล้อมธุรกิจปัจจุบัน

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการตีความข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Interpret) เพื่อนำไปสู่การเรียบเรียงระบบข้อมูล (Organize the Data) และสรุปข้อค้นพบ (Conclusions) เพื่อหาสาเหตุ และแนวทางเพื่อยอดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี โดยแบบสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อหาสาเหตุและแนวทางเพื่อยอดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือวัด คือ แบบสอบถาม เพื่อทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยแบบสอบถามดังกล่าว ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ส่วนที่ 3 คุณภาพการให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี และส่วนที่ 4 การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี การวิเคราะห์การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยทำการวัดความเชื่อมั่นหรือความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามทั้งชุดได้ = 0.977

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการกับผู้ให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี จำนวน 400 คน ขั้นตอนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้ แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ Google Form เพื่อสะดวกในการกระจายแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และโดยในส่วนของการกระจายผ่าน Line Application ผู้วิจัยได้ประสานงานกับตัวแทนของแต่ละสาขา เพื่อส่งแบบสอบถามในรูปแบบ Google Form ให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยตัวแทนจะเป็นผู้เผยแพร่แบบสอบถามดังกล่าวผ่านทางกลุ่ม Line ของสาขางานตนเอง พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการตอบแบบสอบถามให้พนักงานทราบก่อนเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้จากการคัดเลือกบุคคลที่มีเหมาะสมกับการตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ด้วยการตีความ จากข้อมูลที่เป็นประเด็นสำคัญเพื่อให้ได้มาซึ่งสาเหตุของปัญหา และแนวทางเพื่อยอดการปล่อยสินเชื่ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าและสภาพแวดล้อมธุรกิจปัจจุบัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เป็นการไปโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การศึกษานี้ได้วิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาจากข้อมูลเชิงคุณภาพแบบปฐมนุภูมิ ข้อมูลเชิงปริมาณแบบปฐมนุภูมิ โดยใช้แผนผังก้างปลา (Fishbone diagram) แล้วนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

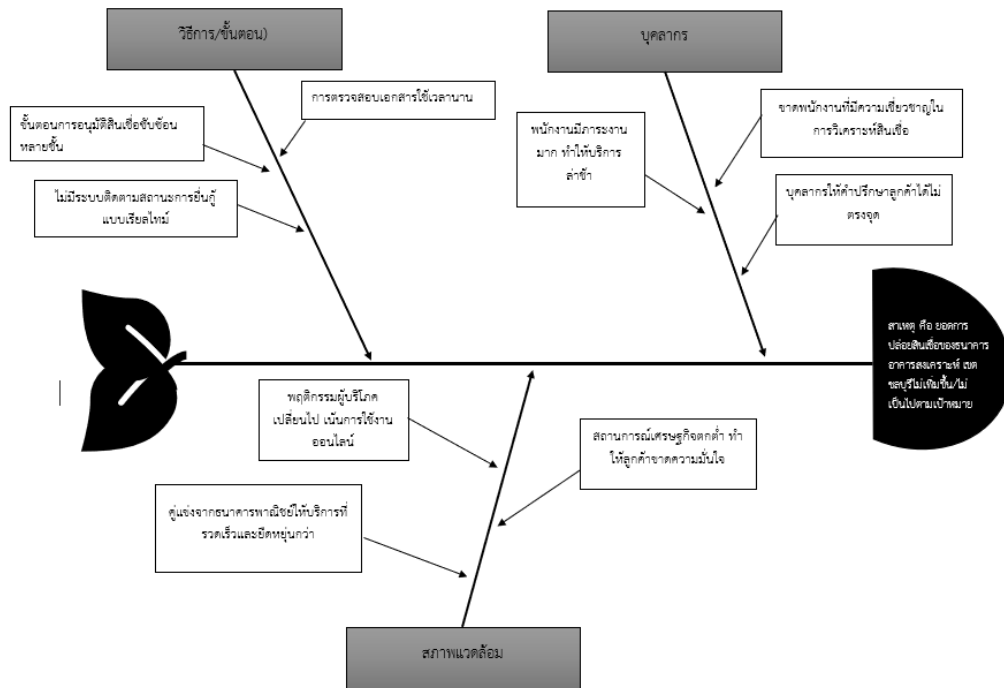
การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ผู้วิจัยจะนำมาจับคู่ความสัมพันธ์เพื่อกำหนดปัจจัยเชิงกลยุทธ์ (TOWS Matrix) จากทางเลือกใน 4 กลยุทธ์ 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) 2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) 3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) และ 4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) และจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ การวิเคราะห์พหุคูณถดถอย เกี่ยวกับการแนวทางเพื่อยอดการปล่อยสินเชื่ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี และนำมากำหนดแนวทาง 3 ทางเลือก แล้วนำมาประเมินข้อดีข้อเสียของแต่ละทางเลือก เพื่อเลือกทางเลือกที่เหมาะสม

การประเมินทางเลือกแต่ละแนวทางในการแก้ไขปัญหา จากแนวทางเลือกในการแก้ปัญหาทั้ง 3 แนวทาง ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการประเมินทางเลือกแต่ละแนวทางเพื่อนำมาพิจารณาแนวทางเลือกที่มีความเหมาะสมในการแก้ปัญหาได้มากที่สุด การประเมินทางเลือกจะให้การให้คะแนนว่าทางเลือกใดมีความสำคัญและเหมาะสมในการแก้ปัญหามากที่สุด โดยผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากผู้บริหารในการประเมินทางเลือกต่อไป

5. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรื่องการศึกษาค้นคว้าการดำเนินงานสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การให้บริการลูกค้า พื้นที่ศึกษาสาขาในสังกัดเขตชลบุรี มีดังนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ปัญหาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี พบว่า จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยอาศัยแบบสอบถามปลายเปิดและการประมวลผลเชิงเนื้อหา (content analysis) เพื่อนำเสนอในรูปแบบของแผนผังเหตุและผล (Fishbone Diagram) หรือแผนผังก้างปลา ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาเพื่อหาสาเหตุที่แท้จริง (root cause) ของปัญหาในระบบงาน พบว่า ปัญหาการดำเนินงานด้านสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี สามารถจัดกลุ่มออกเป็น 3 สาเหตุหลัก และ 9 สาเหตุรอง ดังนี้



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์แผนผังก้างปลา

สาเหตุหลักในการดำเนินงานสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในพื้นที่เขตชลบุรีในปัจจุบันมีมาตรฐานการดำเนินการที่สอดคล้องกันทั่วประเทศ โดยระบบออนไลน์เริ่มเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในบางขั้นตอน อย่างไรก็ตามยังพบว่าขั้นตอนด้านเอกสารมีความซับซ้อน ใช้ระยะเวลานาน และกระบวนการอนุมัติสินเชื่อมักเกิดความล่าช้า นอกจากนี้ การสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับลูกค้ายังไม่ชัดเจน ส่งผลให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนในการใช้บริการ ปัญหาและอุปสรรคที่พบประกอบด้วย ความไม่เข้าใจของลูกค้าในการเตรียมเอกสาร ระบบเทคโนโลยีของธนาคารยังเชื่อมต่อกันไม่สมบูรณ์ และบุคลากรขาดทักษะในการให้คำปรึกษาด้านการเงินแก่ลูกค้า ขณะที่ลูกค้ามักมีความคาดหวังสูงเกี่ยวกับความเร็วในการอนุมัติและอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าความเป็นจริง ในด้านความพึงพอใจของลูกค้าพบว่าลูกค้าบางส่วนแสดงความไม่พอใจเกี่ยวกับความล่าช้า ความยุ่งยากของขั้นตอน และการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ แม้ธนาคารจะมีระบบรับเรื่องร้องเรียน แต่ยังขาดแนวทางการตอบสนองเชิงรุกเพื่อแก้ไขปัญหาอย่างทันทีทันใด ธนาคารจึงได้วางแผนพัฒนา อาทิ การใช้ระบบดิจิทัลและแอปพลิเคชันมือถือ (Mobile Application) เพื่อให้บริการสะดวกมากยิ่งขึ้น การออกแคมเปญอัตราดอกเบี้ยพิเศษเพื่อดึงดูดลูกค้า การปรับปรุงทักษะของพนักงานให้สามารถทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางการเงิน รวมถึงการลดขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อโดยการนำเทคโนโลยีมาตรวจสอบข้อมูลอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกัน ธนาคารยังเผชิญกับปัจจัยภายนอกที่เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรค เช่น ความต้องการที่อยู่อาศัยที่ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง และการสนับสนุนจากภาครัฐผ่านนโยบายสินเชื่อ อย่างไรก็ตาม ธนาคารยังต้องรับมือกับการแข่งขันจากแอปพลิเคชันของสินเชื่อของสถาบันการเงินอื่นๆ สภาพเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวย อัตราดอกเบี้ยที่สูง และกฎระเบียบการอนุมัติสินเชื่อที่เข้มงวด ซึ่งล้วนมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปล่อยสินเชื่อโดยตรง

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมลูกค้าและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อที่อยู่อาศัย พบว่า จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตัวแปรด้านคุณภาพการ

ให้บริการทั้ง 5 ด้าน ไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าในเขตชลบุรีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์กำลังสอง (R Square) เท่ากับ 0.019 หรือคิดเป็นร้อยละ 1.9 ของความแปรปรวนทั้งหมด และค่าความมีนัยสำคัญของโมเดล (Sig.) เท่ากับ 0.183 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05

เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า มีเพียงตัวแปรด้าน การตอบสนองต่อผู้รับบริการ เท่านั้นที่มีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (Beta = 0.326) และค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.017) อยู่ในระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ขณะที่ตัวแปรด้านอื่นๆ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจ ความเป็นรูปธรรม และการดูแลเอาใจใส่ ไม่แสดงผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสะท้อนว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้อาจยังไม่ใช่ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าในพื้นที่ดังกล่าว ซึ่งอาจเกิดจากข้อจำกัดในการคัดเลือกตัวแปรที่ยังไม่ครอบคลุมพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างแท้จริง การกำหนดตัวแปรควรพิจารณาอิงจากกรอบคิดเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่ผ่านมา เพื่อให้สามารถระบุปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการตัดสินใจได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ อาจพิจารณาแนวทางในการปรับปรุงการวิจัย เช่น การเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่าง หรือคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างให้มีลักษณะที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของข้อมูล และทำให้แบบจำลองมีความแม่นยำและเสถียรในการทำนายมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางเพื่อยอดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าและสภาพแวดล้อมธุรกิจปัจจุบัน พบว่า

แนวทางที่ 1 การปรับปรุงกระบวนการอนุมัติสินเชื่อให้กระชับและลดขั้นตอน (สอดคล้องกับกลยุทธ์ WO – ใช้โอกาสเพื่อปรับปรุงจุดอ่อน) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อ โดยเฉพาะในส่วนที่มีความซับซ้อนและใช้ระยะเวลานาน เช่น การตรวจสอบเอกสาร การประสานงานระหว่างแผนก และกระบวนการอนุมัติหลายลำดับขั้น การลดขั้นตอนเหล่านี้สามารถทำได้โดยการออกแบบคู่มือกระบวนการใหม่ และนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการข้อมูลและติดตามสถานะของลูกค้าแบบเรียลไทม์ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าได้รับความสะดวก ลดระยะเวลาการพิจารณา และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ในภาพรวม ข้อดีของแนวทางที่ 1 ช่วยลดความล่าช้าในการให้บริการ เพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า และลดภาระงานที่ไม่จำเป็นของพนักงาน ข้อเสียของแนวทางที่ 1 อาจต้องใช้ทรัพยากรในการพัฒนาเครื่องมือหรือระบบใหม่ และมีความเสี่ยงหากการลดขั้นตอนมากเกินไปทำให้ขาดความรอบคอบในการประเมินสินเชื่อ

แนวทางที่ 2 ยกระดับทักษะของพนักงานให้สามารถเป็นที่ปรึกษาทางการเงินแก่ลูกค้า (สอดคล้องกับกลยุทธ์ WT – ลดจุดอ่อนเพื่อรับมือกับภัยคุกคาม) ด้วยความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความรวดเร็วและความชัดเจนในการตัดสินใจทางการเงิน การพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์สินเชื่อ รวมทั้งมีทักษะในการให้คำปรึกษาเชิงลึก จึงเป็นสิ่งจำเป็น พนักงานไม่เพียงแต่เป็นผู้ให้ข้อมูลพื้นฐาน แต่ควรทำหน้าที่เสมือน “ที่ปรึกษาทางการเงิน” ที่ช่วยประเมินความสามารถในการกู้ยืม แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม และช่วยวางแผนการเงินให้กับลูกค้า ข้อดีของแนวทางที่ 2 เพิ่มความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงส่งเสริมการ

สร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว ข้อเสียของแนวทางที่ 2 ต้องลงทุนในการอบรมอย่างต่อเนื่อง และผลลัพธ์อาจไม่เห็นได้ชัดในระยะเวลานาน หากไม่มีระบบติดตามหรือแรงจูงใจที่เหมาะสม

แนวทางที่ 3 พัฒนาช่องทางออนไลน์สำหรับการสมัครและติดตามผลสินเชื่อ (สอดคล้องกับกลยุทธ์ ST – ใช้จุดแข็งเพื่อลดผลกระทบจากภัยคุกคาม) ในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างมาก ธนาคารควรพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถรองรับการให้บริการด้านสินเชื่อแบบครบวงจร ได้แก่ การยื่นขอสินเชื่อ การอัปโหลดเอกสาร การตรวจสอบสถานะ และการติดต่อเจ้าหน้าที่ผ่านระบบดิจิทัล โดยอาศัยความน่าเชื่อถือในฐานะสถาบันการเงินของรัฐผนวกเข้ากับนวัตกรรมบริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์ที่มีบริการที่รวดเร็วและยืดหยุ่นกว่า ข้อดีของแนวทางที่ 3 เพิ่มความสะดวกและตอบโต้ภัยคุกคามผู้บริโภคยุคใหม่ ช่วยลดความแออัดที่สาขา และเพิ่มประสิทธิภาพในการประมวลผลสินเชื่อ ข้อเสียของแนวทางที่ 3 ต้องใช้เงินลงทุนและทรัพยากรทางเทคโนโลยีสูง และอาจมีลูกค้าบางกลุ่มที่ไม่ถนัดในการใช้เทคโนโลยี เช่น ผู้สูงอายุหรือผู้ไม่มีความรู้ด้านดิจิทัล

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาปัญหาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี ผู้วิจัยนำสรุปผลการศึกษามาอภิปรายได้ดังนี้

1. ปัญหาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี

จากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพและเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่า สาเหตุหลักในการดำเนินงานสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในพื้นที่เขตชลบุรีในปัจจุบันมีมาตรฐานการดำเนินการที่สอดคล้องกันทั่วประเทศ โดยระบบออนไลน์เริ่มเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในบางขั้นตอน อย่างไรก็ตามยังพบว่าขั้นตอนด้านเอกสารมีความซับซ้อน ใช้เวลานาน และกระบวนการอนุมัติสินเชื่อมักเกิดความล่าช้า นอกจากนี้ การสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับลูกค้ายังไม่ชัดเจน ส่งผลให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนในการใช้บริการ ปัญหาและอุปสรรคที่พบประกอบด้วย ความไม่เข้าใจของลูกค้าในการเตรียมเอกสาร ระบบเทคโนโลยีของธนาคารยังเชื่อมต่อกันไม่สมบูรณ์ และบุคลากรขาดทักษะในการให้คำปรึกษาด้านการเงินแก่ลูกค้า ขณะที่ลูกค้ามักมีความคาดหวังสูงเกี่ยวกับความเร็วในการอนุมัติและอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าความเป็นจริง ในด้านความพึงพอใจของลูกค้า พบว่าลูกค้าบางส่วนแสดงความไม่พอใจเกี่ยวกับความล่าช้า ความยุ่งยากของขั้นตอน และการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ แม้ธนาคารจะมีระบบรับเรื่องร้องเรียน แต่ยังขาดแนวทางการตอบสนองเชิงรุกเพื่อแก้ไขปัญหาอย่างทันทีทันใด ธนาคารจึงได้วางแผนพัฒนา อาทิ การใช้ระบบดิจิทัลและแอปพลิเคชันมือถือ (Mobile App) เพื่อให้บริการสะดวกมากยิ่งขึ้น การออกแคมเปญอัตราดอกเบี้ยพิเศษเพื่อดึงดูดลูกค้า การปรับปรุงทักษะของพนักงานให้สามารถทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางการเงิน รวมถึงการลดขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อโดยการนำเทคโนโลยีมาตรวจสอบข้อมูลอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกัน ธนาคารยังเผชิญกับปัจจัยภายนอกที่เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรค เช่น ความต้องการที่อยู่อาศัยที่ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง และการสนับสนุนจากภาครัฐผ่านนโยบายสินเชื่อ อย่างไรก็ตาม ธนาคารยังต้องรับมือกับการแข่งขันจากแอปเงินกู้นอกระบบ สภาพเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวย อัตราดอกเบี้ยที่สูง และกฎระเบียบการอนุมัติสินเชื่อที่เข้มงวด ซึ่งล้วนมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปล่อยสินเชื่อโดยตรง ปัจจัยเหล่านี้สอดคล้องกับงานวิจัยของดารินทรา มั่นธรม์ และธีรชักรณ อุดมรัตน์มณี (2564) และเขมิกา ฉายวิเชียร (2564) ที่ระบุว่าปัญหาสาเหตุที่ทำให้ไม่บรรลุเป้าหมายสินเชื่อปัญหาด้านบุคลากรไม่เพียงพอ ขาดทักษะด้านสินเชื่อ ไม่มีความเป็นมืออาชีพ ไม่มีการติดตามให้คำแนะนำแก่ลูกค้าและขาด

การประสานงานกับโครงการจัดสรรอย่างต่อเนื่อง การอนุมัติสินเชื่อล่าช้าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ และโครงการจัดสรรเปลี่ยนสาขาในการยื่นขอสินเชื่อทำให้ยอดสินเชื่อไม่เพิ่มขึ้นจนไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนด

2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมลูกค้าและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อที่อยู่อาศัย

จากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมลูกค้าและคุณภาพการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 เนื่องจากลูกค้ามีการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารจากปัจจัยหลักอื่น เช่น อัตราดอกเบี้ย ความสามารถในการกู้ผ่าน หรือเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่ตอบโจทย์เฉพาะด้านของลูกค้า มากกว่าการได้รับบริการที่ดีหรือพฤติกรรมบริการที่ประทับใจ นอกจากนี้ ธนาคารอาคารสงเคราะห์มีบทบาทเฉพาะในการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสำหรับประชาชนกลุ่มรายได้ปานกลางถึงต่ำ ซึ่งอาจไม่มีตัวเลือกมากนักในการเปรียบเทียบ ส่งผลให้คุณภาพการให้บริการและพฤติกรรมบริการเลือกใช้บริการของลูกค้าไม่ใช่ตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจในเชิงสถิติ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดา อินตะใจ (2567) ศึกษาภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตภาคเหนือตอนล่าง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตภาคเหนือตอนล่าง คิดเป็นร้อยละ 35.40 และเข้าใจลูกค้า และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตภาคเหนือตอนล่าง

3. แนวทางเพื่อยืดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาในสังกัดเขตชลบุรี ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าและสภาพแวดล้อมธุรกิจปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์ TOWS Matrix ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางแก้ไข 3 แนวทาง ได้แก่

แนวทางที่ 1 การปรับปรุงกระบวนการอนุมัติสินเชื่อให้กระชับและลดขั้นตอน (สอดคล้องกับกลยุทธ์ WO – ใช้โอกาสเพื่อปรับปรุงจุดอ่อน) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อ โดยเฉพาะในส่วนที่มีความซับซ้อนและใช้ระยะเวลานาน เช่น การตรวจสอบเอกสาร การประสานงานระหว่างแผนก และกระบวนการอนุมัติหลายลำดับขั้น การลดขั้นตอนเหล่านี้สามารถทำได้โดยการออกแบบคู่มือกระบวนการใหม่ และนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการข้อมูลและติดตามสถานะของลูกค้าแบบเรียลไทม์ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าได้รับความสะดวก ลดระยะเวลาการพิจารณา และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ในภาพรวม ข้อดีของแนวทางที่ 1 ช่วยลดความล่าช้าในการให้บริการ เพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า และลดภาระงานที่ไม่จำเป็นของพนักงาน ข้อเสียของแนวทางที่ 1 อาจต้องใช้ทรัพยากรในการพัฒนาเครื่องมือหรือระบบใหม่ และมีความเสี่ยงหากการลดขั้นตอนมากเกินไปทำให้ขาดความรอบคอบในการประเมินสินเชื่อ

แนวทางที่ 2 ยกระดับทักษะของพนักงานให้สามารถเป็นที่ปรึกษาทางการเงินแก่ลูกค้า (สอดคล้องกับกลยุทธ์ WT – ลดจุดอ่อนเพื่อรับมือกับภัยคุกคาม) ด้วยความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความรวดเร็วและความชัดเจนในการตัดสินใจทางการเงิน การพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์สินเชื่อ รวมทั้งมีทักษะในการให้คำปรึกษาเชิงลึก จึงเป็นสิ่งจำเป็น พนักงานไม่เพียงแต่เป็นผู้ให้ข้อมูลพื้นฐาน แต่ควรทำหน้าที่เสมือน “ที่ปรึกษาทางการเงิน” ที่ช่วยประเมินความสามารถในการกู้ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม และช่วยวางแผนการเงินให้กับลูกค้า ข้อดีของแนวทางที่ 2 เพิ่มความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงส่งเสริมการ

สร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว ข้อเสียของแนวทางที่ 2 ต้องลงทุนในการอบรมอย่างต่อเนื่อง และผลลัพธ์อาจไม่เห็นได้ชัดในระยะเวลาอันสั้น หากไม่มีระบบติดตามหรือแรงจูงใจที่เหมาะสม

แนวทางที่ 3 พัฒนาช่องทางออนไลน์สำหรับการสมัครและติดตามผลสินเชื่อ (สอดคล้องกับกลยุทธ์ ST – ใช้จุดแข็งเพื่อลดผลกระทบจากภัยคุกคาม) ในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างมาก ธนาคารควรพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถรองรับการให้บริการด้านสินเชื่อแบบครบวงจร ได้แก่ การยื่นขอสินเชื่อ การอัปโหลดเอกสาร การตรวจสอบสถานะ และการติดต่อเจ้าหน้าที่ผ่านระบบดิจิทัล โดยอาศัยความน่าเชื่อถือในฐานะสถาบันการเงินของรัฐผนวกเข้ากับนวัตกรรมบริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์ที่มีบริการที่รวดเร็วและยืดหยุ่นกว่า ข้อดีของแนวทางที่ 3 เพิ่มความสะดวกและตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ ช่วยลดความแออัดที่สาขา และเพิ่มประสิทธิภาพในการประมวลผลสินเชื่อ ข้อเสียของแนวทางที่ 3 ต้องใช้เงินลงทุนและทรัพยากรทางเทคโนโลยีสูง และอาจมีลูกค้าบางกลุ่มที่ไม่ถนัดในการใช้เทคโนโลยี เช่น ผู้สูงอายุหรือผู้ไม่มีความรู้ด้านดิจิทัล

แนวทางที่ค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของดารินทรา มั่นธรณ์ และธีรชรัณม์ อุดมรัตน์ (2564) การศึกษาปัญหาและนำเสนอแนวทางการเพิ่มยอดขายลูกค้าสินเชื่อสานฝันเกษตรกรรุ่นใหม่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาท่ามะพร้าว ผลการศึกษาพบว่า แนวทางในการแก้ปัญหาคือการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านทางตลาดแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อค้นหาและเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชนาธิป สกุน (2564) ศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาค่าเสื่อมของสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาแม่ใจ ผลการศึกษาพบว่า ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหาค่าเสื่อมได้มีผลการวางแผนแนวทางไว้ 3 แนวทาง 1) ปรับวิธีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของธนาคาร 2) ปรับปรุงระบบสารสนเทศ 3) ปรับวิธีการทำงานของพนักงาน โดยจากงานวิจัยนี้ได้เลือกใช้แนวทางที่ 3 โดยเริ่มจากการกำชับพนักงานแต่ละบุคคลทำการศึกษารายละเอียดต่างๆ ของคำสั่งธนาคารรวมทั้งมีการตรวจสอบเอกสารต่างๆ ให้ถูกต้องครบถ้วนตาม Checklist ของธนาคารและมีการจัดประชุมอย่างน้อยปีละ 2 ครั้งเพื่อทำการสรุปปัญหาต่างๆ และเพื่อให้พนักงานผู้ปฏิบัติงานสามารถดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันได้และมีการจัดทำบัญชีรายชื่อของลูกค้าแต่ละรายตั้งแต่วันที่ขึ้นกู้เพื่อที่จะทำการติดตามรวมทั้งเพื่อที่จะสามารถรายงานความคืบหน้าของลูกค้าแต่ละรายให้ผู้บังคับบัญชาและลูกค้าได้รับทราบ เนื่องจากวิธีการดังกล่าวเป็นการแก้ไขระดับสายงานหรือระดับปฏิบัติการที่ใช้งบประมาณน้อยและสามารถแก้ไขได้ทันที

7. สรุปผลการวิจัยและองค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษานี้ คือ การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อมีได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพเชิงโครงสร้างเพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวเนื่องกับประสบการณ์จากเจ้าหน้าที่ ความคล่องตัวของระบบ และการเข้าถึงผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล องค์การจึงควรมุ่งพัฒนากระบวนการภายใน ยกระดับบุคลากร และเสริมสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าอย่างยั่งยืน

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การปรับปรุงกระบวนการด้านเอกสารและขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อให้มีความกระชับและโปร่งใสมากยิ่งขึ้น ธนาคารควรดำเนินการทบทวนกระบวนการและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการยื่นขอสินเชื่อที่อยู่อาศัยอย่างเป็น

ระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่เกิดความซ้ำซ้อนหรือไม่จำเป็น เพื่อลดความซับซ้อนในการให้บริการ และช่วยลดระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งควรจัดทำ รายการเอกสารตรวจสอบ (Checklist) สำหรับผู้กู้ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและสื่อสารได้ชัดเจน รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบ OCR และ AI เพื่อช่วยตรวจสอบเอกสารเบื้องต้น ช่วยเพิ่มความถูกต้องและลดข้อผิดพลาดจากมนุษย์

2. การพัฒนาทักษะและศักยภาพของบุคลากรในฐานะ “ที่ปรึกษาทางการเงิน” จากผลการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่าปัญหาการสื่อสารที่ไม่ชัดเจนและความไม่เข้าใจในผลิตภัณฑ์ทางการเงินส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ธนาคารควรจัดอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานในด้านการวิเคราะห์ทางการเงิน การให้คำแนะนำเชิงกลยุทธ์ รวมถึงการสื่อสารอย่างมืออาชีพ เพื่อให้บุคลากรสามารถทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางการเงินที่ช่วยวางแผนและแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับศักยภาพของผู้กู้ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

3. การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและช่องทางบริการดิจิทัล ในยุคดิจิทัล ธนาคารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา ระบบดิจิทัลแบบครบวงจร ที่รองรับการให้บริการตั้งแต่ขั้นตอนการสมัครสินเชื่อ การอัปโหลดเอกสาร การตรวจสอบสถานะ และการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ โดยเฉพาะการพัฒนา Mobile Application ที่มีฟังก์ชันการทำงานที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงได้ทุกกลุ่มอายุ รวมถึงควรปรับปรุงระบบการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสำนักงานใหญ่กับแต่ละสาขาให้มีความเป็นเอกภาพ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ลดความซ้ำซ้อน และเพิ่มความโปร่งใส

4. การเสริมสร้างระบบรับฟังและตอบสนองข้อร้องเรียนเชิงรุก ธนาคารควรพัฒนาระบบรับเรื่องร้องเรียนที่มีกลไกเชิงรุกในการจัดการปัญหา โดยไม่เพียงแค่รับเรื่องจากลูกค้า แต่ควรมีการวิเคราะห์แนวโน้มของปัญหา แจ้งผลการดำเนินงานอย่างรวดเร็ว และนำข้อมูลจากข้อร้องเรียนมาปรับปรุงระบบบริการให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการตั้งค่าตัวชี้วัด (KPI) สำหรับการตอบสนองข้อร้องเรียน เพื่อเสริมสร้างความไว้วางใจและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

5. การปรับกลยุทธ์การแข่งขันให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคท่ามกลางสภาพเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน การแข่งขันจากผู้ให้บริการทางการเงินภาคเอกชน รวมถึงแพลตฟอร์มสินเชื่อออนไลน์ ธนาคารควรประเมินกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่อย่างรอบด้าน เช่น การออกแคมเปญส่งเสริมการขายที่มีอัตราดอกเบี้ยพิเศษ การยืดหยุ่นในระยะเวลาผ่อนชำระ หรือการปรับเงื่อนไขให้สอดคล้องกับกลุ่มอาชีพอิสระที่มีรายได้ไม่แน่นอน เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายอย่างตรงจุด

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเน้นการปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อและเงื่อนไขการให้บริการ เนื่องจากปัจจัยด้านพฤติกรรมลูกค้าและคุณภาพการให้บริการไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ จึงควรหันไปให้ความสำคัญกับองค์ประกอบอื่นที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า เช่น อัตราดอกเบี้ย วงเงินสินเชื่อ ระยะเวลาผ่อนชำระ และความยืดหยุ่นในเงื่อนไขการกู้ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจและนโยบายภาครัฐ เนื่องจากปัจจัยภายนอก เช่น อัตราดอกเบี้ย นโยบายส่งเสริมการเข้าถึงที่อยู่อาศัย และมาตรการทางภาษี อาจมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้กู้ จึงควรนำปัจจัยเหล่านี้มาร่วมในการวิเคราะห์ในครั้งต่อไปเพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ครอบคลุมและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

3. ควรเปรียบเทียบกับธนาคารหรือผู้ให้บริการสินเชื่ออื่นในพื้นที่เดียวกันเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างในด้านกลยุทธ์ คุณภาพการบริการ หรือจุดเด่น-จุดด้อยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ การวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เช่น ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงินเฉพาะกิจอื่น หรือแพลตฟอร์มการเงินดิจิทัล เพื่อเสนอแนวทางปรับตัวเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- เขมิกา ฉายวิเชียร. (2564). แนวทางการเพิ่มยอดขายสินเชื่อบ้านธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเทสโก้ โลตัส พระราม 4 [เอกสารนำเสนอ]. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 16. การศึกษาอิสระ, กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- คณินันท์ พุ่มเกา. (2564). แนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการบำนาญและ ลูกจ้างประจำ กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาชัยสมรภูมิ. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทที่ไม่มีการตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชุติมา วุฒิชัย. (2561). ยุทธศาสตร์ในการบริหารงานที่เหมาะสมของบริษัท เบลแมกส์ไทย จำกัด. [งานนิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยบูรพา]. ฐานข้อมูลงานวิจัย (DSpace Repository).
- ชนาธิป สกุน. (2564). ศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาแม่ใจ. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 16. การศึกษาอิสระ, กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ดารินทรา มั่นธรรณ และธีรชกรณ อุดมรัตน์มะณี. (2564). ศึกษาการศึกษาค้นคว้าและนำเสนอแนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อสานฝันเกษตรกรรุ่นใหม่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาท่ามิหรำ. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 16. การศึกษาอิสระ, กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2568). ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารอาคารสงเคราะห์. สืบค้น 19 มีนาคม 2568. จาก <https://www.ghbank.co.th/information/>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2568). รายงานประจำปีธนาคารแห่งประเทศไทย 2567. สืบค้น 19 มีนาคม 2568. จาก <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/research-and-publications-list.html>.
- ธนภณ นิธิเชาวกุล. (2565). การวิเคราะห์ SWOT Analysis กับสถิติ SWOT analysis with statistics. วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย, 18(1), 108-120.
- ลัดดา อินตะใจ. (2567). ภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตภาคเหนือตอนล่าง. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 9(1), 1149-1162.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. 9th (ed.). New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Kotler, & Keller. (2016). *Product and Service Quality*. United States of America: Pearson Education Limited.
- Parasuraman, A., & Grewal, D. (2000). The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda. *Journal of the academy of marketing science*, 28(1), 168-174.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory statistics, (Second Edition)*. New York: Harper & Row.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน
Factors affecting the performance of employees at the Government Housing Bank,
Upper Northern Region

สิริวรรณ ชีระภาพ^{1*} และโสภิตา วรณิล²

Siriwan Theerapap^{1*} and Sopida Waranil²

Received: 31 July 2025 Revised: 24 August 2025 Accepted: 27 August 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร และปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน จำนวน 410 คน ได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.984 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน ได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจ ($\beta = 1.364, p < 0.05$) ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร ($\beta = 0.345, p < 0.05$) และปัจจัยการทำงานเป็นทีม ($\beta = -0.735, p < 0.05$) ปัจจัยทุกตัวให้ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณ (R^2) = 0.977 และสามารถรวมอธิบายความแปรผันของการตัดสินใจใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ร้อยละ 97.7 ($R^2=0.977$)

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน, แรงจูงใจ, การสนับสนุนขององค์กร, การทำงานเป็นทีม

¹ นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Student, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Lecturer, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce

E-mail: siriwan_thee@hotmail.com, Tel. 0824981277 * Corresponding Author

ABSTRACT

This research aimed to study motivational factors, perceived organizational support factors, and teamwork factors that affect the work performance of the Government Housing Bank employees in the upper northern region. The research used a quantitative research design. The sample consisted of 410 employees of the Government Housing Bank in the upper northern region, selected through a purposive sampling method. Data were collected using a questionnaire with an alpha coefficient of 0.984. Data were analyzed using multiple regression analysis.

The research results found that the factors that significantly influenced the performance of the Government Housing Bank employees in the upper northern region were motivation factors ($\beta = 1.364$, $p < 0.05$), perceived organizational support factors ($\beta = 0.345$, $p < 0.05$), and teamwork factors ($\beta = -0.735$, $p < 0.05$). All factors had a multiple correlation coefficient (R^2) of 0.977 and could collectively explain 97.7 percent of the variance in service use decisions with statistical significance at the 0.05 level ($R^2=0.977$).

Keywords: Performance, Motivation, Organizational Support, Teamwork

1. บทนำ

ภายใต้การเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ทุกประเทศทั่วโลกกำลังเผชิญการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่โลกแห่งยุคดิจิทัล 4.0 ซึ่งเป็นยุคที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีองค์การภาคธุรกิจจำเป็นต้องปรับกระบวนการคิดและวิธีการในการบริหารจัดการโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการตั้งแต่เริ่มแรก จนถึงกระบวนการสุดท้าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและรวดเร็วของลูกค้า ปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้แทนที่คนหรือบุคลากร เนื่องจากเทคโนโลยีมีความแม่นยำกว่าและเกิดความผิดพลาดได้น้อย ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีที่ทันสมัยจะสามารถทดแทนความสามารถของคนได้หลากหลาย แต่บางอย่างยังคงต้องอาศัยคนหรือบุคลากรในการปฏิบัติงานร่วมกับเทคโนโลยีจึงต้องมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมและมีทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกับเทคโนโลยีหากปราศจากบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการต่าง ๆ ก็จะทำให้ขาดประสิทธิภาพและส่งผลให้องค์การไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ (รัศมี ขวาชโยธา, 2567)

การที่องค์กรมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถย่อมส่งผลให้องค์การประสบผลสำเร็จอย่างต่อเนื่องทรัพยากรบุคคลจึงมีความสำคัญมากในการบริหารงานขององค์กร หากต้องการให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยองค์การสามารถพิจารณาการจูงใจตามทฤษฎีสอง ปัจจัยของ Herzberg เป็นทฤษฎีจูงใจการทำงานที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการทำงานและไม่พึงพอใจในการทำงาน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivation Factors) คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เป็นสิ่งที่จูงใจให้พนักงานทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้น และปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factors) คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานเป็นปัจจัยที่ไม่เกี่ยวกับงานโดยตรง (กิ่งกาญจน์ ไทยกิ่ง, 2566)

ในส่วนธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย 3 เขต ได้แก่ เขตเชียงใหม่ เขตเชียงราย และเขตลำปาง โดยมีหน่วยงานสาขาย่อยรวมทั้งสิ้น 19 แห่ง ได้แก่ สาขาเชียงใหม่ สาขาสันกำแพง สาขาแม่ฮ่องสอน สาขาเขินทร์เชียงใหม่ สาขาสันทราย สาขาสุเทพ สาขาเชียงราย สาขาแม่สาย สาขาเขินทร์เชียงราย สาขาพะเยา สาขาน่าน สาขาลำปาง สาขาลำพูน สาขาแพร่ สาขาดาก สาขาแม่สอด รวมถึงหน่วยวิเคราะห์สินเชื่อเชียงใหม่ และ เชียงราย โดยโครงสร้างองค์กรของแต่ละสาขาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก คือ งานสินเชื่อ งานบัญชี และงานการเงิน

ในยุคที่ภาคธุรกิจต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การแข่งขันที่รุนแรง และความคาดหวังจากลูกค้าที่สูงขึ้น การตั้งเป้าหมายขององค์กรจึงเป็นเพียงจุดเริ่มต้นเท่านั้น สิ่งที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าการวางกลยุทธ์หรือ กำหนดทิศทาง คือ การส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน องค์กรที่มีวิสัยทัศน์ชัดเจน มี แผนยุทธศาสตร์ที่ดี แต่ขาดบุคลากรที่มีศักยภาพ หรือมีบุคลากรเก่งแต่ขาดความมุ่งมั่นและแรงจูงใจ ย่อมไม่สามารถ บรรลุเป้าหมายได้อย่างเต็มที่ ความสำเร็จขององค์กรขึ้นอยู่กับระดับความยึดมั่นและการทุ่มเทของพนักงานต่อ เป้าหมายที่วางไว้ หากพนักงานเกิดความกังวล ไม่เชื่อมั่นในองค์กร หรือไม่เห็นคุณค่าของตนในระบบงาน จะส่งผลให้ ขาดแรงผลักดัน ลดความพยายาม และส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานโดยรวม ดังนั้น การเข้าใจและค้นหาปัจจัยที่ ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในบริบทของธนาคารอาคาร สงเคราะห์ภาคเหนือตอนบน ซึ่งมีโครงสร้างที่หลากหลายและเป้าหมายการดำเนินงานที่ท้าทาย

ดังนั้น ปัจจัยที่จะส่งเสริมผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และผลักดันให้องค์การไปถึงเป้าหมายนั้น ผู้วิจัย อนุมานว่าแรงจูงใจ การรับรู้การสนับสนุนขององค์กร และการทำงานเป็นทีมเป็นตัวแปรสำคัญในความสัมพันธ์ ระหว่างแรงจูงใจ การรับรู้การสนับสนุนขององค์กร และการทำงานเป็นทีม และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ผู้วิจัย จึงใช้ชื่องานวิจัยที่ทำการศึกษว่า “ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคาร สงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน” ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยที่ผู้วิจัยคาดหวังในครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อทราบว่าปัจจัยใดที่ ส่งเสริมให้พนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์มีผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้นเพื่อให้องค์การสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ทราบถึงระดับแรงจูงใจ ระดับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ระดับการทำงานเป็นทีม และระดับประสิทธิภาพใน การปฏิบัติงาน สามารถนำผลที่ได้มาใช้อย่างเป็นประโยชน์ในการวางแผนงานด้านการบริหารบุคคล เพิ่มประสิทธิภาพของด้าน การบริหารงานบุคคลได้ในหลายมิติ อาทิ การบริหารค่าตอบแทน การบริหารผลงาน การจัดการการสื่อสารภายใน องค์กร รวมถึงเป็นประโยชน์ในการวางแผนการพัฒนาบุคลากร แผนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมผลการ ปฏิบัติงานของพนักงานให้ดีขึ้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร และปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน

3. สมมติฐาน

ปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร และปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน

4. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน โดยมีการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการวิเคราะห์และอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

จากแนวคิดของ Herzberg, Bernard และ Snyderman (1959) ผู้วิจัยให้ความสนใจกับทฤษฎีปัจจัยจูงใจ-ปัจจัยค้ำจุน เนื่องจากเป็นทฤษฎีที่เหมาะสมกับกลุ่มบุคคลซึ่งมีความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้วในระดับหนึ่ง และต้องการค้นหาปัจจัยอื่นที่สามารถสร้างแรงจูงใจให้บุคคลตัดสินใจเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กรของรัฐ อีกทั้งยังเหมาะสมกับองค์กรราชการที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและเป็นองค์กรที่ให้บริการแก่สังคม โดยหัวหน้างานและผู้บริหารสามารถนำปัจจัยเหล่านี้มาสร้างแรงจูงใจได้ภายในขอบเขตอำนาจหน้าที่ของตน ทฤษฎีดังกล่าวประกอบด้วย ปัจจัยจูงใจ 5 ด้าน และปัจจัยค้ำจุน 10 ด้าน ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานของบุคลากร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเห็นว่าแรงจูงใจเปรียบเสมือนพลังภายในที่พร้อมจะผลักดันพฤติกรรมเชิงบวกต่อการทำงาน หากได้รับการเสริมแรงอย่างเหมาะสมก็จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรได้

นอกจากนี้ จากแนวคิดของ Eisenberger และคณะ (1986) เรื่องทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรชี้ให้เห็นว่าพนักงานมีการพัฒนาการรับรู้ต่อการสนับสนุนจากองค์กรเพื่อสนองตอบต่อความต้องการที่จะได้รับการยอมรับ ความเคารพ และการยกย่อง ตลอดจนการประเมินถึงผลตอบแทนที่ตนจะได้รับเมื่อทุ่มเทแรงงานมากขึ้น การรับรู้ดังกล่าวก่อให้เกิดความรู้สึกผูกพัน ความภักดี และความสำนึกบุญคุณต่อองค์กร ส่งผลให้พนักงานมุ่งมั่นในการช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย และคาดหวังว่าผลงานที่มีคุณภาพจะนำไปสู่รางวัลในอนาคต ผลที่เกิดขึ้นคือประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้น และพฤติกรรมด้านลบ เช่น การขาดงานหรือลาออก ลดลง

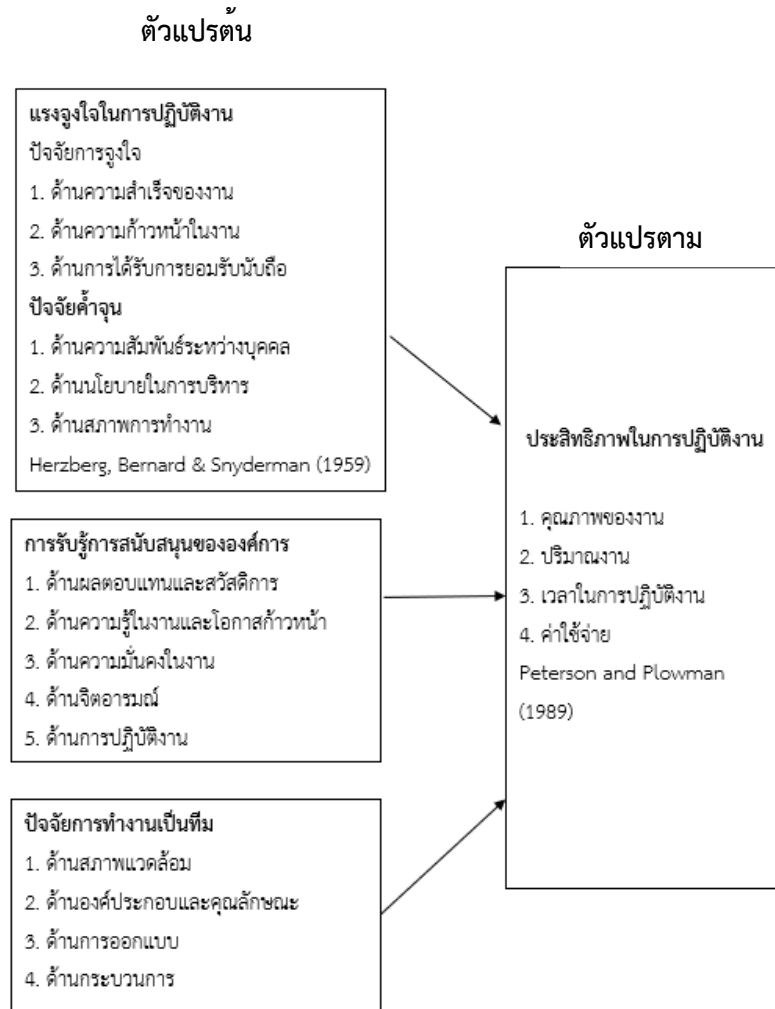
ในขณะเดียวกัน Robbins และ Judge (2001) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของทีมที่มีประสิทธิภาพซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อม องค์ประกอบของทีม กระบวนการทำงาน และการออกแบบงาน ทีมที่มีคุณภาพควรมีผู้นำที่ยืดหยุ่น สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงานร่วมกัน มีเป้าหมายที่ชัดเจน สมาชิกได้รับการคัดเลือกอย่างเหมาะสม มีการสื่อสารที่ดี การประเมินผลต่อเนื่อง และมีความสัมพันธ์ที่สร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน

ขณะเดียวกัน Peterson และ Plowman (1989) ได้นำแนวคิดเรื่องประสิทธิภาพการทำงานซึ่งใกล้เคียงกับแนวคิดของ Harrington Emerson มาปรับและสรุปเป็นองค์ประกอบหลัก 4 ประการ ได้แก่ (1) คุณภาพของงาน ที่สะท้อนถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ (2) ปริมาณงาน ที่ต้องบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด (3) เวลาในการปฏิบัติงาน ที่เน้นความรวดเร็วและความเหมาะสมตามกรอบเวลา และ (4) ค่าใช้จ่าย ซึ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดโดยไม่ลดทอนคุณภาพ ดังนั้น “ประสิทธิภาพในการทำงาน” จึงหมายถึงความสามารถในการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมาย โดยใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมเพื่อให้เกิดผลลัพธ์สูงสุด ทั้งด้านคุณภาพ ปริมาณ ความรวดเร็ว และความคุ้มค่า

กล่าวโดยสรุป แนวคิดจากทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวมาล้วนชี้ให้เห็นว่าการสร้างแรงจูงใจ การสนับสนุนจากองค์กร การทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ และการจัดการงานอย่างเหมาะสม ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร ในมิติคุณภาพ ปริมาณ เวลา และค่าใช้จ่าย การผสมผสานแนวคิดเหล่านี้เข้าด้วยกันสะท้อนให้เห็นว่า หากองค์กรสามารถตอบสนองทั้งปัจจัยภายในและภายนอกของบุคลากรได้อย่าง

สมดุล จะก่อให้เกิดแรงขับเคลื่อนที่ช่วยเพิ่มความพึงพอใจ ความผูกพัน และความทุ่มเทในการทำงาน อันนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

5. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน จำนวน 410 คน (ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน, เดือนมกราคม-มีนาคม 2568) โดยการเก็บกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ จำนวน 410 คน และมีการเก็บข้อมูลแบบสอบถามผ่านพนักงานบริการภาคเหนือตอนบน มีทั้งหมด 3 เขต ประกอบด้วย เขตเชียงใหม่ เขตเชียงราย และเขตลำปาง เพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน จำนวน 410 คน

6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือวัด คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) โดยใช้ Google form เพื่อการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน โดยแบบสอบถามดังกล่าว ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามแรงจูงใจ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามรับรู้การสนับสนุนขององค์กร ส่วนที่ 4 แบบสอบถามการทำงานเป็นทีม และส่วนที่ 5 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเสนออาจารย์ที่สารนิพนธ์อีกครั้ง เพื่อพิจารณาความถูกต้อง และแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ไปทดสอบ (Try out) กับพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน จำนวน 30 คน จากจำนวน 410 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการวัดความคงที่ภายใน (Internal Consistency) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (α -Coefficient) (Cronbach, 1951) ในส่วนของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เท่ากับ 0.966 การรับรู้การสนับสนุนขององค์กร เท่ากับ 0.930 ปัจจัยการทำงานเป็นทีม 0.938 ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เท่ากับ 0.935 และแบบสอบถามทั้งหมด เท่ากับ 0.984

6.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการกับพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน จำนวนทั้งหมด 410 คน ขั้นตอนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้ 1) แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ Google Form เพื่อสะดวกในการกระจายแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และ 2) ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้ช่องทางการกระจายแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ผ่านสองช่องทางหลัก ได้แก่ Line Application และ E-Mail ภายในของธนาคาร โดยในส่วนของการกระจายผ่าน Line Application ผู้วิจัยได้ประสานงานกับตัวแทนของแต่ละสาขา เพื่อส่งแบบสอบถามในรูปแบบ Google Form ให้กับพนักงานกลุ่มเป้าหมาย โดยตัวแทนจะเป็นผู้เผยแพร่แบบสอบถามดังกล่าวผ่านทางกลุ่ม Line ของสายงานตนเอง พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการตอบแบบสอบถามให้พนักงานทราบก่อนเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการให้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เป็นการใส่โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

7. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน มีดังนี้

พนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 6 ปีขึ้นไป และมีรายได้ระหว่าง 25,001 - 35,000 บาท

มีความคิดเห็นต่อปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยการทำงานเป็นทีมของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร และปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน โดยจำแนกเป็นรายด้าน

Model	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	b	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	0.106	0.031		3.449	0.001
ปัจจัยแรงจูงใจ	1.364	0.029	1.398	46.261	0.000**
ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร	0.345	0.016	0.344	20.922	0.000**
ปัจจัยการทำงานเป็นทีม	-0.735	0.028	-0.768	-26.128	0.000**

$R = 0.988$, $R \text{ Square} = 0.977$, $F = 5640.178$, $\text{Sig.} = 0.000$

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน ได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจ ($\beta = 1.364$, $p < 0.05$) ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร ($\beta = 0.345$, $p < 0.05$) และปัจจัยการทำงานเป็นทีม ($\beta = -0.735$, $p < 0.05$) ปัจจัยทุกตัวให้ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณ (R^2) = 0.977 และสามารถรวมอธิบายความแปรผันของการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ร้อยละ 97.7 ($R^2=0.977$)

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Y_1 = 0.106 + 1.364X_1 + 0.345X_2 - 0.735X_3$$

(46.261) (20.922) (-26.128)

หมายเหตุ : ในวงเล็บ คือ ค่าของ t

8. อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน มีดังนี้

ปัจจัยแรงจูงใจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากพนักงานมีแรงจูงใจในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจภายใน เช่น ความภาคภูมิใจในหน้าที่ การได้รับการยอมรับ หรือแรงจูงใจภายนอก เช่น ค่าตอบแทน โบนัส และสวัสดิการ ย่อมส่งผลให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของขมิสา สุธาดอนันต์โกคิน (2564) ศึกษาปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากที่สุด 2 ด้านได้แก่ ความสำเร็จในการทำงานและความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ 51.9 และ 50.3 ปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากที่สุด 2 ด้านได้แก่ ด้านการสื่อสารยุคใหม่ และด้านปริมาณงาน คิดเป็นร้อยละ 55.6 และ 52.5 โดยรวมปัจจัยแรงจูงใจกับปัจจัยค้ำจุนส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในระดับปานกลาง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกิงกาญจน์ ไทยกึ่ง (2566) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยจูงใจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของ การพยากรณ์ เท่ากับ 0.612 ($R^2 = 0.612$) แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงาน มีผลต่อตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน ได้ร้อยละ 61.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีจำนวน 6 ด้าน คือ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน

ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากพนักงานรับรู้ว่าการให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ อย่างเพียงพอ เช่น การดูแลสวัสดิการ การให้คำปรึกษา การส่งเสริมการพัฒนาทักษะ หรือการให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ของพนักงาน ย่อมมีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการทำงานและการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของญาณิศา เฟื่อนพะ และวิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2562) ศึกษาการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาของพนักงาน : บทบาทการเป็นตัวแปรแทรกของบรรยากาศการมอบอำนาจและการมอบอำนาจด้านจิตใจของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า (ไฮเทค) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีอิทธิพลในเชิง บวกต่อประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.402, p < 0.001$) โดยมีค่าพหุคูณร้อยละ 16.70 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอมรรัตน์ ต่วยไชย (2567) การสนับสนุนขององค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของลูกค้ารายวันในเขตมินบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ที่ร้อยละ 80.00 ($R = 0.800$) และปัจจัยการสนับสนุนองค์กรมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของลูกค้าในเขตมินบุรีที่ร้อยละ 64.00 ($R \text{ Square} = 0.640$) โดยปัจจัยด้านความรู้ในงานและโอกาส

ก้าวหน้า ด้านความมั่นคงในงาน และด้านการปฏิบัติงาน มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ในขณะที่ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ และด้านจิตอาารมณ์ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ปัจจัยการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากพนักงานสามารถทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ มีความร่วมมือกัน แบ่งปันความรู้ และช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกระบวนการทำงาน จะส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของนวมลล สิริภูมิ (2565) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายสินเชื่อธนาคาร ABC ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของ พนักงานสินเชื่อ พบว่า โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การได้รับการยอมรับนับถือและขวัญและกำลังใจในการทำงานมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพร โทบุตร (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในจังหวัดปราจีนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในจังหวัดปราจีนบุรี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านองค์ประกอบและคุณลักษณะ และด้านการออกแบบงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9. สรุปผลการวิจัยและองค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาครั้งนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และการทำงานเป็นทีม ล้วนส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสะท้อนถึงความสัมพันธ์เชิงบวกของปัจจัยทั้งสามกับการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการวิจัยดังกล่าว ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่ชี้ให้เห็นว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ควรมุ่งเน้นการสร้างแรงจูงใจที่หลากหลาย การสนับสนุนทั้งด้านจิตใจและสวัสดิการ ตลอดจนการสร้างทีมงานที่มีโครงสร้างและกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพและยั่งยืน

10. ข้อเสนอแนะ

10.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. องค์กรควรให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจแก่พนักงานทั้งในด้านจิตใจและด้านวัตถุ โดยเฉพาะการจัดระบบรางวัล การยกย่องชมเชย และการเปิดโอกาสให้พนักงานได้เติบโตในสายอาชีพอย่างเหมาะสม เช่น การกำหนดเป้าหมายรายบุคคลร่วมกับระบบโบนัส หรือการคัดเลือกพนักงานดีเด่นประจำเดือน/ไตรมาส ตลอดจนการสำรวจความต้องการของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การจูงใจสอดคล้องกับความคาดหวังของบุคลากรอย่างแท้จริง

2. การที่พนักงานรู้สึกได้รับการสนับสนุนจากองค์กรจะช่วยส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมั่นและความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้น ธนาคารควรมีการจัดตั้งระบบสนับสนุนที่ชัดเจน เช่น ช่องทางให้คำปรึกษาจากหัวหน้างาน หรือฝ่ายทรัพยากรบุคคล และการกำหนดนโยบายที่แสดงถึงความเอาใจใส่ต่อคุณภาพชีวิตของพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นวันหยุดพักผ่อนตามความจำเป็น หรือสวัสดิการที่ตอบสนองต่อความต้องการ นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กรที่เปิดเผย โปร่งใส และเข้าใจง่าย เพื่อให้พนักงานรับรู้ถึงความตั้งใจขององค์กรอย่างชัดเจน

3. การทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้พนักงานสามารถร่วมกันบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ควรมีการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างทักษะในการทำงานเป็นทีม อาทิ การสื่อสารเชิงบวก การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการบริหารความขัดแย้งในทีม รวมทั้งควรมีกิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแผนก เช่น กีฬาสัมพันธ์ หรือกิจกรรมจิตอาสา เพื่อสร้างความไว้วางใจ ความสามัคคี และการมีส่วนร่วมในองค์กรในระยะยาว

10.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะพนักงานในเขตภาคเหนือตอนบน ซึ่งอาจมีลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมและบริบทการทำงาน ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาทั่วประเทศเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่สามารถใช้ได้กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ทั้งระบบ

2. ควรศึกษาปัจจัยเพิ่มเติม เช่น ภาวะผู้นำของผู้บริหาร ความเครียดในการทำงาน หรือความสมดุลระหว่างชีวิตและงาน ซึ่งอาจมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานเช่นกัน และช่วยให้เห็นภาพที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) หรือการสนทนากลุ่ม (focus group) เพื่อให้เข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับแรงจูงใจ การรับรู้การสนับสนุน และการทำงานเป็นทีมในมุมมองของพนักงาน และเสริมความสมบูรณ์ให้กับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

เอกสารอ้างอิง

- กึ่งกาญจน์ ไทยกิจ. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ภาคเหนือตอนบน*. สืบค้น 19 มีนาคม 2568. จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin10/6314154191.pdf>.
- หมิสา สุธาดอนันต์โกคิน. (2564). ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยปทุมธานี*. 13(1). 23-38.
- ญาณิศา เผื่อนเพาะ และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์. (2562). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาของพนักงาน : บทบาทการเป็นตัวแปรแทรกของบรรยากาศการมอบอำนาจและการมอบอำนาจด้านจิตใจของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า (ไฮเทค) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *Humanities, Social Sciences and arts*. 12(5). 283-303.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2568). *รายงานประจำปี 2567*. สืบค้น 19 มีนาคม 2568. จาก <https://www.ghbank.co.th/information/report/annual-report/>.
- นวมลลี สิทธิภูมิ. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายสินเชื่อธนาคาร ABC*. [งานนิพนธ์ปริญญาโทที่ไม่มีการตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุภาพร โทบุตร. (2563). *ปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในจังหวัดปราจีนบุรี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทที่ไม่มีการตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- รัศมี ขวาทโยธา. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในยุคดิจิทัลของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 9(1), 171-184.
- อมรรัตน์ ตู่ไชย. (2567). การสนับสนุนขององค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของลูกค้ารายวันในเขตมินบุรี. สืบค้น 19 มีนาคม 2568. จาก http://www.abstract.ru.ac.th/ymba/AbstractPdf/2567-1-2_1723652871.pdf
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. & Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*. 71(3), 500-507.
- Herzberg, F., Bernard, M. & Snyderman, B. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley & Sons.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2001). *Organizational behavior*, 14/E. E: Pearson Education India.
- Peterson, E. and Plowman, E.G. (1989). *Business organization and management*. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin.

ภาคผนวก

จริยธรรมการตีพิมพ์

หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความ (Author Ethical Responsibilities)

1. บทความที่ส่งให้พิจารณาตีพิมพ์ในวารสารจะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน
2. บทความที่ส่งให้พิจารณาตีพิมพ์จะต้องไม่มีส่วนใดที่เป็นการคัดลอกผลงานวิชาการ ทั้งของตนเองและผู้อื่น และมีการอ้างอิงผลงานอย่างถูกต้องและครบถ้วน
3. ผู้เขียนต้องตรวจสอบความถูกต้องของรายการเอกสารอ้างอิง ทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหา
4. ผู้เขียนจะต้องเขียนบทความตามรูปแบบและขนาดตัวอักษรตามแบบฟอร์ม (template) ที่วารสารกำหนด
5. ผู้เขียนที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคน ต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในการดำเนินการบทความจริง
6. ผู้เขียนต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนในการทำวิจัยนี้ และ/หรือมีผลประโยชน์ทับซ้อนจะต้องระบุในบทความ และแจ้งให้บรรณาธิการทราบ
7. ผู้เขียนจะต้องไม่รายงานข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อมูลเท็จ หรือการปลอมแปลง บิดเบือน รวมไปถึงการตกแต่ง หรือ เลือกแสดงข้อมูลเฉพาะที่สอดคล้องกับข้อสรุป
8. ผู้เขียนต้องยินยอมโอนลิขสิทธิ์ให้แก่วารสารก่อนการตีพิมพ์ และไม่นำผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่น ๆ หลังจากที่ได้รับการตีพิมพ์กับวารสารธรรมศาสตร์แล้ว
9. กรณีที่ผลงานเป็นการศึกษาวิจัยและทำการทดลองในคนหรือสัตว์ทดลอง โดยการทดลองในคนอาจส่งผลกระทบต่อศักดิ์ศรี สิทธิ ความปลอดภัย และสุขภาวะของคน ขอให้แนบหนังสือรับรองจริยธรรมจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์หรือสัตว์ทดลอง ทั้งนี้ การอนุมัติให้ลงตีพิมพ์ขึ้นอยู่กับพิจารณาจากกองบรรณาธิการวารสารฯ ถือเป็นขั้นสุดท้าย

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors)

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพบทความ เพื่อให้ตรงตามขอบเขตของวารสาร
2. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียน และผู้ประเมินบทความ
3. บรรณาธิการมีหน้าที่ในการคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์หลังจากผ่านกระบวนการประเมิน โดยพิจารณาจากความถูกต้องของระเบียบวิธีวิจัย และความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย มาเป็นหลักเกณฑ์ประกอบการตัดสินใจ
4. บรรณาธิการต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนและผู้ประเมินบทความ
5. บรรณาธิการต้องมีการตรวจสอบบทความในด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่น จะต้องหยุดกระบวนการประเมิน และติดต่อผู้เขียนบทความ เพื่อปฏิเสธการตีพิมพ์

6. หากบรรณาธิการตรวจสอบพบว่า บทความมีการคัดลอกบทความอื่นโดยมิชอบ หรือปลอมแปลงข้อมูลอันเป็นเท็จ และเป็นเหตุให้ถูกถอดถอนบทความ หากผู้เขียนปฏิเสธการถอดถอนบทความ บรรณาธิการสามารถดำเนินการถอดถอนบทความได้ โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้เขียนบทความ

บทบาทหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ (Duties of Reviewers)

1. ผู้ประเมินบทความ ต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความแก่บุคคลอื่น
2. ผู้ประเมินบทความต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับบทความ
3. ผู้ประเมินบทความ ควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญเท่านั้น โดย พิจารณาจากเนื้อหาสาระในบทความว่ามีความสอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของตนเอง
4. หากผู้ประเมินบทความพบว่ามีส่วนหนึ่งส่วนใดของบทความไม่มีมาตรฐานตามเกณฑ์ ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้กับบรรณาธิการได้รับทราบ

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

วารสารนวัตกรรมการจัดการและบริหารธุรกิจ (Journal of Innovative Management and Business Administration (JIMBA)) รับผิดชอบบทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความปริทัศน์ ในกลุ่มสังคมศาสตร์ สาขาต่าง ๆ ได้แก่ ด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ การบัญชี เศรษฐศาสตร์ การท่องเที่ยวและการบริการ นิเทศศาสตร์ เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน การตลาด คอมพิวเตอร์ธุรกิจ โลจิสติกส์และซัพพลายเชน และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทุกบทความจะผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์ จำนวน 3 ท่าน หลากหลายสถาบัน กำหนดรูปแบบการประเมิน โดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้เขียนบทความ และผู้เขียนบทความไม่ทราบชื่อผู้ประเมิน (Double-blind peer review) มีระยะเวลาในการเผยแพร่บทความ กำหนดการเผยแพร่จำนวน 2 ฉบับต่อปี ดังนี้ ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม – มิถุนายน และ ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม – ธันวาคม โดยยกเว้นค่าธรรมเนียมในการส่งบทความเพื่อขอรับการตีพิมพ์ในวารสารจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง

การส่งบทความผ่านระบบออนไลน์เท่านั้น ที่เว็บไซต์

https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jimba_journal โดยกองบรรณาธิการได้กำหนดเนื้อหาการส่งบทความ เพื่อให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน ดังต่อไปนี้

1. ข้อกำหนดในการเตรียมต้นฉบับ

1.1 ต้นฉบับ ตั้งค่าเป็นขนาด A4 เผยแพรบทความเป็นภาษาไทย โดยใช้ตัวอักษร TH Sarabun NEW ขนาดตัวอักษร 15 ตัวหนา ในส่วนของหัวข้อเรื่อง และขนาดตัวอักษร 15 ตัวปกติ ในส่วนของเนื้อหา พิมพ์หน้าเดียว เว้นขอบทั้ง 4 ด้าน 1 นิ้ว (2.5 ซม.) พร้อมระบุเลขหน้า ความยาวของเนื้อเรื่อง รวมรูปภาพ ตาราง และเอกสารอ้างอิง บทความทั้งหมดไม่ควรเกิน 12 หน้า

1.2 ชื่อเรื่อง ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.3 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 ตัวปกติ และระบุหน่วยงานหรือสถาบันที่สังกัด ของผู้แต่งหลักและผู้แต่งร่วมทุกคน และ E-mail address ของผู้แต่งหลักไว้ด้วย ขนาดตัวอักษร 12 ตัวปกติ

1.4 บทคัดย่อ (Abstract) บทความวิจัย/บทความทางวิชาการอื่น ๆ จะต้องมีย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน 15 บรรทัด โดยเขียนให้กะทัดรัด ตรงประเด็น และให้สาระสำคัญ

1.5 คำสำคัญ (Keywords) ต้องมีคำสำคัญทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษไว้ท้ายบทคัดย่อของแต่ละภาษา 3-5 คำ

1.6 หัวข้อบทความ จะแตกต่างตามประเภทบทความ กรณีนี้จะยกตัวอย่างบทความวิจัย ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐาน(ถ้ามี) ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กรอบแนวคิดการวิจัย (ถ้ามี) วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล สรุปผลการวิจัยและองค์ความรู้ใหม่ ข้อเสนอแนะ เอกสารอ้างอิง

1.6.1 บทนำ: ให้อธิบายถึงเหตุผล และชี้ให้เห็นความสำคัญของงานวิจัยที่ทำ

1.6.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย: ให้ระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ชัดเจน โดยบอกเป็นข้อๆ ตามลำดับ

1.6.3 สมมติฐาน(ถ้ามี) : อธิบายการตั้งข้อสมมติฐาน ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

1.6.4 ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง : อธิบายวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหากไม่ใช่ทฤษฎีตั้งต้น งานไม่ควรเกิน 5 ปี

1.6.5 วิธีดำเนินการวิจัย: ระบุประเภทการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวม

1.6.6 ผลการวิจัย: ให้แสดงผลจากการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจมีภาพประกอบ แผนภูมิตาราง หรือการสื่อในลักษณะอื่นๆ ที่เข้าใจได้ง่าย

1.6.7 อภิปรายผล: อภิปรายให้ผู้อ่านเห็นความสัมพันธ์และความเป็นไปได้ของผลการวิจัย ที่สนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎี เปรียบเทียบหรือตีความ เพื่อเน้นความสำคัญของงาน

1.6.8 สรุปผลการวิจัยและองค์ความรู้ใหม่: เป็นนำเสนอผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ และสังเคราะห์จากงานวิจัย สามารถนำเสนอรูปแบบของการเขียนความเรียง หรือโมเดลพร้อมคำอธิบายที่กระชับเข้าใจง่าย

1.6.9 ข้อเสนอแนะ: ระบุข้อสรุปที่สำคัญและข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้และประเด็นสำหรับการวิจัยต่อไป

1.6.10 เอกสารอ้างอิง: การอ้างอิงในเนื้อเรื่องใช้ระบบ APA6

2. บทความวิจัย (Research Article)

ประกอบด้วย

- ชื่อเรื่องบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- บทคัดย่อ
- คำสำคัญ
- บทนำ
- วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- สมมติฐาน(ถ้ามี)

- ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- กรอบแนวคิดการวิจัย (ถ้ามี)
- วิธีดำเนินการวิจัย
- ผลการวิจัย
- อภิปรายผล
- สรุปผลการวิจัยและองค์ความรู้ใหม่
- ข้อเสนอแนะ
- เอกสารอ้างอิง (APA)

3. บทความวิชาการ (Academic Article)

เป็นบทความนำเสนอความคิดเห็นทางวิชาการ โดยเสนอแนวคิด ทฤษฎี หลักการที่มีอยู่แล้ว หรือของใหม่โดยมีการอ้างอิงความเห็นของนักวิชาการและวิเคราะห์สังเคราะห์ด้วยประสบการณ์ของผู้เขียนประกอบด้วย

- ชื่อเรื่องบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- บทคัดย่อ
- คำสำคัญ
- บทนำ
- เนื้อเรื่อง
- สรุปและองค์ความรู้ใหม่
- เอกสารอ้างอิง (APA)

4. บทความปริทัศน์ (Review Article)

เป็นบทความที่เขียนขึ้นจากการทบทวนเอกสารวิชาการ ทั้งทางด้านทฤษฎีและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งที่กำหนดไว้ โดยมีการทบทวนวรรณกรรม ค้นคว้า รวบรวม ข้อมูลที่มีอยู่แล้วจากแหล่งต่างๆ และนำมาประมวลเรียบเรียงในรูปบทความ ประกอบด้วย

- ชื่อเรื่องบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- บทนำ
- เนื้อเรื่อง
- บทวิจารณ์ (Discussion)
- สรุป
- เอกสารอ้างอิง (APA)

5. การอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา ตามหลักเกณฑ์ APA 6

หนังสือ

ผู้เขียน 1 คน

ผู้แต่ง1./ (ปีพิมพ์).//ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่).//สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ผู้เขียน หลายคน

ผู้แต่ง1,/ผู้แต่ง2,/และผู้แต่ง3./ (ปีพิมพ์).//ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่).//สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

วารสารแบบเล่ม

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์).//ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร,/เลขของปีที่/(เลขของฉบับที่),/เลขหน้า.

วารสารออนไลน์

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์).//ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร,/เลขของปีที่/(เลขของฉบับที่),/เลขหน้า. สืบค้นจาก หรือ

//////// Retrieved from <http://www.xxxxxxxx>

Website

ผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์).//ชื่อบทความ./สืบค้น หรือ Retrieved/วัน เดือน ปี, //จาก หรือ

from/<http://www.xxxxxxxx>



Journal of Innovative Management and Business Administration (JIMBA)

วารสารนวัตกรรมการจัดการและบริหารธุรกิจ

ISSN 3027-8139 (Online)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
เลขที่ 234 ถนนเลย – เชียงคาน ตำบลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย 42000
เบอร์สำนักงาน 0-4283-5231

