# Journal of Spatial Development and Policy

ISSN: 2985-220x (Online)



May-June 2026
Vol. 4 No. 3

Journal of Spatial Development and Policy ปีที่ 4 ฉบับที่ 3

JSDP

ISSN: 2985-220X (Online)

Journal of Spatial Development and Policy Vol. 4 No. 3

# Journal of Spatial Development and Policy

3/1273 ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40000

โทร. 080-224-1454, 081-601-5934 อีเมล: ajsdp9900@gmail.com

**เจ้าของ:** ปัญญาพัฒน์ 3/1273 ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40000

**บรรณาธิการ:**

| | |
|---|---|
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยูร แสงใส | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |

**กองบรรณาธิการ:**

| | |
|---|---|
| ศาสตราจารย์ สุวิทย์ ธีรศาศวัต | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| รองศาสตราจารย์ ดร.กัมปนาท วิจิตรศรีกมล | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรวรรณ ศรีโสมพันธ์ | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วินิจ ผาเจริญ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิกนิษฐา นาเลาห์ | มหาวิทยาลัยนครพนม |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์สิทธ์ ฆารเลิศ | มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัศนีย์ ปัทมสนธิ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ แย้มเยื้อน | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ |

**ผู้จัดการวารสาร:**

นางสาวศิโรรัตน์ ประศรี

**กำหนดออกเผยแพร่วารสาร:**

Journal of Spatial Development and Policy มีกำหนดวงรอบการเผยแพร่ปีละ 6 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 มกราคม – กุมภาพันธ์

ฉบับที่ 2 มีนาคม – เมษายน

ฉบับที่ 3 พฤษภาคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 4 กรกฎาคม – สิงหาคม

ฉบับที่ 5 กันยายน – ตุลาคม

ฉบับที่ 6 พฤศจิกายน – ธันวาคม

**การส่งบทความพิจารณาตีพิมพ์:**

ผู้เขียนเตรียมต้นฉบับบทความตามเกณฑ์เงื่อนไขของวารสารและส่งในระบบที่เว็บไซต์วารสาร https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index เปิดรับพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ตลอดทั้งปี

**จุดมุ่งหมายและขอบเขต (Aim and Scope)**

Journal of Spatial Development and Policy ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความปริทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชิงพื้นที่ตั้งแต่ระดับองค์กร กลุ่มหมู่บ้าน ตำบล จังหวัด ภูมิภาค ระดับประเทศ และระหว่างประเทศ วารสารมุ่งเน้นส่งเสริมงานวิชาการที่มีลักษณะเป็นการสร้างองค์ความรู้ด้านการพัฒนาพื้นที่ในมิติต่าง ๆ แบบบูรณาการข้ามศาสตร์ที่ผลักดันไปสู่การสร้างนโยบายของพื้นที่ โดยเปิดรับบทความทางด้านการพัฒนาพื้นที่ที่บูรณาการกับศาสตร์ต่าง ๆ ได้แก่ สังคมศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา เกษตรศาสตร์ และงานทางด้านสหวิทยาการที่มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่และผลักดันสู่การสร้างกรอบนโยบายการพัฒนาเชิงพื้นที่ ปีละ 6 ฉบับ โดยทุกบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ทั้งนี้จะมีรูปแบบที่ผู้พิจารณาบทความไม่ทราบชื่อผู้นิพนธ์บทความและผู้นิพนธ์บทความไม่ทราบชื่อผู้พิจารณาบทความเช่นเดียวกัน (Double-Blind Peer Review) เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

**ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสาร**

1) บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่นำเสนอการค้นคว้าวิจัย เกี่ยวกับด้านสังคมศาสตร์ และรวมถึงสหวิทยาการเชิงประยุกต์ด้านสังคมศาสตร์

2) บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความวิเคราะห์ วิจารณ์หรือเสนอแนวคิดใหม่

3) บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นบทความในลักษณะวิจารณ์หรืออธิบายเหตุผลสนับสนุนในประเด็นที่เห็นด้วย และ มีความเห็นแตกต่างในมุมมองวิชาการ

# บทบรรณาธิการแถลง

Journal of Spatial Development and Policy ฉบับนี้เป็นปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม–มิถุนายน 2569) มุ่งเน้นการเผยแพร่ บทความทางด้านการพัฒนาพื้นที่ที่บูรณาการกับศาสตร์ต่าง ๆ ได้แก่ สังคมศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา เกษตรศาสตร์ และงานทางด้านสหวิทยาการที่มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่และผลักดันสู่การสร้างกรอบนโยบายการพัฒนาเชิงพื้นที่ จากหลากหลายหน่วยงานและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ทั้งนี้ ทางกองบรรณาธิการยินดีเป็นสื่อกลาง สำหรับนักวิจัย นักวิชาการ นิสิต นักศึกษาทุกท่าน ที่ประสงค์จะตีพิมพ์เผยแพร่บทความของท่าน ซึ่งจะต้องผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละสาขาวิชาทางด้านสังคมศาสตร์อย่างเข้มข้น จำนวน 3 ท่าน จึงกล่าวได้ว่าบทความที่ทาง Journal of Spatial Development and Policy ได้เผยแพร่ไปนั้น มีมาตรฐานทางวิชาการ

กระผมในฐานะบรรณาธิการวารสาร จึงขอขอบคุณท่านผู้มีส่วนในการสร้างงานวิชาการเหล่านี้ นับตั้งแต่เจ้าของผลงาน ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้จัดการวารสาร และคณะกองบรรณาธิการ วารสารนี้ยังคงเป็นแหล่งรองรับผลงานดี ๆ ที่สร้างสรรค์เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาในประเด็นที่เกี่ยวข้องทางวิชาการแก่นักวิชาการ และวิญญูชนผู้สนใจโดยทั่วไป เพื่อเป็นประโยชน์แก่แวดวงวิชาการต่อไป ด้วยจิตคารวะและขอบคุณทุกท่าน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยูร แสงใส
บรรณาธิการ Journal of Spatial Development and Policy

# สารบัญ

**บทความวิจัย**


เศรษฐกิจไทยภายใต้แรงกดดันจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน: การวิเคราะห์เชิงอุตสาหกรรมและนโยบาย 1-16
*พัชรี ปรีเปรมโมทย์, ลัญจกร สัตย์สงวน, กอบกาญจน์ ปั้นพงษ์*

การศึกษาการค้าระหว่างประเทศสินค้าข้าวไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา 17-32
*ศุภนิดา เสริฐจันทึก, นนทร์ วรพาณิชย์*

อิทธิพลของหลักความยั่งยืน ESG ความไว้วางใจและคุณภาพการบริการต่อภาพลักษณ์องค์กรและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยในเขตนครปฐม 33-46
*จุฑามาศ บ่อคาวี, อมรินทร์ เทวตา*

พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 47-58
*ณัฐกานต์ สระโสม, ธนารักษ์ เหล่าสุทธิ*

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร 59-70
*วรินทร วงศ์ชู, บุญสม รัศมีโชติ*

อิทธิพลของความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานและความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของพนักงานธนาคารเจเนอเรชั่นวาย 71-84
*ลินดา ชูกลิ่น, ชวนชื่น อัคคะวณิชชา*

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 85-100
*กฤษกร อาชววาณิชกุล, ชยันต์ พิภพลาภอนันต์, กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย*

แนวทางการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในพื้นที่ต้นแบบเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออกของประเทศไทย 101-116
*จักรกฤษณ์ ดวงพัสตรา*

ความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 117-132
*ณัฐพัชร์ ธงชัย, วรดี จงอัศญากุล*

ปัจจัยที่กำหนดการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศของเกษตรกรไทยผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี 133-146
*เจนจิรา องค์วิเศษไพบูลย์, ธนาภรณ์ อธิปัญญากุล, จักรกฤษณ์ พจนศิลป์*

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

**Research Article**

# Thailand's Economy under US–China Trade War Pressure: An Industrial and Policy Analysis

**Patcharee Preepremmote[1*] Lanchakorn Satsanguan[2] and Kobkan Panphong[3]**

[1] *Assistant Professor, Faculty of Science and Arts, Burapha University, Chanthaburi Campus, Thailand*

[2] *Lecturer, Faculty of Science and Arts, Burapha University, Chanthaburi Campus, Thailand*

[3] *Lecturer, Faculty of Economics at Sriracha, Kasetsart University, Sriracha Campus, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: patcharee_p@buu.ac.th*

## ABSTRACT

The trade conflict between the United States and the People's Republic of China has exerted significant impacts on the global economic system and international production networks. Thailand, as an open economy with a high dependence on exports, is particularly sensitive to fluctuations in international trade policies and global economic conditions. Notably, since 2018, the Thai economy has shown signs of deceleration accompanied by increased volatility. This study aims to analyze the impacts of the trade war on Thailand's economic structure and key industries, as well as to examine the structural vulnerabilities of the Thai economy. Furthermore, the study proposes policy recommendations to enhance long-term competitiveness. This study employed a qualitative research approach by collecting secondary data together with primary data obtained from in-depth interviews. The data were analyzed using content analysis to synthesize key issues in accordance with the study objectives. The findings reveal that trade wars have affected Thailand's economy through the slowdown of global trade, reduced investment flows, and increased economic uncertainty. The impacts are particularly evident in industries that are highly integrated into global value chains, such as the electronics industry, the chemical and plastics industry, and other manufacturing sectors producing intermediate goods. Furthermore, the Thai economy demonstrates structural vulnerability due to its high dependence on exports and its concentration in medium value-added production, making it highly sensitive to fluctuations in global demand and trade policies. Policy implications from this study emphasize the need to promote high value-added industries, strengthen technological and innovation capabilities, develop workforce skills, and diversify export markets in order to enhance the resilience and long-term competitiveness of Thailand's economy in an increasingly uncertain global economic environment.

**Keywords:** Trade War, Thailand's Economy, Structural Vulnerability, Industries, Economic Policy

Received: 19 April 2026;
Revised: 22 May 2026;
Accepted: 26 May 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

# เศรษฐกิจไทยภายใต้แรงกดดันจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน: การวิเคราะห์เชิงอุตสาหกรรมและนโยบาย

**พัชรี ปรีเปรมโมทย์[1*] ลัญจกร สัตย์สงวน[2] และ กอบกาญจน์ ปั้นพงษ์[3]**

[1] *ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี ประเทศไทย*

[2] *อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี ประเทศไทย*

[3] *อาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ประเทศไทย*

[*] *Corresponding author. E-mail: patcharee_p@buu.ac.th*

**บทคัดย่อ**

ความขัดแย้งทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และสาธารณรัฐประชาชนจีนส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโลกและห่วงโซ่การผลิตระหว่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ประเทศไทยซึ่งมีโครงสร้างเศรษฐกิจแบบเปิดและพึ่งพาการส่งออกสูง จึงมีความอ่อนไหวต่อความผันผวนของนโยบายการค้าและเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะหลังปี พ.ศ. 2561 ที่เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มชะลอตัวและมีความผันผวนเพิ่มขึ้น การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนต่อโครงสร้างเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมหลักของไทย รวมทั้งวิเคราะห์ความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจ และเสนอแนวทางเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อสังเคราะห์ประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผลการศึกษา พบว่า สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยผ่านการชะลอตัวของการค้าโลก การลดลงของการลงทุน และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลกในระดับสูง เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก และอุตสาหกรรมการผลิตที่มีมูลค่าเพิ่มปานกลาง นอกจากนี้ เศรษฐกิจไทยยังมีความเปราะบางเชิงโครงสร้างเนื่องจากพึ่งพาการส่งออกและการผลิตสินค้าในระดับกลาง ซึ่งมีความอ่อนไหวต่อความผันผวนของตลาดโลก ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากการศึกษานี้ ได้แก่ การส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม การพัฒนาทักษะแรงงาน และการกระจายตลาดส่งออก เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเสริมสร้างความยืดหยุ่นของเศรษฐกิจไทยภายใต้ความไม่แน่นอนของระบบเศรษฐกิจโลก

**คำสำคัญ**: สงครามการค้า, เศรษฐกิจไทย, ความเปราะบางเชิงโครงสร้าง, อุตสาหกรรม, นโยบายเศรษฐกิจ

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

## บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ระบบเศรษฐกิจโลกได้เผชิญกับความเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่สำคัญจากความตึงเครียดทางการค้าและการแข่งขันเชิงยุทธศาสตร์ระหว่างประเทศมหาอำนาจ โดยเฉพาะความขัดแย้งทางการค้าระหว่างสหรัฐ ฯ และสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเริ่มปรากฏอย่างชัดเจนในปี พ.ศ. 2561 จากการดำเนินมาตรการภาษีนำเข้าและมาตรการตอบโต้ทางการค้าระหว่างกัน ความขัดแย้งดังกล่าวมิได้จำกัดอยู่เพียงประเด็นด้านดุลการค้า หากแต่ขยายตัวไปสู่การแข่งขันเชิงยุทธศาสตร์ด้านเทคโนโลยี การลงทุน และการปรับโครงสร้างห่วงโซ่การผลิตโลก ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการค้า การลงทุน และห่วงโซ่การผลิตโลก (Global Value Chains: GVCs) ความขัดแย้งดังกล่าวได้เปลี่ยนแปลงทิศทางของการค้าโลกและส่งผลต่อประเทศต่าง ๆ ทั้งในด้านโอกาสและความเสี่ยง โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาที่มีบทบาทสำคัญในห่วงโซ่การผลิตโลก (Bown, 2020; Baldwin, 2016)

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีระดับการเปิดเศรษฐกิจสูงและพึ่งพาการส่งออกเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยสัดส่วนการส่งออกต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) อยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาอื่นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกสินค้าและบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ในปี พ.ศ. 2567 มากถึงร้อยละ 70.05 (ตารางที่ 1) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า เศรษฐกิจไทยมีระดับการเปิดประเทศและความเชื่อมโยงกับการค้าระหว่างประเทศในระดับสูง โครงสร้างเศรษฐกิจไทยมีลักษณะเป็นผู้ผลิตสินค้าและชิ้นส่วนในระดับกลาง (Intermediate Goods Producer) ในห่วงโซ่การผลิตโลก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ และเคมีภัณฑ์ ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับตลาดโลกอย่างใกล้ชิด ลักษณะดังกล่าวทำให้เศรษฐกิจไทยมีความอ่อนไหวต่อความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและนโยบายการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากพึ่งพาการส่งออกและห่วงโซ่การผลิตโลกในระดับสูง โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนการส่งออกสูง เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเคมีภัณฑ์ ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับตลาดต่างประเทศในระดับสูงและมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของนโยบายการค้าโลก

**ตารางที่ 1** สัดส่วนการส่งออกสินค้าและบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2567

| ประเทศ | สัดส่วนการส่งออกสินค้าและบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (ร้อยละ) |
|---|---|
| 1) สิงคโปร์ | 178.78 |
| 2) บรูไนดารุสซาลาม | 74.27 |
| 3) มาเลเซีย | 71.34 |
| **4) ไทย** | **70.05** |
| 5) อินโดนีเซีย | 22.18 |
| 6) ฟิลิปปินส์ | 25.77 |
| 7) สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม | 90.15 |
| 8) กัมพูชา | 71.36 |
| 9) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว | N/A |
| 10) เมียนมาร์ | N/A |

หมายเหตุ: การแบ่งกลุ่มประเทศ ประกอบด้วย (1) กลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว คือ ประเทศที่มีรายได้ต่อหัวสูง ระบบเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานมีความก้าวหน้า ได้แก่ สิงคโปร์ บรูไนดารุสซาลาม (2) กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา คือ กลุ่มหลักของอาเซียน แต่ระดับการพัฒนาแตกต่างกัน โดยมักจะเป็นประเทศรายได้ปานกลางระดับสูง (Upper-middle income) มีการพึ่งพาการส่งออกและการท่องเที่ยวสูง ได้แก่ มาเลเซีย ไทย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และ (3) กลุ่มประเทศ CLMV หรือ “ประเทศกำลังพัฒนาใหม่” ได้แก่ กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เมียนมาร์ และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ที่มา: World Bank Open Data (2026)

ความตึงเครียดทางการค้าระหว่างประเทศมหาอำนาจได้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของห่วงโซ่การผลิตโลก โดยบริษัทข้ามชาติหลายแห่งเริ่มกระจายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่นเพื่อลดความเสี่ยงจากมาตรการกีดกันทางการค้า แนวโน้มดังกล่าวส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ ต้องปรับกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ (World Bank, 2022; UNCTAD, 2021) สำหรับประเทศไทย แม้ว่าจะมีโอกาสได้รับประโยชน์จากการย้ายฐานการผลิตของบริษัทต่างชาติ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องเผชิญกับความท้าทายจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นระหว่างประเทศในภูมิภาค เช่น เวียดนาม อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ทั้งนี้ในระดับอุตสาหกรรม ผลกระทบของสงครามการค้าปรากฏให้เห็นในหลายภาคการผลิต โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับการค้าโลกในระดับสูง เช่น อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก ซึ่งจำเป็นต้องปรับโครงสร้างการผลิตไปสู่สินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการผลิตของไทยยังต้องเผชิญกับแรงกดดันจากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และการแข่งขันจากประเทศที่มีต้นทุนแรงงานต่ำกว่า

แม้ว่างานวิจัยจำนวนมากได้ศึกษาผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ต่อเศรษฐกิจในระดับมหภาค โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงโครงสร้างและเชิงอุตสาหกรรม รวมถึงการเชื่อมโยงผลการศึกษาไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปใช้ได้จริง โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทย ซึ่งมีลักษณะเฉพาะด้านโครงสร้างเศรษฐกิจและบทบาทในห่วงโซ่การผลิตโลก นอกจากนี้ งานวิจัยในอดีตมักเน้นการวิเคราะห์เชิงปริมาณเป็นหลัก และยังขาดการผสมผสานข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถช่วยอธิบายกลไกการปรับตัวของอุตสาหกรรมและความท้าทายเชิงนโยบายได้อย่างลึกซึ้ง การศึกษานี้จึงมีความสำคัญในการวิเคราะห์ผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ต่อเศรษฐกิจไทยในมิติที่ครอบคลุมทั้งระดับมหภาคและระดับอุตสาหกรรม โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเศรษฐกิจและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับสถานการณ์และแนวโน้มของเศรษฐกิจไทยภายใต้ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก

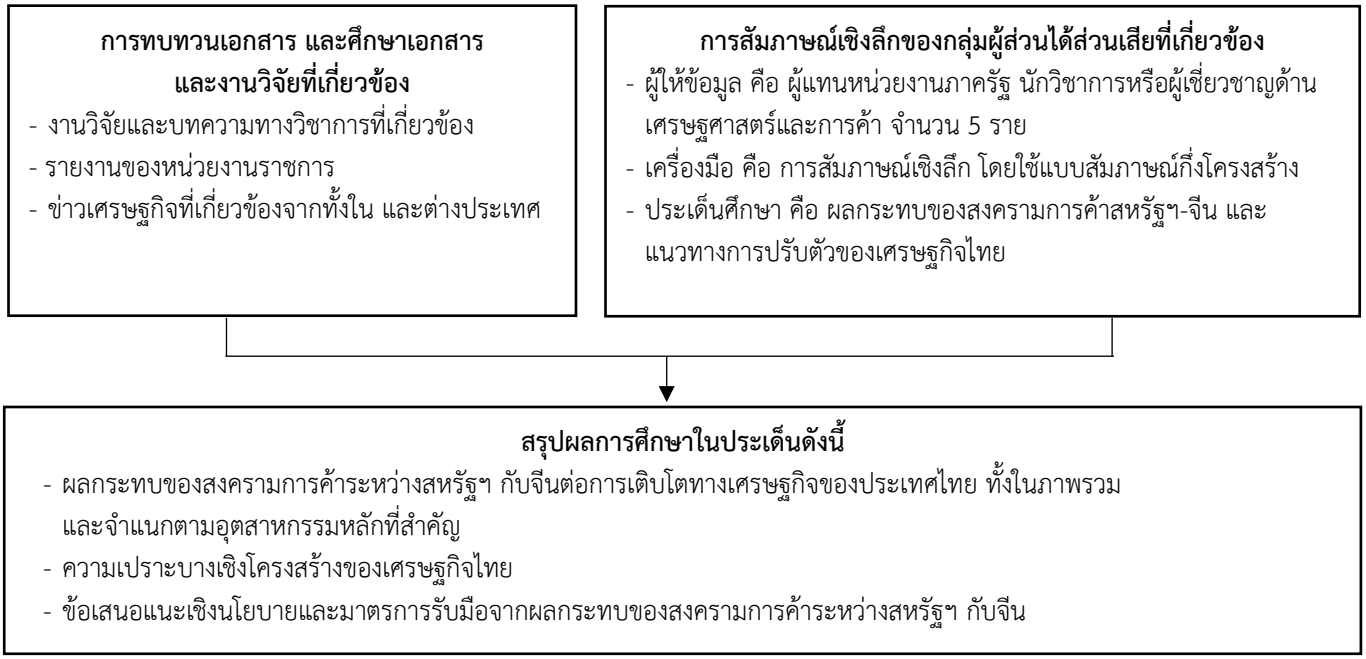
## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ต่อโครงสร้างเศรษฐกิจไทย และอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทย
3. เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและมาตรการรับมือจากผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย

## การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ถือเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโลก การค้า และการลงทุนระหว่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ (Bown, 2020) โดยเฉพาะประเทศที่มีลักษณะเป็นเศรษฐกิจเปิดและพึ่งพาการส่งออกในระดับสูง เช่น ประเทศไทย ซึ่งมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของนโยบายการค้าโลก (World Bank, 2022) ภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าโลก (Global Value Chains: GVCs) การเปลี่ยนแปลงของมาตรการทางการค้าส่งผลต่อการเคลื่อนย้ายการลงทุน การปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน และความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับตลาดโลก (Baldwin, 2016) โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เคมีภัณฑ์และพลาสติก รวมถึงอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศไทย นอกจากนี้ แนวคิดความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจ (Structural Vulnerability) อธิบายว่า ประเทศที่พึ่งพาการส่งออกและการผลิตเพื่อเชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลกในระดับสูง จะมีความเสี่ยงต่อแรงกระแทกจากภายนอกมากกว่าประเทศที่มีโครงสร้างเศรษฐกิจที่หลากหลาย (UNCTAD, 2021; World Bank, 2022)

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดกรอบแนวคิดโดยพิจารณาสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจไทยผ่านช่องทางด้านการค้า การลงทุน และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ซึ่งนำไปสู่ผลกระทบต่อโครงสร้างเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมหลักของประเทศ และสะท้อนความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทย ก่อนนำไปสู่การสังเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและความยืดหยุ่นทางเศรษฐกิจในระยะยาว โดยมีรายละเอียดของกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย ดังภาพที่ 1




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งวิเคราะห์ผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ต่อเศรษฐกิจไทยในมิติของโครงสร้างเศรษฐกิจ และระดับอุตสาหกรรม ด้วยการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) รายละเอียดดังนี้

**1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ**

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์และการค้า จำนวน 5 ราย ซึ่งใช้การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และอ้างอิงตามหลักเกณฑ์ของการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) ของ Nastasi and Schensul (2005) (อ้างถึงใน ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559) โดยพิจารณาจากความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย

**2. การรวบรวมข้อมูล**

การศึกษานี้รวบรวมข้อมูลจาก 2 ส่วน ได้แก่

2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งรวบรวมจากเอกสาร รายงาน และฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ต่อเศรษฐกิจไทย เช่น สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2564) ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563) กระทรวงพาณิชย์ (2564) สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2565) และรายงานจากองค์กรระหว่างประเทศ เช่น World Bank, International Monetary Fund (IMF) (2019), World Trade Organization (WTO), United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) ตลอดจนบทความวิจัยและเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อระบุรูปแบบ และประเด็นสำคัญเกี่ยวกับผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ต่อเศรษฐกิจไทย

2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับภาคเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม เพื่อสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน และแนวทางการปรับตัวของเศรษฐกิจไทย ซึ่งแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยผ่านการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence: IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน และผ่านการรับรองจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา รหัสโครงการ HU033/2568(E1)

**3. การวิเคราะห์ข้อมูล**

ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึกระหว่างเดือนมิถุนายน พ.ค. 2568 – เดือนมกราคม 2569 ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสังเคราะห์ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนต่อเศรษฐกิจไทย ความเปราะบางเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรม และแนวทางเชิงนโยบายในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยกระบวนการวิเคราะห์เริ่มจากการจัดระเบียบข้อมูล และจัดกลุ่มประเด็นออกเป็นหมวดหมู่และประเด็นหลักตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยข้อมูลทุติยภูมิพิจารณาจากความสอดคล้องและแนวโน้มของข้อมูลจากหลายแหล่ง ส่วนข้อมูลจากการสัมภาษณ์ใช้การตีความจากประเด็นที่ปรากฏซ้ำ ความสอดคล้องของความคิดเห็น และความเชื่อมโยงกับบริบทเศรษฐกิจไทย ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการศึกษา การวิจัยนี้ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสารและสถิติ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ข้อมูลจากงานวิจัยและรายงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแนวทางดังกล่าวช่วยให้ผลการศึกษามีความถูกต้องและสามารถสะท้อนสถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้อย่างรอบด้าน

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

**1. ผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนต่อโครงสร้างเศรษฐกิจไทย และอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย**

จากผลการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนภาครัฐ นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจและการค้า สามารถสังเคราะห์และสรุปประเด็นสำคัญเกี่ยวกับผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ต่อโครงสร้างเศรษฐกิจไทยและอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย ได้ดังนี้

1.1 ผลกระทบต่อโครงสร้างเศรษฐกิจไทย

สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในฐานะประเทศเศรษฐกิจเปิดผ่านหลายช่องทางสำคัญ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของการค้าโลก การลงทุนระหว่างประเทศ และความไม่แน่นอนทางนโยบายการค้า ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจในระยะกลางและระยะยาว ซึ่งผลกระทบดังกล่าวมีลักษณะเป็นทั้งผลกระทบทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะในช่วงหลังปี พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน พบว่า เศรษฐกิจไทยเผชิญแรงกดดันจากภายนอกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และระดับการเติบโตทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มชะลอลงเมื่อเทียบกับช่วงก่อนเกิดความขัดแย้งทางการค้า ทั้งนี้ ความผันผวนของเศรษฐกิจไทยมีความสัมพันธ์กับระดับความรุนแรงของมาตรการทางการค้าและทิศทางของเศรษฐกิจโลกในแต่ละช่วงเวลา โดยสามารถจำแนกผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ต่อเศรษฐกิจไทยออกเป็น 4 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1.1.1 ผลกระทบต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Growth)

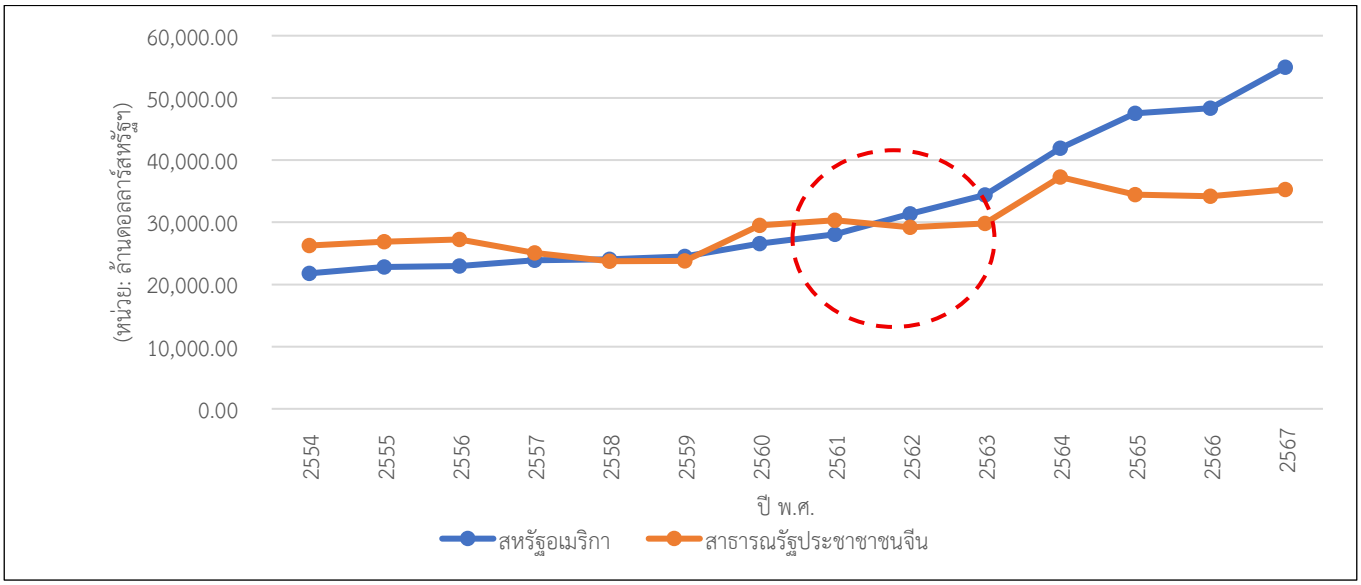
การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมีแนวโน้มชะลอตัวลงอย่างชัดเจนภายหลังการเริ่มต้นของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นช่วงที่การค้าโลกเริ่มชะลอตัวและความไม่แน่นอนทางนโยบายการค้าเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งก่อนเกิดสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน เศรษฐกิจไทยมีอัตราการเติบโตในระดับปานกลาง โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากภาคการส่งออก การท่องเที่ยว และการบริโภคภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม ภายหลังปี พ.ศ. 2561 พบว่า อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) มีแนวโน้มลดลงและมีความผันผวนเพิ่มขึ้น สะท้อนถึงความเปราะบางของเศรษฐกิจไทยต่อแรงกระแทกจากภายนอก

นอกจากนี้ เศรษฐกิจไทยมีลักษณะการฟื้นตัวที่ค่อนข้างจำกัดในช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจโลกและการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งระดับการเติบโตดังกล่าวยังอยู่ในกรอบที่ค่อนข้างจำกัดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาอื่นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยพิจารณาจากอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ การลงทุนภาคเอกชน และความสามารถในการดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งพบว่า ประเทศไทยยังมีการพึ่งพาอุตสาหกรรม

การผลิตระดับกลางและสินค้าขั้นกลางในสัดส่วนสูงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น เวียดนามและมาเลเซีย ที่สามารถยกระดับอุตสาหกรรมมูลค่าเพิ่มสูงได้รวดเร็วกกว่าซึ่งสะท้อนถึงข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในด้านผลิตภาพ การลงทุน และการยกระดับเทคโนโลยี

1.1.2 ผลกระทบต่อการส่งออก (Export)

ภาคการส่งออกของประเทศไทยได้รับผลกระทบโดยตรงจากสงครามการค้า เนื่องจากเศรษฐกิจไทยมีโครงสร้างการผลิตที่พึ่งพาการส่งออกในระดับสูง และมีความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลกอย่างใกล้ชิด ซึ่งภายหลังการเริ่มต้นของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน พบว่า มูลค่าการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าหลักมีความผันผวนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีแนวโน้มชะลอตัวลงในบางช่วง ขณะที่การส่งออกไปยังประเทศสหรัฐฯ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (ภาพที่ 2) สะท้อนถึงปรากฏการณ์การเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade Diversion) ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของนโยบายการค้าโลก อย่างไรก็ตาม ผลประโยชน์จากการเบี่ยงเบนทางการค้าดังกล่าวมีลักษณะเป็นเพียงโอกาสในระยะสั้น และยังมีข้อจำกัดจากความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย รวมถึงข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีและโครงสร้างการผลิต




**ภาพที่ 2** แนวโน้มของการส่งออกของประเทศไทย ไปยังสหรัฐฯ และสาธารณรัฐประชาชนจีน
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2568)

1.1.3 ผลกระทบต่อการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI)

สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ส่งผลให้กระแสการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมีความไม่แน่นอนเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนทิศทางไปยังประเทศที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนและนโยบายอุตสาหกรรม ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2561 บริษัทข้ามชาติหลายแห่งเริ่มปรับโครงสร้างห่วงโซ่การผลิตและกระจายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น เวียดนาม อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ซึ่งมีต้นทุนแรงงานต่ำกว่าและมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนที่ชัดเจน

สำหรับประเทศไทย แม้ว่าจะได้รับประโยชน์จากการย้ายฐานการผลิตในบางอุตสาหกรรม เช่น อิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์ แต่การเพิ่มขึ้นของการลงทุนดังกล่าวยังมีลักษณะไม่สม่ำเสมอ และยังเผชิญข้อจำกัดจากปัจจัยด้านโครงสร้าง เช่น ต้นทุนแรงงาน ทักษะแรงงาน โครงสร้างพื้นฐาน และความชัดเจนของนโยบายอุตสาหกรรม ดังนั้น สงครามการค้าจึงเป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงต่อการลงทุนในประเทศไทย

1.1.4 ผลกระทบต่อความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทย (Structural Vulnerability)

สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ได้สะท้อนให้เห็นถึงความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทยอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในด้านการพึ่งพาการส่งออกและการเชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลกในระดับสูง

เศรษฐกิจไทยมีลักษณะเป็นผู้ผลิตสินค้าในระดับกลาง (Intermediate Goods Producer) ซึ่งมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของนโยบายการค้าและความต้องการของตลาดโลก ดังนั้น เมื่อเกิดความผันผวนในระบบการค้าโลก เศรษฐกิจไทยจึงได้รับผลกระทบในระดับที่สูงกว่าประเทศที่มีโครงสร้างเศรษฐกิจที่หลากหลายหรือมีตลาดภายในประเทศขนาดใหญ่

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของระบบการค้าโลกในช่วงหลังสงครามการค้ามีลักษณะเป็นการกระจายตัวของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Fragmentation) การย้ายฐานการผลิต (Production Relocation) และการแข่งขันด้านเทคโนโลยีและนโยบายอุตสาหกรรม แนวโน้มดังกล่าวทำให้ประเทศต่าง ๆ ต้องปรับกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน และประเทศไทยจำเป็นต้องเร่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่การผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้เทคโนโลยีมากขึ้น

1.2 ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย

สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมหลักของประเทศไทยในระดับที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับระดับการพึ่งพาการส่งออก ความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลก และความสามารถในการปรับตัวของแต่ละอุตสาหกรรม โดยอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับการค้าโลกสูง เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ของประเทศ (New S-Curve) ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงของนโยบายการค้า การลงทุน และการย้ายฐานการผลิตระหว่างประเทศ ขณะที่อุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมเป้าหมายเดิมของประเทศ (First S-Curve) ของประเทศไทย ได้รับผลกระทบผ่านการเปลี่ยนแปลงของตลาด มาตรการทางการค้า และการแข่งขันด้านมาตรฐานสินค้า ทั้งนี้ ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมหลักของประเทศไทยสามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มสำคัญ ดังนี้

1.2.1 อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ในระดับสูง เนื่องจากมีความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลก (Global Value Chains) และพึ่งพาการส่งออกเป็นหลัก โดยเฉพาะการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ และสาธารณรัฐประชาชนจีน ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2561 บริษัทข้ามชาติหลายแห่งได้ปรับโครงสร้างห่วงโซ่การผลิตเพื่อลดความเสี่ยงจากมาตรการภาษีและข้อจำกัดด้านการค้า ส่งผลให้เกิดการกระจายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงประเทศไทย ซึ่งสร้างโอกาสในการดึงดูดการลงทุนในบางกลุ่มสินค้า เช่น ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์สื่อสาร

อย่างไรก็ตาม ผลประโยชน์ดังกล่าวมีลักษณะเป็นโอกาสเชิงโครงสร้างในระยะสั้นและระยะกลาง เนื่องจากการแข่งขันด้านการลงทุนในภูมิภาคมีความรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศเวียดนามและมาเลเซีย ซึ่งมีนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมเทคโนโลยีที่ชัดเจน นอกจากนี้ ยังพบว่า อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ไทยเผชิญกับความท้าทายด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม เนื่องจากยังคงมีบทบาทเป็นผู้ผลิตสินค้าในระดับกลาง (Intermediate Goods) มากกว่าการผลิตสินค้าเทคโนโลยีขั้นสูง ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวยังมีข้อจำกัด ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าสงครามการค้าได้สร้างทั้งโอกาสและความเสี่ยงต่ออุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย โดยเฉพาะในด้านการย้ายฐานการผลิตและการแข่งขันด้านเทคโนโลยี

1.2.2 อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก

อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติกได้รับผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนในลักษณะที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนการผลิตและความผันผวนของตลาดโลก เนื่องจากอุตสาหกรรมดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับภาคการผลิตและการส่งออกในหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ในช่วงที่เกิดความตึงเครียดทางการค้า พบว่า ความต้องการสินค้าในตลาดโลกมีความผันผวน ส่งผลให้ปริมาณการผลิตและการส่งออกของอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติกลดลงในบางช่วงเวลา โดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจโลกชะลอตัวและมีความไม่แน่นอนด้านนโยบายการค้า

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและมาตรฐานสินค้าในตลาดต่างประเทศ เช่น มาตรการลดการใช้พลาสติกและมาตรการด้านคาร์บอน ได้เพิ่มต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการ และทำให้อุตสาหกรรมต้องปรับตัวไปสู่การผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อีกประเด็นสำคัญ ก็คือ ความผันผวนของราคาวัตถุดิบและพลังงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดความไม่แน่นอนในระบบเศรษฐกิจโลก โดยภาพรวมแล้ว สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ได้เพิ่มความเสี่ยงด้านต้นทุนและตลาดของอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก และทำให้อุตสาหกรรมต้องเร่งปรับตัวด้านเทคโนโลยีและมาตรฐานการผลิต

1.2.3 อุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร

อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารได้รับผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ในลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดส่งออกและมาตรการทางการค้า โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของความต้องการสินค้าเกษตรในตลาดโลก ในช่วงที่เกิดความตึงเครียดทางการค้า พบว่า การส่งออกสินค้าเกษตรบางประเภท เช่น ข้าว ยางพารา ผลไม้ และอาหารแปรรูป มีความผันผวนเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของนโยบายการค้าและอัตราภาษีนำเข้าในประเทศคู่ค้า อย่างไรก็ตาม สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ได้สร้างโอกาสใหม่ให้กับอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารของประเทศไทย โดยเฉพาะในกรณีที่ประเทศคู่ค้าเปลี่ยนแหล่งนำเข้าสินค้าเกษตรจากประเทศอื่นมายังประเทศไทย ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “Trade Diversion” เช่น การเพิ่มขึ้นของการส่งออกสินค้าเกษตรไปยังตลาดจีน และการขยายตลาดสินค้าอาหารในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งโอกาสดังกล่าวยังมีข้อจำกัดจากปัจจัยด้านคุณภาพสินค้า มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร และความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านมาตรการทางการค้าและมาตรฐานสินค้า เช่น มาตรการด้านความปลอดภัยอาหาร มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม และมาตรการด้านสุขอนามัยและพืช (SPS) ซึ่งอาจส่งผลต่อความสามารถในการส่งออกสินค้าในระยะยาว

**2. ความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทย**

จากข้อมูลทุติยภูมิร่วมกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ สะท้อนว่า ความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทยเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยได้รับผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ในระดับที่สูงกว่าหลายประเทศในภูมิภาค โดยเฉพาะในบริบทที่เศรษฐกิจไทยมีลักษณะเป็นเศรษฐกิจเปิด (Open Economy) และมีความเชื่อมโยงกับการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศในระดับสูง ซึ่งความเปราะบางดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะจากสถานการณ์สงครามการค้าเท่านั้น แต่เป็นผลจากข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจที่สะสมมาเป็นระยะเวลานาน ได้แก่ การพึ่งพาการส่งออกในสัดส่วนสูง ซึ่งในปี พ.ศ. 2567 ไทยมีสัดส่วนการส่งออกสินค้าและบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมากถึงร้อยละ 70.05 ซึ่งสูงกว่าประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศในภูมิภาค เช่น อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ ประกอบกับโครงสร้างการส่งออกของไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ในอุตสาหกรรมการผลิตระดับกลาง เช่น อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ และเคมีภัณฑ์ และข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีและผลิตภาพของแรงงาน ซึ่งล้วนทำให้เศรษฐกิจไทยมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก โดยสามารถจำแนกความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทยออกเป็น 4 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

2.1 การพึ่งพาการส่งออกในระดับสูง (Export Dependence)

เศรษฐกิจไทยมีการพึ่งพาการส่งออกในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยภาคการส่งออกมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจมาอย่างต่อเนื่อง โดยการพึ่งพาการส่งออกในระดับสูงทำให้เศรษฐกิจไทยมีความอ่อนไหวต่อความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและนโยบายการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดความตึงเครียดทางการค้า พบว่า ความต้องการสินค้าในตลาดโลกมีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ภาคการผลิตและการส่งออกของประเทศไทยชะลอตัวลง นอกจากนี้ โครงสร้างการส่งออกของประเทศไทยยังมีการกระจุกตัวในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าเกษตรบางประเภท เช่น สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน ยานยนต์และชิ้นส่วน เคมีภัณฑ์ ยางพารา และผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลกและอุปสงค์

จากต่างประเทศในระดับสูง ดังนั้น การพึ่งพาการส่งออกในระดับสูงจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยมีความเปราะบางต่อแรงกระแทกจากภายนอก

2.2 การพึ่งพาห่วงโซ่การผลิตโลก (Global Value Chain Dependence)

อุตสาหกรรมของประเทศไทยมีความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลกในระดับสูง โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ และเคมีภัณฑ์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก ซึ่งการพึ่งพาห่วงโซ่การผลิตโลกทำให้เศรษฐกิจไทยได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการผลิตในระดับโลก เช่น การย้ายฐานการผลิต การปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน และการเปลี่ยนแปลงของนโยบายการค้า ในช่วงที่เกิดสงครามการค้า บริษัทข้ามชาติหลายแห่งได้ปรับโครงสร้างห่วงโซ่การผลิตเพื่อลดความเสี่ยงจากมาตรการภาษี ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านการดึงดูดการลงทุนระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

สำหรับประเทศไทย แม้ว่าจะได้รับประโยชน์จากการย้ายฐานการผลิตในบางอุตสาหกรรม แต่ความสามารถในการดึงดูดการลงทุนในระยะยาวยังขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านโครงสร้าง เช่น ทักษะแรงงาน เทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐาน และนโยบายอุตสาหกรรม ดังนั้น การพึ่งพาห่วงโซ่การผลิตโลกจึงเป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงต่อเศรษฐกิจไทย

2.3 ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีและผลิตภาพ (Technology and Productivity Constraints)

หนึ่งในข้อจำกัดเชิงโครงสร้างที่สำคัญของเศรษฐกิจไทย คือ ระดับเทคโนโลยีและผลิตภาพของแรงงานที่ยังอยู่ในระดับปานกลาง โดยเมื่อพิจารณาจากสัดส่วนการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ของประเทศไทยที่อยู่ประมาณร้อยละ 1.16 ของ GDP ในปี พ.ศ. 2565 ซึ่งยังต่ำกว่าประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศ เช่น เกาหลีใต้และญี่ปุ่นที่มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยเศรษฐกิจไทยยังคงมีลักษณะเป็นผู้ผลิตสินค้าในระดับกลาง (Intermediate Goods Producer) ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มไม่สูง และมีความสามารถในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมในระดับจำกัด ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในระยะยาวยังมีข้อจำกัด

ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีและผลิตภาพดังกล่าวทำให้เศรษฐกิจไทยมีความเสี่ยงต่อการสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว โดยเฉพาะในบริบทของการแข่งขันด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในระบบเศรษฐกิจโลก

2.4 ความไม่สมดุลของโครงสร้างเศรษฐกิจ (Structural Imbalance)

โครงสร้างเศรษฐกิจไทยยังมีลักษณะไม่สมดุลระหว่างภาคเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการกระจุกตัวของการผลิตและการส่งออกในบางอุตสาหกรรม ขณะที่ภาคเศรษฐกิจอื่นยังมีบทบาทจำกัด นอกจากนี้ การพึ่งพาตลาดต่างประเทศในระดับสูงและการขยายตัวของเศรษฐกิจที่พึ่งพาการลงทุนและการส่งออกเป็นหลัก ทำให้เศรษฐกิจไทยมีความเสี่ยงต่อความผันผวนของเศรษฐกิจโลก อีกประเด็นสำคัญ คือ ความแตกต่างด้านระดับการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างภูมิภาค ซึ่งสะท้อนถึงความไม่สมดุลของโครงสร้างเศรษฐกิจในระดับพื้นที่ และอาจส่งผลต่อความสามารถในการปรับตัวของเศรษฐกิจในระยะยาว ดังนั้น การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีความหลากหลายและสมดุลมากขึ้นจึงเป็นแนวทางสำคัญในการลดความเปราะบางของเศรษฐกิจไทย

**3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและมาตรการรับมือจากผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน**

จากผลการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า เศรษฐกิจไทยยังมีความเปราะบางเชิงโครงสร้างจากการพึ่งพาการส่งออกและอุตสาหกรรมการผลิตระดับกลางในสัดส่วนสูง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มความยืดหยุ่นของเศรษฐกิจไทย ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ได้ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายระยะสั้น (Short-term Policy Measures)

มาตรการในระยะสั้นควรมุ่งเน้นการลดผลกระทบจากความผันผวนของการค้าโลกและช่วยเหลือภาคธุรกิจโดยเฉพาะผู้ส่งออกที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากสงครามการค้า

3.1.1 มาตรการช่วยเหลือผู้ส่งออก

ภาครัฐควรดำเนินมาตรการช่วยเหลือผู้ส่งออกที่ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของตลาดโลก เช่น การให้ข้อมูลตลาดและแนวโน้มการค้าอย่างต่อเนื่อง การสนับสนุนการเจรจาทางการค้าและการขยายตลาดใหม่ การให้

คำปรึกษาด้านกฎระเบียบและมาตรการทางการค้า และการสนับสนุนด้านโลจิสติกส์และการขนส่ง เป็นต้น ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะช่วยลดความเสี่ยงของผู้ประกอบการและเพิ่มความสามารถในการปรับตัวในระยะสั้น

3.1.2 การสนับสนุนเงินทุน

ภาครัฐควรจัดให้มีแหล่งเงินทุนและมาตรการทางการเงินเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีข้อจำกัดด้านสภาพคล่องและความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยมาตรการที่เหมาะสม ได้แก่ การจัดตั้งกองทุนสนับสนุนผู้ประกอบการ การให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ การค้ำประกันสินเชื่อ และการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรักษาระดับการผลิตและการจ้างงานได้ในช่วงที่เศรษฐกิจมีความผันผวน

3.1.3 การลดต้นทุนการผลิต

ภาครัฐควรดำเนินมาตรการลดต้นทุนการผลิตของภาคธุรกิจ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก เช่น การลดภาษีหรือค่าธรรมเนียมบางประเภท การสนับสนุนด้านพลังงานและโลจิสติกส์ การปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบขนส่ง และการลดขั้นตอนทางกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ เป็นต้น ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในระยะสั้นและลดผลกระทบจากความผันผวนของต้นทุน

3.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายระยะกลาง (Medium-term Policy Measures)

มาตรการในระยะกลางควรมุ่งเน้นการปรับตัวของโครงสร้างเศรษฐกิจและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

3.2.1 การกระจายตลาดส่งออก

ภาครัฐควรส่งเสริมการกระจายตลาดส่งออกไปยังประเทศและภูมิภาคใหม่ เพื่อลดการพึ่งพาตลาดหลักและเพิ่มความหลากหลายของตลาด แนวทางสำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมการเจรจาความตกลงทางการค้า (FTA) การพัฒนาเครือข่ายการค้าในภูมิภาคใหม่ การสนับสนุนผู้ประกอบการในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ และการพัฒนาแบรนด์สินค้าไทยในตลาดโลก ซึ่งการกระจายตลาดส่งออกจะช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศคู่ค้าหลัก

3.2.2 การพัฒนาเทคโนโลยี

ภาครัฐควรสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต แนวทางสำคัญ ได้แก่ การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา (R&D) การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี และการสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยี ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในระยะกลาง

3.2.3 การพัฒนาทักษะแรงงาน

ภาครัฐควรดำเนินนโยบายพัฒนาทักษะแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะทักษะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม แนวทางสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต การสนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษาและภาคอุตสาหกรรม และการพัฒนาทักษะแรงงานในสาขาเทคโนโลยี ซึ่งการพัฒนาทักษะแรงงานจะช่วยเพิ่มผลิตภาพและความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจในระยะกลาง

3.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายระยะยาว (Long-term Policy Measures)

มาตรการในระยะยาวควรมุ่งเน้นการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและการสร้างความยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจ

3.3.1 การพัฒนาอุตสาหกรรมมูลค่าเพิ่มสูง

ภาครัฐควรส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว แนวทางสำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง การพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัล การสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม และการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมมูลค่าเพิ่มสูงจะช่วยเพิ่มรายได้และลดความเปราะบางของเศรษฐกิจ

3.3.2 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ

ภาครัฐควรดำเนินนโยบายปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีความหลากหลายและสมดุลมากขึ้น เพื่อลดการพึ่งพาการส่งออกและเพิ่มความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจภายในประเทศ แนวทางสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้ การส่งเสริมผู้ประกอบการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการเพิ่มบทบาทของเศรษฐกิจภายในประเทศ ซึ่งการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจจะช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและลดความเสี่ยงของเศรษฐกิจในระยะยาว

3.3.3 การสร้างความยืดหยุ่นทางเศรษฐกิจ

ภาครัฐควรพัฒนากลไกเพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นของเศรษฐกิจในการรับมือกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก เช่น การพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ การสร้างความหลากหลายของโครงสร้างเศรษฐกิจ การพัฒนาระบบข้อมูลเศรษฐกิจ และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ ซึ่งการสร้างความยืดหยุ่นทางเศรษฐกิจจะช่วยให้เศรษฐกิจไทยสามารถปรับตัวและรักษาเสถียรภาพได้ในระยะยาว

## อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ต่อโครงสร้างเศรษฐกิจไทย และอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย พบว่า สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน เป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยผ่านด้านการค้า การลงทุน และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภายใต้โครงสร้างเศรษฐกิจเปิดของไทยที่มีความเชื่อมโยงกับระบบการค้าโลกในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Bown (2020) และ World Bank (2020) ที่ระบุว่า ความตึงเครียดทางการค้าระหว่างประเทศมหาอำนาจสามารถส่งผลต่อการค้าโลกและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสะท้อนให้เห็นว่า สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ไม่ได้เป็นเพียงปัจจัยกระทบระยะสั้นต่อการส่งออกหรือการลงทุนเท่านั้น แต่ยังเป็นแรงกระตุ้นให้ข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทยปรากฏชัดเจนขึ้น โดยเฉพาะในด้านการพึ่งพาการส่งออก การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลก และข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีและผลิตภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Baldwin (2016) และ Rodrik (2011) ที่ระบุว่า ประเทศที่มีโครงสร้างเศรษฐกิจพึ่งพาการส่งออกในระดับสูงมักมีความอ่อนไหวต่อแรงกระแทกจากภายนอก

นอกจากนี้ สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ยังส่งผลต่อเศรษฐกิจไทยผ่านการชะลอตัวของการค้าโลก การลงทุน และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ซึ่งกระทบต่อการเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ สอดคล้องกับงานศึกษาของ Amiti, Redding, and Weinstein (2019) ที่พบว่า มาตรการภาษีระหว่างประเทศมหาอำนาจส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นและนำไปสู่การลดลงของปริมาณการค้าในระดับโลก นอกจากนี้ งานศึกษาของ Fajgelbaum et al. (2020) ยังระบุว่า ความไม่แน่นอนทางนโยบายการค้า (Trade Policy Uncertainty) มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของภาคธุรกิจและทำให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจชะลอตัวลง ในบริบทของประเทศไทย งานศึกษาของ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563) และ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2564) พบว่า การชะลอตัวของการค้าโลกและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงหลังปี พ.ศ. 2561

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมหลักของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนแตกต่างกันตามระดับการพึ่งพาการส่งออก ความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลก และความสามารถในการปรับตัวของแต่ละอุตสาหกรรม โดยอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเคมีภัณฑ์ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงด้านการค้าและการลงทุน ขณะที่อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดและมาตรการทางการค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ Global Value Chain (GVC) ซึ่งระบุว่า การเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่การผลิตในระดับโลกสามารถส่งผลต่อโครงสร้างอุตสาหกรรมและการกระจายฐานการผลิตในประเทศกำลังพัฒนา (Gereffi, 2018; UNCTAD, 2021)

ในกรณีของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การย้ายฐานการผลิตของบริษัทข้ามชาติเป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงต่อประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Kimura et al. (2020) ที่พบว่า ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต้องแข่งขันกันในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ สำหรับอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก ผลการศึกษาพบว่า

ความผันผวนของราคาวัตถุดิบและความต้องการสินค้าในตลาดโลกเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Organisation for Economic Co-operation and Development (2020) ที่ระบุว่า อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความอ่อนไหวต่อความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และในส่วนของอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงของนโยบายการค้าและมาตรการด้านมาตรฐานสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade Diversion) และงานศึกษาของ Anderson (2014) ที่ระบุว่า การเปลี่ยนแปลงของนโยบายการค้าสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของแหล่งนำเข้าสินค้าในตลาดโลก ดังนั้น การพัฒนาเทคโนโลยี การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการยกระดับมาตรฐานสินค้า จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตร

ผลการวิเคราะห์ความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทย พบว่า ความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทยเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยได้รับผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน โดยเฉพาะในด้านการพึ่งพาการส่งออกและการเชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลกในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Structural Vulnerability และงานศึกษาของ Rodrik (2011) ที่ระบุว่า ประเทศกำลังพัฒนาที่มีโครงสร้างเศรษฐกิจพึ่งพาการส่งออกในระดับสูงมักมีความเสี่ยงต่อความผันผวนของเศรษฐกิจโลก นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานศึกษาของ Hausmann, Rodrik, and Velasco (2008) ซึ่งระบุว่า ข้อจำกัดด้านผลิตภาพและการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดศักยภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว ในบริบทของประเทศไทย งานศึกษาของ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2565) พบว่า โครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศไทยยังคงพึ่งพาการผลิตสินค้าในระดับกลาง (Intermediate Goods) และมีข้อจำกัดด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของงานวิจัยนี้ ดังนั้น การลดความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทยจำเป็นต้องอาศัยการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ การพัฒนาเทคโนโลยี และการเพิ่มขีดความสามารถของแรงงาน เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว

## องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญของการศึกษานี้ คือ การชี้ให้เห็นว่า ผลกระทบของสงครามการค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับความรุนแรงของเหตุการณ์เพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับระดับ ความเปราะบางเชิงโครงสร้าง (Structural Vulnerability) ของเศรษฐกิจในแต่ละประเทศ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 3




**ภาพที่ 3** องค์ความรู้ใหม่

## สรุปผลการวิจัย

สงครามการค้าเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจไทยผ่านด้านการค้า การลงทุน และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ โดยหลังปี พ.ศ. 2561 เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มชะลอตัวและผันผวนมากขึ้น สะท้อนความอ่อนไหวต่อแรงกระแทกจากภายนอก โดยภาคการส่งออกได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงของนโยบายการค้าและอุปสงค์โลก ขณะที่อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ พลาสติก ได้รับผลกระทบสูงจากความผันผวนของห่วงโซ่การผลิตโลก ส่วนอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารได้รับผลกระทบจากมาตรการทางการค้าและมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสะท้อนว่า ความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทยเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ไทยได้รับผลกระทบจากสงครามการค้าในระดับสูง โดยเฉพาะการพึ่งพาการส่งออกและการผลิตสินค้าในระดับกลาง รวมถึงข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันระยะยาวยังมีข้อจำกัด ทั้งนี้ การพึ่งพาตลาดต่างประเทศในระดับสูงยังทำให้เศรษฐกิจไทยมีความอ่อนไหวต่อความผันผวนของเศรษฐกิจโลก

ในเชิงนโยบาย การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและความยืดหยุ่นของเศรษฐกิจไทยจำเป็นต้องอาศัยการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจในระยะยาว โดยเฉพาะการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง

การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม การพัฒนาทักษะแรงงาน และการกระจายตลาดส่งออกไปยังภูมิภาคใหม่ เพื่อเพิ่มความสามารถในการปรับตัวของเศรษฐกิจไทยภายใต้ความไม่แน่นอนของระบบเศรษฐกิจโลก

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ระยะสั้น: กระทรวงพาณิชย์ควรสนับสนุนข้อมูลตลาดและการขยายตลาดส่งออก ขณะที่ธนาคารแห่งประเทศไทยและบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ควรสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและมาตรการค้ำประกันสินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะภาคการส่งออกและอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลกในระดับสูง นอกจากนี้ กระทรวงคมนาคมและกระทรวงพลังงานควรดำเนินมาตรการลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์และพลังงาน เพื่อช่วยรักษาระดับการผลิต การจ้างงาน และเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในช่วงที่เศรษฐกิจโลกมีความไม่แน่นอน

1.2 ระยะกลาง: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และกระทรวงอุตสาหกรรมควรส่งเสริมการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมไปสู่การผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ขณะที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ควรสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการวิจัยและพัฒนา (R&D) ส่วนกระทรวงแรงงานและกระทรวงศึกษาธิการควรยกระดับทักษะแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ควรส่งเสริมการกระจายตลาดส่งออกไปยังภูมิภาคใหม่ เช่น ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ และแอฟริกา ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมองว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาตลาดหลักเพียงไม่กี่ประเทศ

1.3 ระยะยาว: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และกระทรวงอุตสาหกรรมควรส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง ขณะที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ควรสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา (R&D) และเศรษฐกิจฐานความรู้ นอกจากนี้ กระทรวงคมนาคม กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบนิเวศนวัตกรรม เพื่อเพิ่มความสามารถในการปรับตัวและลดความเปราะบางของเศรษฐกิจไทยต่อความผันผวนของเศรษฐกิจโลกในระยะยาว

### 2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาที่พบว่า สงครามการค้าส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยทั้งในระดับมหภาค ระดับอุตสาหกรรม และระดับโครงสร้างเศรษฐกิจ การศึกษาครั้งต่อไปควรให้ความสำคัญกับประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

2.1 ควรมีการพัฒนาและประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณร่วมด้วย เช่น แบบจำลองเศรษฐมิติ หรือแบบจำลองเชิงนโยบาย เพื่อประเมินผลกระทบของสงครามการค้าและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจในเชิงปริมาณและเชิงพลวัต

2.2 ควรมีการศึกษาผลกระทบเชิงลึกในระดับอุตสาหกรรมหรือห่วงโซ่การผลิต โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับตลาดต่างประเทศสูง เพื่อทำความเข้าใจรูปแบบการปรับตัวและความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิต

2.3 ควรมีการศึกษาบทบาทของเทคโนโลยี นวัตกรรม และการพัฒนาทักษะแรงงานในการลดความเปราะบางเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทย และเพิ่มศักยภาพการเติบโตในระยะยาว

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากคณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ภายใต้งบประมาณเงินอุดหนุนเงินรายได้ส่วนงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ตามสัญญารับทุนเลขที่ 02/2567

**เอกสารอ้างอิง**


กระทรวงพาณิชย์. (2564). *สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). *รายงานนโยบายการเงิน*. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.

_____. (2568). *สินค้าออกและสินค้าเข้าจำแนกตามกลุ่มประเทศ*. สืบค้นจาก https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=744&language=TH.

ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์ และ ประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารปาริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ, 29*(2), 31–48.

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2565). *รายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *รายงานภาวะเศรษฐกิจไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

Amiti, M., Redding, S. J., & Weinstein, D. E. (2019). The Impact of the 2018 Tariffs on Prices and Welfare. *Journal of Economic Perspectives*, 33(4), 187–210.

Anderson, K. (2014). The intersection of trade policy, price volatility, and food security. *Annual Review of Resource Economics, 6*(1), 513-532.

Baldwin, R. (2016). *The great convergence: Information technology and the new globalization*. Massachusetts: Harvard University Press.

Bown, C. P. (2020). *US-China trade war tariffs: An up-to-date chart*. Washington, D.C.: Peterson Institute for International Economics.

Fajgelbaum, P. D., Goldberg, P. K., Kennedy, P. J., & Khandelwal, A. K. (2020). The return to protectionism. *Quarterly Journal of Economics, 135*(1), 1–55.

Gereffi, G. (2018). *Global value chains and development: Redefining the contours of 21st century capitalism*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hausmann, R., Rodrik, D., & Velasco, A. (2008). Growth diagnostics. In N. Serra & J. E. Stiglitz (Eds.), *The Washington consensus reconsidered: Towards a new global governance* (pp. 324–355). Oxford: Oxford University Press.

International Monetary Fund. (2019). *World economic outlook: Still sluggish global growth*. Retrieved from https://www.imf.org/en/publications/weo/issues/2019/07/18/weoupdatejuly2019.

Kimura, F., Thangavelu, S. M., Narjoko, D., & Findlay, C. (2020). Pandemic (COVID-19) policy, regional cooperation and the emerging global production network. *Asian Economic Journal, 34*(1), 3-27.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *Global value chains and trade policy: Implications for economic resilience.* Paris: OECD Publishing.

Rodrik, D. (2011). *The globalization paradox: Democracy and the future of the world economy*. New York: W.W. Norton.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2021). *World investment report 2021: Investing in sustainable recovery.* New York: United Nations.

World Bank. (2020). *Global economic prospects*. Washington, D.C.: World Bank.

_____. (2022). *Global economic prospects.* Washington, D.C.: World Bank.

_____. (2026). *Exports of goods and services (% of GDP)*. Retrieved from https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

**Research Article**

# A Study of Thailand's Rice Trade in the United States Market

**Supanida Sertjanthuek[1*] and Non Vorlapanit[2]**

[1] *Master's Student, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Associate Professor, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: supanida.ser@ku.th*

## ABSTRACT

This article aimed to study 1) analyze the factors affecting rice import volumes and the demand elasticities of Thai rice and its competitors in the United States market. Quarterly secondary time-series data from 2010 to 2024, covering 60 quarterly observations, are employed. The Double Log model is estimated using the Ordinary Least Squares (OLS) method and 2) analyzes the components influencing the export performance of Thailand and competing countries in the U.S. market. The Constant Market Share (CMS) model is applied to compare two periods: 2015–2019 and 2020–2024. The results indicate that real GDP per capita of the US. is the primary determinant of rice import volumes. Regarding country-specific demand elasticities, Thai rice exhibits low price elasticity, reflecting consumers' strong preference for its quality and the unique characteristics of jasmine rice, which are difficult to substitute. Meanwhile, both Thai and Indian rice demonstrate high income elasticity, indicating that they are normal goods whose demand increases with rising income levels. Vietnamese rice, on the other hand, shows high price elasticity, suggesting that consumers can easily substitute it with rice from alternative sources when its price increases. The CMS analysis reveals that global market expansion and market distribution effects contribute positively to Thailand's export performance, whereas the pure competitiveness effect and export redirection effect are negative. This suggests that the growth in Thailand's rice export value is primarily driven by global market expansion. Therefore, importance should be placed on improving product standards, such as organic agricultural standards and food safety standards, to increase product value and enhance consumer confidence in international markets.

**Keywords:** Rice Exports, Constant Market Share, Demand Elasticity

Received: 23 March 2026;
Revised: 11 May 2026;
Accepted: 31 May 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

# การศึกษาการค้าระหว่างประเทศสินค้าข้าวไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

**ศุภนิดา เสริฐจันทึก[1*] และ นนทร์ วรพาณิชย์[2]**

[1] นิสิตปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

[2] รองศาสตราจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: supanida.ser@ku.th

**บทคัดย่อ**

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าว และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวไทย และประเทศคู่แข่งในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิประเภทอนุกรมเวลารายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ถึง 2567 รวม 60 ไตรมาส ด้วยแบบจำลอง Double Log ประมาณค่าด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) และ 2) วิเคราะห์องค์ประกอบของผลกระทบที่ส่งผลต่อศักยภาพการส่งออกข้าวของไทย และประเทศคู่แข่งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) โดยใช้ข้อมูลรายปี เปรียบเทียบ 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ปี พ.ศ. 2558–2562 และ พ.ศ. 2563–2567 ผลการศึกษา พบว่า GDP per capita ที่แท้จริงของสหรัฐอเมริกา เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับความยืดหยุ่นอุปสงค์รายประเทศ พบว่า ข้าวไทยมีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ แสดงถึงความผูกพันของผู้บริโภคต่อคุณภาพ และเอกลักษณ์เฉพาะของข้าวหอมมะลิที่ยากต่อการทดแทน ในขณะที่ข้าวไทย และข้าวอินเดียมีความยืดหยุ่นต่อรายได้สูง สะท้อนให้เห็นว่าข้าวจากทั้งสองประเทศเป็นสินค้าปกติที่ความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของรายได้ ส่วนข้าวเวียดนามมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง บ่งชี้ว่าผู้บริโภคสามารถทดแทนด้วยข้าวจากแหล่งอื่นได้ง่ายหากราคาข้าวเวียดนามปรับตัวสูงขึ้น สำหรับผลการวิเคราะห์ CMS พบว่าการขยายตัวของตลาดโลกและการกระจายตลาดส่งผลบวกต่อไทย ในขณะที่ผลการแข่งขันที่แท้จริงและการปรับทิศทางการส่งออกส่งผลลบ แสดงว่า การเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกข้าวไทยเกิดจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นหลัก จึงควรให้ความสำคัญกับการยกระดับมาตรฐานสินค้า อาทิ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ

**คำสำคัญ:** การส่งออกข้าว, ส่วนแบ่งตลาดคงที่, ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

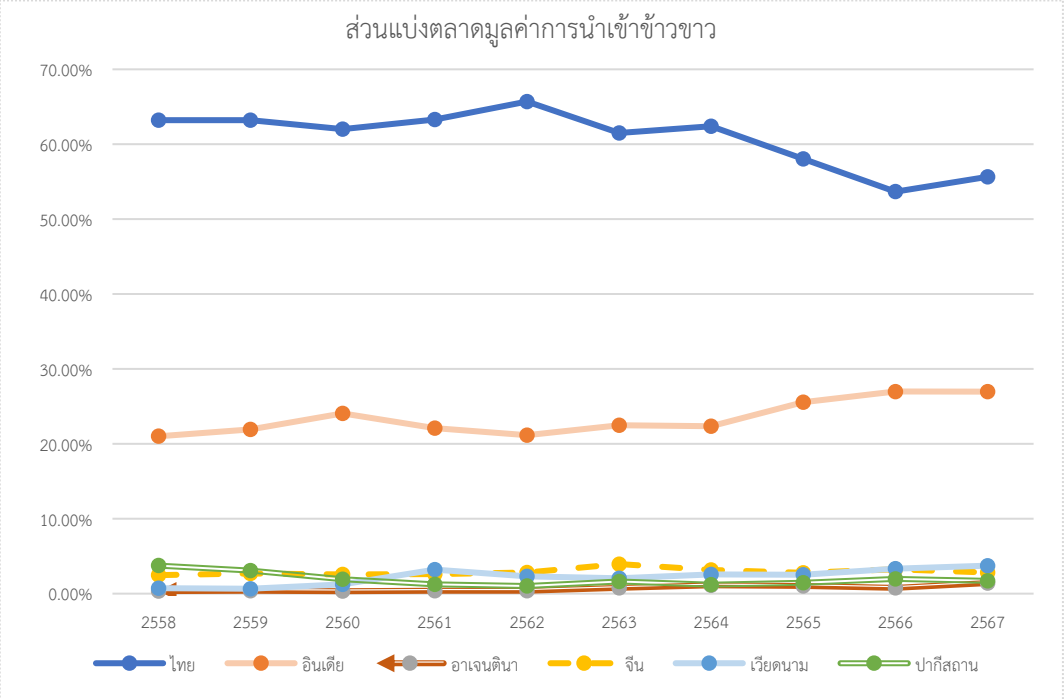
## บทนำ

การค้าระหว่างประเทศ มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มทางเลือกในการบริโภคสินค้า และบริการให้กับผู้บริโภคภายในประเทศเท่านั้น ยังทำให้ประเทศสามารถเข้าถึงสินค้าที่ไม่สามารถผลิตได้เอง หรือ สามารถนำเข้าสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าการผลิตภายในประเทศโดยเฉพาะการส่งออกสินค้า ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การสร้างรายได้จากต่างประเทศ และสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีความเข้มแข็ง โดยเฉพาะสินค้าเกษตร ซึ่งเป็นฐานการผลิตหลักของหลายประเทศ การส่งออกจึงมีบทบาทในการเชื่อมโยงภาคการผลิตในประเทศกับตลาดโลก ในปี 2567 มูลค่าการส่งออกสินค้าในภาคเกษตรของประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 28,827.3 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 7.5 สะท้อนถึงศักยภาพการแข่งขันที่แข็งแกร่งของสินค้าเกษตรไทย และการขยายตัวของความต้องการในตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาโครงสร้างการส่งออกสินค้าภาคเกษตร พบว่า กลุ่มสินค้าผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด คิดเป็น 6,510.6 ล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาเป็น สินค้าข้าว มีมูลค่าการส่งออก 6,443.9 ล้านเหรียญสหรัฐ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2568)

ผลผลิตข้าวของไทยใช้เพื่อการบริโภคภายในประเทศ และอีกส่วนหนึ่งเพื่อการส่งออก อย่างไรก็ตามกำลังการผลิตข้าวมากกว่าความต้องการใช้ภายในประเทศ จึงมีการบริหารจัดการข้าวส่วนเกินโดยการเก็บสำรองปลายปีบางส่วน (USDA

Foreign Agricultural Service, 2024) และพิ่งพาการส่งออก โดยมูลค่าการส่งออกข้าวของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญในช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2568 พบว่า สหรัฐอเมริกา เป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยที่มีมูลค่าสูงสุดอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในระยะยาว เมื่อเทียบกับตลาดอื่นที่มีความผันผวนมากกว่า เช่น อิรัก หรือบางประเทศที่มีแนวโน้มลดลงอย่างจีน สะท้อนให้เห็นว่าตลาดสหรัฐอเมริกามีความต้องการนำเข้าข้าวไทยอย่างต่อเนื่อง

ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นหนึ่งในตลาดที่สำคัญของโลก และมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม (กรมการค้าต่างประเทศ, 2568) ส่งผลให้ความต้องการบริโภคข้าวมีความแตกต่างและหลากหลาย แม้สหรัฐฯ จะเป็นทั้งประเทศผู้ผลิต และผู้ส่งออกข้าวรายสำคัญของโลก แต่ในขณะเดียวกันกลับมีความต้องการนำเข้าข้าวที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก ไม่สามารถผลิตข้าวบางประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ โดยเฉพาะข้าวหอมพันธุ์เอเชีย ในพิกัด 100630 (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2567) ซึ่งเป็นข้าวขาวที่ผ่านการขัดสำเร็จหรือกึ่งสำเร็จ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ ข้าวขาวทั่วไป และข้าวขาวหอม โดยข้าวขาวหอมประกอบด้วย ข้าวบาสมาติ ซึ่งมีแหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ในประเทศอินเดีย และปากีสถาน รวมถึงข้าวหอมมะลิ ซึ่งมีแหล่งผลิตที่สำคัญในกลุ่มประเทศอาเซียน ได้แก่ ไทย เวียดนาม และกัมพูชา




**ภาพที่ 1** ส่วนแบ่งตลาดมูลค่าการนำเข้าข้าวขาวของสหรัฐอเมริกา
ที่มา: Trade Map (2024)

จากข้อมูลส่วนแบ่งการตลาดมูลค่าการนำเข้าข้าวขาว ในภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่า ในปี 2567 ที่ผ่านมา ประเทศสหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าจากไทย มากที่สุด 842.964 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.65 รองลงมาคือ อินเดีย 408.633 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.98 เวียดนาม 56.545 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.73 จีน 42.493 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.81 และ ปากีสถาน 26.091 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.72 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยยังคงเป็นคู่ค้ารายสำคัญ และเป็นแหล่งนำเข้าข้าวที่สำคัญของสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะในกลุ่มข้าวคุณภาพสูง (Trade Map, 2024)

อย่างไรก็ตาม สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าข้าวจากไทยเริ่มลดลง สะท้อนให้เห็นว่าไทยกำลังสูญเสียส่วนแบ่งตลาดข้าวในสหรัฐอเมริกาให้กับประเทศคู่แข่ง และเพื่อให้เข้าใจโครงสร้างการแข่งขันในตลาดข้าวสหรัฐอเมริกา รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างข้าวจากประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง การศึกษาครั้งนี้จึงมีการประยุกต์ใช้แบบจำลอง Double Log ในการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และปัจจัยที่กำหนดปริมาณการนำเข้าข้าวของสหรัฐอเมริกา ควบคู่กับแบบจำลองส่วนแบ่งตลาด

คงที่ (CMS) เพื่อประเมินศักยภาพการส่งออกของไทยและประเทศคู่แข่ง ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านอุปสงค์และความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์การส่งออกและการรักษาส่วนแบ่งตลาดข้าวไทยในระยะยาวต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าว และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวไทย และประเทศคู่แข่งในประเทศสหรัฐอเมริกา

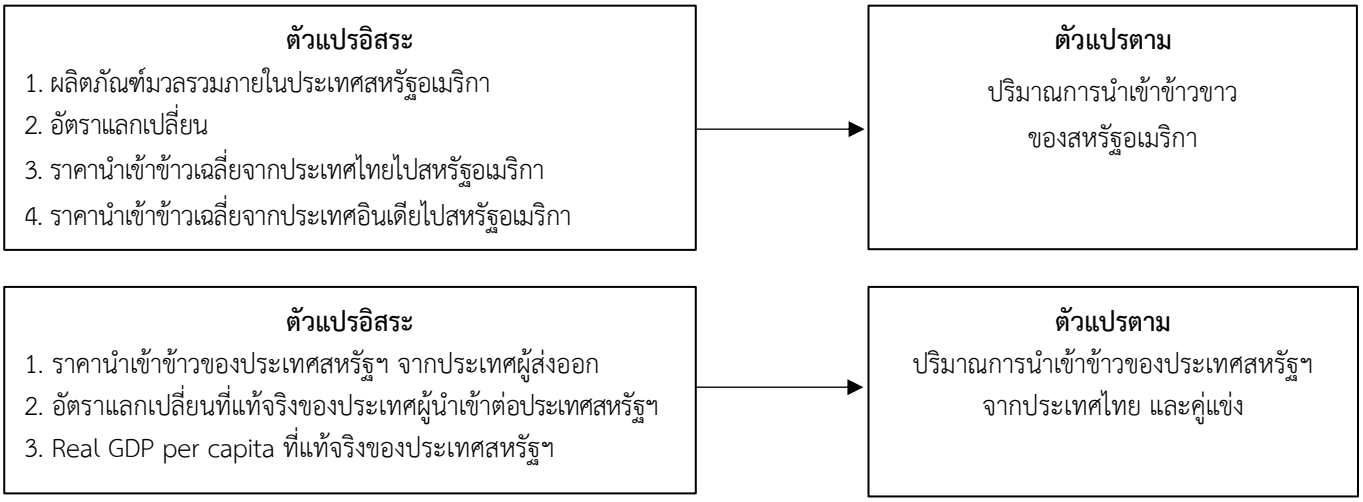
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของผลกระทบที่ส่งผลต่อศักยภาพการส่งออกข้าวของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

## การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้พัฒนาขึ้นบนพื้นฐานทฤษฎีอุปสงค์ ร่วมกับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด โดยการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ผ่านแบบจำลอง Double Log และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของผลกระทบที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสินค้า (Leamer & Stern, 1970) ซึ่งกรอบแนวคิดดังกล่าวสามารถสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค และโครงสร้างการแข่งขันในตลาดได้อย่างเป็นระบบ

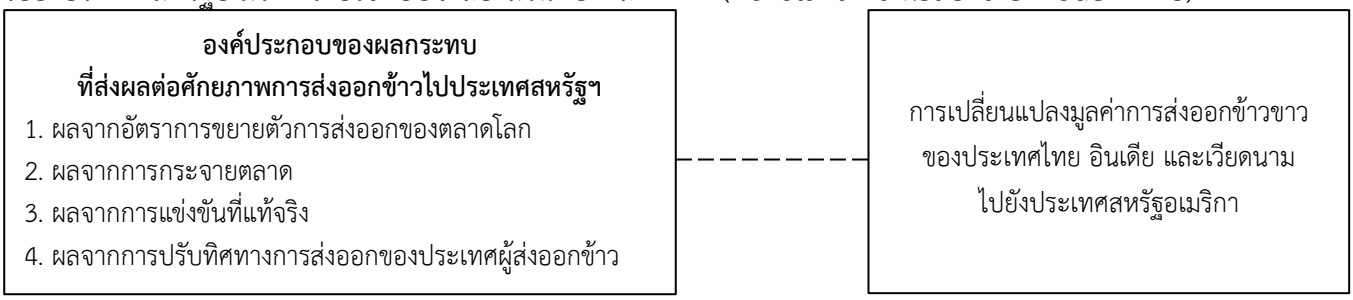
ภายใต้การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์สะท้อนถึงพฤติกรรมการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐฯ และความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยพิจารณาปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ราคานำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐฯ จากประเทศผู้ส่งออก อัตราแลกเปลี่ยน และรายได้ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อความต้องการบริโภคข้าวในประเทศสหรัฐฯ ในขณะที่การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ อธิบายถึงองค์ประกอบใดที่เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกข้าว จากการทบทวนวรรณ สามารถสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าว และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวไทย และประเทศคู่แข่งในประเทศสหรัฐอเมริกา




**ภาพที่ 2** กรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าว และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวไทย และประเทศคู่แข่งในประเทศสหรัฐอเมริกา

2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของผลกระทบที่ส่งผลต่อศักยภาพการส่งออกข้าวของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)




**ภาพที่ 3** กรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของผลกระทบที่ส่งผลต่อศักยภาพการส่งออกข้าวของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

## ระเบียบวิธีวิจัย

เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ข้อ การศึกษาในครั้งนี้ จึงแบ่งผลการศึกษา ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

**1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าว และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวไทย และประเทศคู่แข่งในประเทศสหรัฐอเมริกา**

1.1 แหล่งข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลประเภททุติยภูมิ ประเภทอนุกรมเวลารายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2553 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2567 รวม 60 ตัวอย่าง พิจารณาประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ประเทศอินเดีย และเวียดนาม ทั้งนี้ สินค้าที่ศึกษา คือ ข้าวขาวที่ผ่านการขัดสำเร็จหรือกึ่งสำเร็จ พิกัดอัตราศุลกากรระบบ Harmonized System : HS 100630

**ตารางที่ 1** แหล่งที่มาของข้อมูลการวิเคราะห์วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าว และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวไทย และประเทศคู่แข่งในประเทศสหรัฐอเมริกา

| ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ | แหล่งข้อมูล |
|---|---|
| ปริมาณการนำเข้าข้าวของสหรัฐฯ รายไตรมาส (ตัน) | Trade Map |
| ราคานำเข้าข้าวเฉลี่ยของสหรัฐอเมริกา (ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน) | Trade Map |
| อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงเฉลี่ยรายไตรมาสของประเทศสหรัฐอเมริกา (ต่อดอลลาร์สหรัฐ) | ธนาคารแห่งประเทศไทย กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) |
| ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวประชากร (GDP per capitar) ที่แท้จริงเฉลี่ยรายไตรมาส (ดอลลาร์สหรัฐ) | FED หรือ ธนาคารกลางสหรัฐฯ |

ที่มา: จากการศึกษา

1.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

การศึกษาในครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative analysis) โดยใช้แบบจำลอง จำนวน 2 แบบจำลอง ดังนี้

1.2.1 แบบจำลองศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าวของสหรัฐอเมริกา

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าวของสหรัฐอเมริกา โดยการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงปริมาณแบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และประมาณค่าด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด หรือ Ordinary Least Squares สามารถเขียนในรูปสมการ ดังนี้

$$ln\ Q = \alpha_1 + \beta_1 \ln RGDP + \beta_2 ln\ EXC_T + \beta_3 ln\ P_T + \beta_4 ln\ P_I + \varepsilon$$

กำหนดให้

$Q$ หมายถึง ปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาทั้งหมด

$RGDP$ หมายถึง GDP per capita ที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกา

$EXC_t$ หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทยต่อสหรัฐอเมริกา

$p_T$ หมายถึง ราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย

$p_I$ หมายถึง ราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศอินเดีย

$\alpha$ คือ ค่าคงที่

$\beta$ คือ ค่าพารามิเตอร์

$\varepsilon$ คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

1.2.2 แบบจำลองอุปสงค์ข้าวไทย และประเทศคู่แข่งในประเทศสหรัฐอเมริกา

การวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากไทย และประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ประเทศเวียดนาม และอินเดีย โดยแบบจำลองที่ใช้อยู่ในรูปแบบฟังก์ชัน Double Log เพื่อทำให้ค่าตัวประมาณกลายเป็นค่าความยืดหยุ่นโดยอัตโนมัติ สามารถเขียนในรูปสมการ จำนวน 3 สมการได้ ดังนี้

$$ln\ Q_{U,T} = \alpha_1 + \beta_1 ln\ P_T + \eta_1 ln\ P_V + \eta_2 ln\ P_I + \omega_1 ln\ EXC_T + \lambda_1 ln\ RGDP_U + \varepsilon$$

$$ln\ Q_{U,I} = \alpha_2 + \beta_2 ln\ P_I + \eta_3 ln\ P_T + \eta_4 ln\ P_V + \omega_2 ln\ EXC_I + \lambda_2 ln\ RGDP_{Ut} + \varepsilon$$

$$ln\ Q_{U,V} = \alpha_3 + \beta_3 ln\ P_V + \eta_5 ln\ P_T + \eta_6 ln\ P_I + \omega_3 ln\ EXC_V + \lambda_3 ln\ RGDP_U + \varepsilon_t$$

กำหนดให้

$Q_{U,T}$ หมายถึง ปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากไทย

$Q_{U,I}$ หมายถึง ปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากอินเดีย

$Q_{U,V}$ หมายถึง ปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากเวียดนาม

$p_T$ หมายถึง ราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย

$p_T$ หมายถึง ราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศอินเดีย

$p_V$ หมายถึง ราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศเวียดนาม

$EXC_t$ หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทยต่อสหรัฐอเมริกา

$EXC_i$ หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศอินเดียต่อสหรัฐอเมริกา

$EXC_v$ หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศเวียดนามต่อสหรัฐอเมริกา

$RGDP_{it}$ หมายถึง GDP per capita ที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกา

$\alpha$ คือ ค่าคงที่

$\beta, \eta, \omega, \lambda, \mu$ คือ ค่าพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า

$\varepsilon$ คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

และนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้มาเปรียบเทียบผลการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ต่อปริมาณการนำเข้าข้าวจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ประเทศเวียดนาม และอินเดีย และอธิบายค่าความยืดหยุ่น ได้แก่

1) ความยืดหยุ่นอุปสงค์ต่อราคา (Own Price Elasticity)

2) ความยืดหยุ่นอุปสงค์ต่อราคาข้าวของประเทศคู่แข่ง (Cross Price Elasticity)

3) ความยืดหยุ่นอุปสงค์การนำเข้าข้าวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวประชากร

4) ความยืดหยุ่นอุปสงค์การนำเข้าข้าวต่ออัตราแลกเปลี่ยน

**2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของผลกระทบที่ส่งผลต่อศักยภาพการส่งออกข้าวของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)**

2.1 แหล่งข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจาก Trade Map ซึ่งเป็นข้อมูลประเภททุติยภูมิ รายปี ทำการเปรียบเทียบ 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงปีที่ 2558 – 2562 และช่วงปี 2563 – 2567 พิจารณาประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ประเทศอินเดีย และเวียดนาม ทั้งนี้ สินค้าที่ศึกษา คือ ข้าวขาวที่ผ่านการขัดสำเร็จหรือกึ่งสำเร็จ พิกัดอัตราศุลกากรระบบ Harmonized System : HS 100630

2.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

วิเคราะห์ว่าการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกข้าวขาวจากประเทศไทย อินเดีย และเวียดนาม ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกานั้น มีที่มาจากองค์ประกอบใดเป็นสำคัญ สามารถคำนวนได้ ดังนี้

$$\sum_j X^1_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk} = \left[G_k \sum_j X^0_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk}\right] + \left[\sum_j (G_{jk} X^0_{ijk}) - G_k \sum_j X^0_{ijk}\right] + \left[\sum_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \sum_j X^0_{ijk}\right] + \left[\{\sum_j X^1_{ijk} - \sum_j (G_{jk} X^0_{ijk})\} - \{\sum_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \sum_j X^0_{ijk}\}\right]$$

$G_k$ = อัตราการขยายตัวของการส่งออกข้าวของโลก $= \dfrac{\sum_i \sum_j X^1_{ijk}}{\sum_i \sum_j X^0_{ijk}}$

$G_{jk}$ = อัตราการขยายตัวของการส่งออกข้าวไปประเทศสหรัฐอเมริกา= $\dfrac{\sum_i X^1_{ijk}}{\sum_i X^0_{ijk}}$

$G^*_{jk}$ = ส่วนกลับของ $G_{jk} = \dfrac{1}{G_{jk}}$

กำหนดให้

$x$ = มูลค่าการส่งออกข้าวขาว

$I$ = ประเทศผู้ส่งออกข้าว ได้แก่ ไทย อินเดีย และเวียดนาม

$J$ = ประเทศผู้นำเข้าข้าว คือ สหรัฐอเมริกา

$K$ = ผลิตภัณฑ์ข้าวขาว

1 = ช่วงเวลาที่ทำการพิจารณา

0 = ช่วงเวลาฐานที่ใช้เปรียบเทียบ(ปีฐาน)

ความแตกต่างระหว่างมูลค่าการส่งออกจริงกับกรณีที่ส่วนแบ่งตลาดคงที่ สามารถแยกออกเป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1) องค์ประกอบที่ 1 ผลจากการขยายตัวของการค้าโลก (General World Trade Expansion Effect)

$\sum_j X^1_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk}$ เป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดของการส่งออกจากปีฐานถึงปีสุดท้าย หมายถึงความแตกต่างระหว่างผลรวมการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกไปสู่ประเทศที่กำลังพิจารณา $G_k \sum_j X^0_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk}$ คือ ผลจากการขยายตัวการส่งออกข้าวทั้งหมดของโลก ถ้าการส่งออกข้าวของประเทศที่กำลังพิจารณาขยายตัวในอัตราเดียวกันกับอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก ส่วนแบ่งตลาดของประเทศที่กำลังพิจารณาในตลาดโลกคงที่

2) องค์ประกอบที่ 2 ผลจากการกระจายตลาด (Market Distribution Effect)

$\sum_j \left(G_{jk} X^0_{ijk}\right) - G_k \sum_j X^0_{ijk}$ แสดงให้เห็นว่าประเทศที่กำลังพิจารณาส่งออกข้าวไปยังประเทศที่มีการขยายตัวของตลาดสูงหรือต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก ถ้าค่าเป็นบวก แสดงว่า ประเทศที่กำลังพิจารณามีการส่งออกข้าวส่วนใหญ่ไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลกจะมีผลทำให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกของประเทศสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลกเช่นเดียวกัน และถ้ามีค่าเป็นลบ ให้ผลตรงข้าม

3) องค์ประกอบที่ 3 ผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Competitiveness Effect)

$\sum_j \left(G^*_{jk} X^1_{ijk}\right) - \sum_j X^0_{ij} k$ ถือเป็นองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญที่สุดในการประเมินศักยภาพของประเทศผู้ส่งออก เนื่องจากแสดงถึงความแตกต่างระหว่างอัตราการขยายตัวของการส่งออกที่เกิดขึ้นจริงกับอัตราที่ควรเกิดขึ้นหากประเทศสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ที่ระดับเดิม หากค่านี้เป็นบวก สะท้อนว่าประเทศมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นและสามารถขยายส่วนแบ่งตลาดได้เกินกว่าระดับฐาน แต่หากเป็นลบ บ่งชี้ว่าประเทศกำลังสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้แก่คู่แข่ง ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากราคาสินค้าที่สูงกว่า คุณภาพที่ด้อยกว่า หรือนโยบายการค้าที่เป็นอุปสรรค

4) องค์ประกอบที่ 4 ผลกระทบร่วม (Interaction Effect)

$\left[\{\sum_j X^1_{ijk} - \sum_j (G_{jk} X^0_{ijk})\} - \left\{\sum_j G^*_{jk} X^1_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk}\right\}\right]$ ซึ่งองค์ประกอบนี้จะแสดงถึงการปรับตัวของการส่งออกในทิศทางที่สอดคล้องหรือสวนทางกับพลวัตของตลาด หากประเทศสามารถเพิ่มการส่งออกไปยังตลาดที่กำลังขยายตัว หรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัวได้อย่างทันท่วงที ค่านี้จะเป็นบวก สะท้อนถึงความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออก ในทางตรงกันข้าม หากเพิ่มการส่งออกไปยังตลาดที่กำลังหดตัวหรือลดการส่งออกในตลาดที่กำลังเติบโต ค่านี้จะเป็นลบ

## ผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า

**1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าว และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวไทย และประเทศคู่แข่งในประเทศสหรัฐอเมริกา**

แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าวของสหรัฐอเมริกา และส่วนที่ 2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวไทย และประเทศคู่แข่งในประเทศสหรัฐอเมริกา

1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าวของสหรัฐอเมริกา

การวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด หรือ OLS (Ordinary Least Squares)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติของตัวแปรทุกตัวก่อนนำไปประมาณค่าแบบจำลองด้วย เนื่องจากเป็นข้อมูลประเภทอนุกรมเวลา ด้วยวิธี Augmented Dickey-Fuller (ADF) ตามเกณฑ์ Akaike Information Criterion (AIC) ที่ Maxlags = 8 พบว่า ตัวแปร lnQ lnRGDP lnPi เป็น Stationary ที่ระดับข้อมูล (level) หรือ I(0) ในขณะที่ตัวแปรอื่นเป็น non-stationary หรือมี Unit root ที่ระดับ I(0) จึงแปลงข้อมูลด้วยวิธีการหาผลต่างอันดับหนึ่ง (first difference) ระดับ I(1) เพื่อขจัดความไม่เสถียรของข้อมูลก่อนนำไปใช้ในการประมาณค่าแบบจำลอง หลังจากการแปลงข้อมูลด้วย I(1) พบว่า ทุกตัวแปรมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น ตัวแปรทั้งหมดเป็น Stationary ที่ระดับ I(1) และผลการตรวจสอบ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทุกคู่มีค่าสัมบูรณ์ไม่เกิน 0.80 แบบจำลองไม่มีปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 2 แสดงถึงการประมาณค่าแบบจำลองเต็ม (Full Model) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) ซึ่งรวมตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ได้แก่ lnRGDP, dlnEXC, dlnPT และ lnPI พบว่า ตัวแปร lnRGDP มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปร dlnPT มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ในขณะที่ตัวแปรอื่น ได้แก่ dlnEXC และ lnPI ไม่ผ่านเกณฑ์นัยสำคัญ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบจำลองโดยการตัดตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญออกทีละตัว เรียงลำดับจากตัวแปรที่มีค่า p-value สูงสุดไปต่ำสุด ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทยต่อสหรัฐอเมริกา (P=0.7245) และราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศอินเดีย (P=0.7090) ดังนั้น ตัวแปรอิสระที่นำไปประมาณค่าในแบบจำลองสุดท้าย (Final Model) คือ GDP per capita ที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกา (P=0.0000) และราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย (P=0.0846)

จากการประมาณค่าแบบจำลองสุดท้าย ด้วยวิธี OLS พบว่า ตัวแปร lnRGDP มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปร dlnPT มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 และค่า R-squared เท่ากับ 0.8092 แสดงว่า แบบจำลองนี้สามารถอธิบายความผันแปรของปริมาณการนำเข้าข้าวได้ประมาณร้อยละ 80.92

อีกทั้ง แบบจำลองสุดท้ายได้ผ่านการทดสอบความถูกต้องทางเศรษฐมิติ (Diagnostic Tests) ด้วยการทดสอบ Breusch- Godfrey Serial Correlation LM Test ค่า p-value เท่ากับ 0.0541 และการทดสอบ White's Heteroskedasticity Test พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.8571 มากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แบบจำลองไม่มีปัญหา Autocorrelation และ Heteroskedasticity

**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าวของสหรัฐอเมริกา

| ตัวแปรอิสระ | ผลการประมาณค่าโมเดลเต็ม (Full Model) | | ผลการประมาณค่าโมเดลสุดท้าย (Final Model) | |
|---|---|---|---|---|
| | Coefficient | P-value | Coefficient | P-value |
| C | -31.7093 | 0.0000* | -32.3714 | 0.0000* |
| lnRGDP | 4.0348 | 0.0000* | 4.0457 | 0.0000* |
| dlnEXC | 0.2550 | 0.7245 | - | - |
| dlnPT | -0.6342 | 0.0846 | -0.6295 | 0.081** |
| lnPI | -0.0762 | 0.7090 | - | - |
| R-squared | 0.8101 | | 0.8092 | |
| Adjusted R-squared | 0.7961 | | 0.8024 | |
| AIC | -0.8508 | | -0.9135 | |
| Prob (F-statistic) | 0.0000 | | 0.0000 | |
| LM Test | | | 0.0541 | |
| White Test | | | 0.8571 | |

หมายเหตุ: * และ** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 0.1 ตามลำดับ

เครื่องหมาย - หมายถึง ตัวแปรดังกล่าวถูกตัดออกจากแบบจำลองเนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.2 การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวไทย และประเทศคู่แข่งในประเทศสหรัฐอเมริกา

โดยการใช้แบบจำลอง Double Log Model และประมาณค่าด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติของตัวแปรทุกตัวก่อนนำไปประมาณค่าแบบจำลองด้วย เนื่องจากเป็นข้อมูลประเภทอนุกรมเวลา ด้วยวิธี Augmented Dickey-Fuller (ADF) ตามเกณฑ์ Akaike Information Criterion (AIC) ที่ Maxlags = 8 พบว่า ตัวแปร lnQT lnQI lnPI และ lnRGDP เป็น Stationary ที่ระดับข้อมูล (level) หรือ I(0) ในขณะที่ตัวแปรอื่นเป็น non-stationary หรือมี Unit root ที่ระดับ I(0) ผู้วิจัยแปลงข้อมูลของตัวแปรในระดับผลต่างอันดับหนึ่ง หรือ ระดับ I(1) พบว่าทุกตัวแปรมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น มีคุณสมบัติ Stationary ที่ระดับ I(1) และผลการตรวจสอบ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทุกคู่มีค่าสัมบูรณ์ไม่เกิน 0.80 แบบจำลองไม่มีปัญหา Multicollinearity

ผู้วิจัยได้ทดสอบค่าความคลาดเคลื่อน (Error Terms) ของสมการทั้งสาม ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างสมการ (Contemporaneous Correlation) พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง error terms ของสมการทั้งสามสมการ อยู่ในระดับต่ำ โดยที่ ปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยกับปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศอินเดีย มีค่า 0.241 ปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยกับปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศเวียดนาม มีค่า 0.227 และปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศอินเดียกับปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศเวียดนาม มีค่า -0.109 แสดงว่า error terms ระหว่างสมการไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น การประมาณค่าด้วยวิธี OLS แยกแต่ละสมการจึงมีความเหมาะสม และให้ผลการประมาณค่าที่มีประสิทธิภาพเทียบเท่ากับ SUR

1) ปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย

พบว่า มีเพียงตัวแปร lnRGDP ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปร dlnPT มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ในขณะที่ตัวแปรอื่น ได้แก่ lnPI dlnPV และdlnEXCt ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า R-squared เท่ากับ 0.6827 แสดงว่า แบบจำลองนี้ สามารถอธิบายความผันแปรของปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย ได้ประมาณร้อยละ 68.27

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบจำลองโดยการตัดตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติออกทีละตัว เรียงลำดับจากตัวแปรที่มีค่า p-value สูงสุดไปต่ำสุด ได้แก่ ราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศอินเดีย (P=0.8974) อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทยต่อสหรัฐอเมริกา (P=0.5879) และราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศเวียดนาม (P=0.5118) ดังนั้น ตัวแปรอิสระที่นำไปประมาณค่า คือ GDP per capita ที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกา (P=0.0000) และราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย (P=0.0613)

เมื่อนำแบบจำลองดังกล่าวมาตรวจสอบความถูกต้อง (Diagnostic Tests) ด้วยการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test และการตรวจสอบปัญหาความแปรปรวนไม่คงที่ (Heteroskedasticity) White's Heteroskedasticity Test พบว่า ค่า p-value ของการทดสอบ มีค่าเท่ากับ 0.3420 และ 0.8447 ตามลำดับ แบบจำลองไม่มีปัญหา Autocorrelation และ Heteroskedasticity

2) ปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศอินเดีย

พบว่า ตัวแปร lnPI และlnRGDP มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ตัวแปร dlnPT dlnPV และdlnEXCi ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า R-squared เท่ากับ 0.8484 แสดงว่า แบบจำลองนี้อธิบายความผันแปรของปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศอินเดียได้ประมาณร้อยละ 84.84

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบจำลองโดยการตัดตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติออกทีละตัว เรียงลำดับจากตัวแปรที่มีค่า p-value สูงสุดไปต่ำสุด ตัวแปรอิสระที่ตัดออก 3 ตัวแปร เริ่มจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศอินเดียต่อสหรัฐอเมริกา (P=0.7776) ราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศเวียดนาม (P=0.7345) และราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย (P=0.2689) ดังนั้น ตัวแปรอิสระที่นำไปประมาณค่า คือ ราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศอินเดีย (P=0.0087) และGDP per capita ที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกา (P=0.0000)

เมื่อนำแบบจำลองตรวจสอบความถูกต้อง (Diagnostic Tests) ด้วยการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.0186 แบบจำลองมีปัญหา Autocorrelation จึงแก้ไขโดยการเพิ่มจำนวนตัวแปรล่าช้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ พบว่า เมื่อทดสอบที่ lag 4 Prob. Chi-Square เท่ากับ 0.0600 แบบจำลองไม่มีปัญหา Autocorrelation ทั้งนี้ ได้มีการแก้ปัญหาด้วยการประมาณค่าวิธี ARMA Maximum Likelihood แทน โดยการใช้พจน์ AR(1) AR(2) และ AR(3) สามารถจัดการโครงสร้าง Autocorrelation ผลการประมาณค่าด้วยวิธี ARMA พบว่าตัวแปร lnPI และlnRGDP ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติ และค่า R-Squared เพิ่มขึ้นเป็น 0.8739 แสดงว่าแบบจำลองมีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนได้ดีขึ้น

จากนั้น ได้ตรวจสอบปัญหาความแปรปรวนไม่คงที่ (Heteroskedasticity) ด้วย ARCH Test โดยใช้ lag 3 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.8303 แบบจำลองไม่มี Heteroskedasticity

3) ปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศเวียดนาม

พบว่า ตัวแปร dlnPT และdlnPV มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 และ 0.05 ตามลำดับ ในขณะที่ตัวแปร lnPI lnRGDP และdlnEXCv ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า R-squared เท่ากับ 0.2869 แสดงว่า แบบจำลองนี้อธิบายความผันแปรของปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศเวียดนาม ได้ประมาณร้อยละ 28.69

ปรับปรุงแบบจำลองโดยการตัดตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติออกทีละตัว เรียงลำดับจากตัวแปรที่มีค่า p-value สูงสุดไปต่ำสุด ตัวแปรอิสระที่ตัดออก ได้แก่ GDP per capita ที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกา (P=0.6449) ราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศอินเดีย (P=0.4294) และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศเวียดนามต่อสหรัฐอเมริกา (P=0.3884) ดังนั้น ตัวแปรอิสระที่นำไปประมาณค่า คือ ราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย (P=0.0624) และราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศเวียดนาม (P=0.0002)

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.0013 แบบจำลองมีปัญหา Autocorrelation จึงแก้ไขโดยการเพิ่มจำนวนตัวแปรล่าช้า พบว่า เมื่อทดสอบที่ lag 14 Prob. Chi-Square เท่ากับ 0.0566 แบบจำลองไม่มีปัญหา Autocorrelation ผู้วิจัยได้มีการแก้ปัญหาด้วยการประมาณค่าด้วยวิธี ARMA Maximum Likelihood โดยการใช้พจน์ AR(1) ถึง AR(13) ผลการประมาณค่าด้วยวิธี ARMA พบว่าตัวแปร dlnPV ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่ตัวแปร dlnPT ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตามค่า R-Squared เพิ่มขึ้นเป็น 0.5909

ตรวจสอบปัญหาความแปรปรวนไม่คงที่ (Heteroskedasticity) ด้วย ARCH Test โดยใช้ lag 13 พบว่าค่า p-value เท่ากับ 0.5690 ยอมรับสมมติฐานหลัก แบบจำลองไม่มี Heteroskedasticity

**ตารางที่ 1** ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจาก 3 ประเทศ

| Variable | lnQt | lnQi | dlnQv |
|---|---|---|---|
| C | -22.7388<br>(0.0000)* | -52.8092<br>(0.0000)* | - |
| dlnPt | -0.7395<br>(0.0613** | - | - |
| lnPi | - | -0.8509<br>(0.0097)* | - |
| dlnPv | - | - | -1.819<br>(0.0000)* |
| lnRGDP | 3.1299<br>(0.0000)* | 6.2994<br>(0.0000)* | - |
| dlnEXCt | - | - | - |
| dlnEXCi | - | - | - |
| dlnEXCv | - | - | - |
| R-squared | 0.6827 | 0.8739 | 0.5972 |
| Adjusted R-squared | 0.6714 | 0.8596 | 0.4566 |
| AIC | -0.7369 | -0.2762 | 0.5211 |
| Prob (F-statistic) | 0.0000 | 0.0000 | 0.0000 |
| LM Test (Prob. Chi-Square) | 0.3420 | 0.0186 | 0.0600 |
| White Test (Prob. Chi-Square) | 0.8447 | - | - |
| ARCH test (Prob. Chi-Square) | - | 0.8303 | 0.5690 |

หมายเหตุ: * และ** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.1 ตามลำดับ

(-) หมายถึง ตัวแปรดังกล่าวถูกตัดออกจากแบบจำลองเนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

( ) ค่า P-value

**2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของผลกระทบที่ส่งผลต่อศักยภาพการส่งออกข้าวของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)**

จากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยข้าวของประเทศไทย อินเดีย และเวียดนาม ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกข้าวสูงสุดเท่ากับ 173.326 ล้านเหรียญสหรัฐฯ รองลงมาคือ อินเดีย 115.304 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และเวียดนาม 4.151 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของผลกระทบ พบว่า การเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกข้าวไทยเกิดจากการขยายตัวของตลาดโลกและการกระจายตลาด เป็นหลัก ในขณะที่อินเดียเป็นประเทศเดียวที่ได้รับผลบวกจากทุกองค์ประกอบ สะท้อนให้เห็นว่าอินเดียมีความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงสูงกว่าไทย และเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกา ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** อัตราการขยายตัวของการส่งออกในช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2567 (เปรียบเทียบจากช่วงปีฐาน พ.ศ. 2558 – 2562)

| อัตราการขยายตัว (G) | ร้อยละ |
|---|---|
| อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของโลก (G = 1.27) | 0.27 |
| อัตราการขยายตัวการส่งออกข้าวขาวรวมของโลก ($G_k$ = 1.31) | 0.31 |
| อัตราการขยายตัวการส่งออกข้าวขาวรวมของโลกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ($G_{jk}$ = 1.61) | 0.61 |

ที่มา: จากการคำนวณ

**ตารางที่ 5** การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกข้าวของประเทศไทย อินเดีย และเวียดนาม ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี 2563 – 2567 เทียบกับ ช่วงปี 2558 – 2562

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐฯ

| องค์ประกอบของผลกระทบที่ส่งผลต่อศักยภาพการส่งออกข้าว | มูลค่าการส่งออก | | |
|---|---|---|---|
| | ไทย | อินเดีย | เวียดนาม |
| ผลจากอัตราการขยายตัวการส่งออกของตลาดโลก | 143.696 | 55.538 | 5.051 |
| ผลจากการกระจายตลาด | 134.493 | 51.980 | 4.727 |
| ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง | -65.161 | 4.838 | -3.497 |
| ผลจากการปรับทิศทางการส่งออก | -39.702 | 2.948 | -2.131 |
| การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยในช่วงปี 2563 – 2567 (เปรียบเทียบจากช่วงปีฐาน พ.ศ. 2558 – 2562 | 173.326 | 115.304 | 4.151 |

ที่มา: จากการคำนวณ

## อภิปรายผล

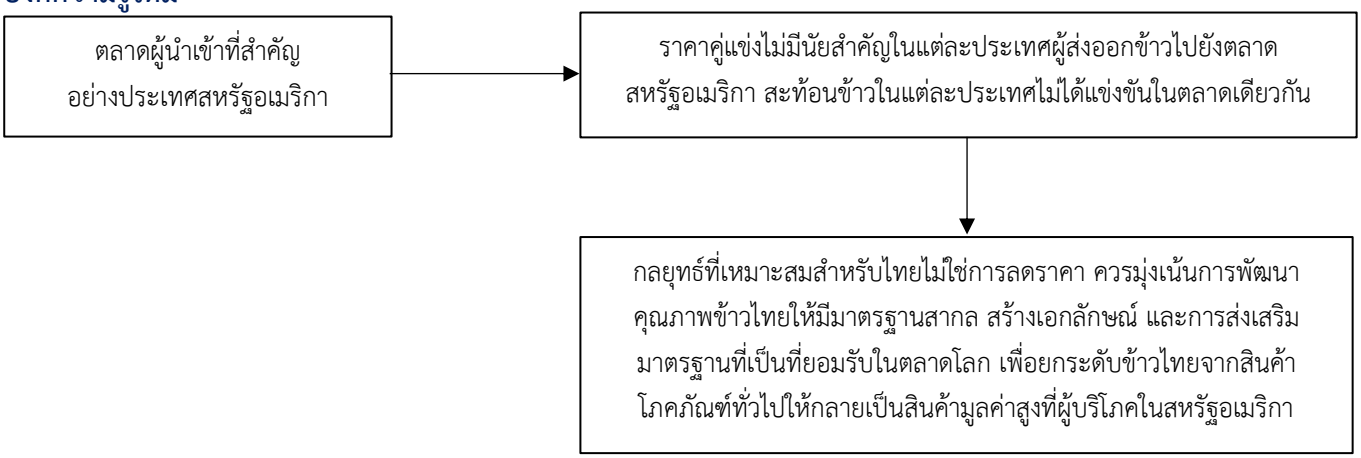
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าว พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวที่แท้จริงของสหรัฐอเมริกา เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าวรวม ในขณะที่ราคาข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการนำเข้าข้าวของสหรัฐฯ ลดลง และตัวแปรอื่นอย่างอัตราแลกเปลี่ยนและราคาข้าวอินเดียไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะตลาดข้าวในสหรัฐฯ เป็นตลาดที่มีความหลากหลาย และผู้บริโภคแต่ละกลุ่มเป็นกลุ่มเฉพาะ ซึ่งมีความผูกพันกับข้าวแต่ละชนิด และผู้นำเข้าส่วนใหญ่ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าในสกุลเงินดอลลาร์ ทำให้อัตราแลกเปลี่ยนไม่มีผลต่อการตัดสินใจนำเข้า ซึ่งสอดคล้องกับ จิราพร ปานพรม (2563) ศึกษาอุปสงค์ข้าวไทยในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ พบว่า สหรัฐอเมริกามีอุปสงค์ยืดหยุ่นต่อราคาน้อย และรายได้มีผลบวกต่อปริมาณการนำเข้าข้าวไทย สะท้อนว่าข้าวไทยเป็นสินค้าปกติสำหรับผู้นำเข้าอย่างสหรัฐฯ ความต้องการบริโภคข้าวเติบโตตามรายได้ของผู้บริโภค

และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวไทย และประเทศคู่แข่งในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ข้าวไทยมีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ และความยืดหยุ่นต่อรายได้สูง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้าวหอมมะลิไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะ ทั้งด้านกลิ่น และรสชาติที่ยากต่อการทดแทน ผู้บริโภคยังคงซื้อแม้ราคาจะสูงขึ้น และมองข้าวไทยเป็นสินค้าคุณภาพที่ซื้อเพิ่มขึ้นเมื่อรายได้สูงขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับ จันทรพร จักร์แก้ว (2553) ศึกษาอุปสงค์การนำเข้าข้าวเจ้าข้าวหอมมะลิไทยและข้าวเจ้าขาวของประเทศคู่ค้าที่สำคัญจากประเทศไทย พบว่า ข้าวหอมมะลิไทยจัดเป็นสินค้าปกติในตลาดสหรัฐอเมริกา และเมื่อรายได้ของประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น การนำเข้าจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย สำหรับข้าวอินเดียมีความยืดหยุ่นต่อรายได้สูง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการขยายตัวของกลุ่มผู้บริโภคที่มีความผูกพันกับข้าว Basmati ในสหรัฐฯ ซึ่งมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความต้องการข้าวอินเดียเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2559) ศึกษาผลกระทบของราคาส่งออกข้าวไทยและประเทศคู่แข่งที่มีต่อความต้องการนำเข้าข้าวจากไทย พบว่า รายได้ส่งผลต่อความต้องการนำเข้าข้าวในทิศทางบวก สะท้อนว่าข้าวจากประเทศผู้ส่งออกเป็นสินค้าปกติในสายตาของผู้บริโภค และข้าวเวียดนามมีเพียงความยืดหยุ่นต่อราคา โดยตัวแปรรายได้ไม่มีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้าวเวียดนามยังขาดเอกลักษณ์ที่ชัดเจนในตลาดสหรัฐฯ ผู้บริโภคจึงอ่อนไหวต่อราคาสูงและและเปลี่ยนไปซื้อข้าวจากแหล่งอื่น ซึ่งไม่สอดคล้องกับ เอกชัย ว่องสกุล (2556) ศึกษาอุปสงค์การนำเข้าข้าวไทยในอินโดนีเซีย จากการศึกษา พบว่า ข้าวเวียดนามและข้าวไทยเป็นสินค้าทดแทนกัน แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมผู้บริโภคต่อข้าวเวียดนามมีความแตกต่างกันในแต่ละตลาด โดยในตลาดสหรัฐฯ ที่มีข้าวคุณภาพสูงอย่างข้าวหอมมะลิไทยและข้าว Basmati อินเดียเป็นทางเลือกหลัก ข้าวเวียดนามยังไม่สามารถสร้างความแตกต่างในสายตาผู้บริโภคชาวสหรัฐฯ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของผลกระทบที่ส่งผลต่อศักยภาพการส่งออกข้าวของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า องค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกข้าวไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาของไทยในทางบวก ได้แก่ ผลจากอัตราการขยายตัวการส่งออกของตลาดโลก และ ผลจากการกระจายตลาด ซึ่งสอดคล้องกับ ไพสิฐ อุปยโสธร (2549) ศึกษาวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ กรณีศึกษาเขตการค้าเสรีอาเซียน พบว่า ผลจากอัตราการขยายตัวการส่งออกของตลาดโลก และผลจากการกระจายตลาดส่งผลในทางบวกต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสำหรับสินค้า 10 อันดับแรกของไทยไปยังตลาดอาเซียน ในทางตรงข้ามผลจากการแข่งขันที่แท้จริง และผลจากการปรับทิศทางการส่งออกให้ผลทางลบ

## องค์ความรู้ใหม่




**ภาพที่ 4** องค์ความรู้ใหม่

จากผลการศึกษาสามารถสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ได้ ดังนี้

1. ตลาดข้าวสหรัฐอเมริกา ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งไม่มีนัยสำคัญในสมการปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศผู้ส่งออกทั้ง 3 ประเทศ บ่งชี้ว่าทั้ง 3 ประเทศไม่ได้แข่งขันกันในตลาดเดียวกัน แต่ละประเทศมีกลุ่มผู้บริโภคของตัวเอง หากใช้กลยุทธ์การลดราคาอาจไม่ได้ผลในตลาดนี้ จะเห็นได้ว่า ตลาดข้าวในสหรัฐฯ ตอบสนองต่อรายได้เป็นหลัก

2. หากพิจารณามูลค่าส่งออกรวมเพียงอย่างเดียว อาจไม่สะท้อนศักยภาพการส่งออกข้าวได้อย่างแท้จริง การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง CMS ช่วยให้ทราบสาเหตุของการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนั้นมาจากตลาดโลกที่ขยายตัว หรือประเทศ

ผู้ส่งออกมีความสามารถแข่งขันที่ดีขึ้น จากผลการศึกษา พบว่า ประเทศที่ได้รับผลบวกจากทุกองค์ประกอบอย่างอินเดีย มีศักยภาพในระยะยาวมากกว่าประเทศที่มีการส่งออกขยายตัวจากปัจจัยภายนอกเพียงอย่างเดียว สะท้อนว่าการเติบโตของมูลค่าส่งออกที่ยั่งยืนต้องมาจากทั้งการใช้ประโยชน์จากการขยายตัวของตลาดโลกและการสร้างความสามารถแข่งขันจากภายในประเทศควบคู่กัน

## สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าวของสหรัฐอเมริกา พบว่า มี 2 ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ตัวแปร lnRGDP เมื่อรายได้ที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณการนำเข้าข้าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.0457 ซึ่งเป็นไปในทิศทางสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในส่วนของตัวแปร dlnPT เมื่อราคานำเข้าข้าวที่แท้จริงเฉลี่ยของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณการนำเข้าข้าวลดลง ร้อยละ 0.6295 ค่าสัมบูรณ์น้อยกว่า 1 บ่งชี้ว่าความต้องการบริโภคข้าวไทยอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงราคาต่ำ

การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวไทย และประเทศคู่แข่งในประเทศสหรัฐอเมริกา จะเห็นได้ว่า สมการปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย มีความยืดหยุ่นต่อรายได้ เท่ากับ 3.1299 อธิบายได้ว่า เมื่อรายได้ที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณการนำเข้าข้าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1299 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ความต้องการบริโภคในสินค้าปกติ (Normal Good) จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกามองข้าวไทยเป็นสินค้าคุณภาพที่เลือกซื้อเพิ่มขึ้นเมื่อมีรายได้สูงขึ้น และมีความยืดหยุ่นต่อราคา เท่ากับ -0.7395 เมื่อราคานำเข้าข้าวจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ปริมาณการนำเข้าจะลดลงร้อยละ 0.7395 ซึ่งเป็นไปตามกฎของอุปสงค์และสมมติฐานที่ตั้งไว้ มีค่าสัมบูรณ์น้อยกว่า 1 แสดงว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม ตัวแปรอื่นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมการปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศอินเดีย มีความยืดหยุ่นต่อรายได้ เท่ากับ 6.2994 หมายความว่า เมื่อรายได้ที่แท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณการนำเข้าข้าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.2994 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สะท้อนว่าเป็นสินค้าปกติ (Normal Good) และความยืดหยุ่นต่อราคาเท่ากับ-0.8509 หมายความว่า เมื่อราคานำเข้าข้าวจากประเทศอินเดียเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ปริมาณการนำเข้าจะลดลงร้อยละ 0.8509 ซึ่งเป็นไปตามกฎของอุปสงค์และสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยค่าสัมประสิทธิ์มีค่าสัมบูรณ์น้อยกว่า 1 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาในระดับต่ำ แสดงว่า ข้าว Basmati มีคุณลักษณะเฉพาะที่กลุ่มผู้บริโภคชาวเอเชียใต้ในสหรัฐอเมริกายังคงมีต้องการแม้ราคาจะปรับตัวสูงขึ้นก็ตาม ตัวแปรอื่นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมการปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศเวียดนาม มีความยืดหยุ่นต่อราคา เท่ากับ -1.819 หมายความว่า เมื่อราคานำเข้าข้าวจากประเทศเวียดนามเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ปริมาณการนำเข้าจะลดลงร้อยละ 1.819 เป็นไปตามกฎของอุปสงค์และสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยค่าสัมประสิทธิ์มีค่าสัมบูรณ์มากกว่า 1 แสดงว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาข้าวเวียดนาม สะท้อนให้เห็นว่าข้าวเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาสูง และหันไปบริโภคข้าวจากแหล่งอื่นเมื่อราคาปรับตัวสูงขึ้น ตัวแปรอื่นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่า การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกข้าวไปสหรัฐฯ ในช่วงปี 2563-2567 เมื่อเทียบกับช่วงฐานปี 2558-2562 มีที่มาจากองค์ประกอบที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ พบว่า มูลค่าส่งออกไทยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นสูงสุด 173.326 ล้านเหรียญสหรัฐ แต่การเพิ่มขึ้นนี้มาจากปัจจัยภายนอก คือ การขยายตัวของตลาดโลก และการกระจายตลาด ในขณะที่ความสามารถแข่งขันที่แท้จริง และการปรับทิศทางการส่งออก มีค่าติดลบเช่นเดียวกับประเทศเวียดนาม สำหรับอินเดียเป็นประเทศเดียวที่ได้รับผลบวกทั้ง 4 องค์ประกอบ สะท้อนว่า อินเดียมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นจากตลาดโลกที่ขยายตัว และมีศักยภาพการแข่งขัน สามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่งได้และเลือกส่งออกไปยังตลาดที่กำลังเติบโตได้อย่างถูกทิศทาง

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริงต่อหัวของสหรัฐอเมริกา เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าวไทย และข้าวอินเดียอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะข้าวอินเดียที่มีความยืดหยุ่นต่อรายได้สูงมาก สะท้อนถึงการขยายตัวของกลุ่มผู้บริโภคชาวเอเชียในสหรัฐอเมริกา ดังนั้น ภาครัฐและผู้ส่งออกควรติดตามภาวะเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาอย่างใกล้ชิดเพื่อวางแผนการส่งออกอย่างทันที ควบคู่กับการทำการตลาดเชิงรุกเพื่อขยายฐานผู้บริโภคข้าวหอมมะลิไทย โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูงและใส่ใจสุขภาพ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับตลาดข้าวไทยในสหรัฐอเมริกาในระยะยาว

1.2 ปัจจัยทางด้านราคาข้าวแต่ละประเทศ ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจนำเข้าของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญอย่างสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะในกลุ่มข้าวเวียดนามที่มีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง อ่อนไหวสูง อย่างไรก็ตาม เนื่องจากราคาไขว้ไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่า แต่ละประเทศไม่ได้แข่งขันด้านราคากันโดยตรง ส่งผลให้ผู้ผลิตขาดแรงจูงใจในการพัฒนาคุณภาพสินค้า ดังนั้น ไทยควรมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพข้าวหอมมะลิให้ได้มาตรฐานสากล การสร้างเอกลักษณ์สินค้าให้มีความชัดเจน และเป็นที่น่าจดจำ รวมถึงการส่งเสริมมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก เช่น เกษตรอินทรีย์ (Organic) และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) เพื่อยกระดับข้าวไทยจากสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วไปให้กลายเป็นสินค้ามูลค่าสูงที่ผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกายินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ไทยสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาวโดยไม่ต้องพึ่งพาการลดราคาเป็นกลยุทธ์หลัก

1.3 การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) พบว่า การขยายตัวของตลาดนำเข้าข้าวในระดับโลกส่งผลให้เกิดโอกาสสำคัญต่อการเพิ่มศักยภาพการส่งออกของประเทศไทย ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมกันในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการบริโภคข้าวไทยในกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมอาหารเอเชีย ควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์ของข้าวไทยในฐานะสินค้าเกษตรคุณภาพสูง นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการยกระดับมาตรฐานสินค้า อาทิ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งการพัฒนาและขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า เช่น การค้าปลีกสมัยใหม่และแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงสินค้า และขยายฐานผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย

1.4 ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง และผลจากการปรับทิศทางการส่งออกของไทย มีค่าเป็นลบ ในแบบจำลอง CMS สะท้อนให้เห็นว่าไทยกำลังสูญเสียส่วนแบ่งตลาดข้าวในสหรัฐอเมริกาให้กับอินเดีย ซึ่งเป็นประเทศเดียวที่ได้รับผลบวกจากทุกองค์ประกอบ ดังนั้น ภาครัฐควรสนับสนุนเทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่ และการส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง เพื่อให้ราคาส่งออกข้าวไทยสามารถแข่งขันได้มากขึ้นในตลาดสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ ผู้ส่งออกไทยควรให้ความสำคัญกับตลาดสหรัฐอเมริกามากขึ้น เนื่องจากสหรัฐอเมริกายังคงเป็นตลาดส่งออกข้าวที่มีมูลค่าสูงสุดและมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง

### 2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งถัดไปควรพิจารณาการใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายเดือน เพื่อเพิ่มความละเอียดของข้อมูลจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นส่งผลให้การประมาณค่ามีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ อาจขยายช่วงระยะเวลาของข้อมูลให้ครอบคลุมเหตุการณ์สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อตลาดข้าวโลก เช่น ผลกระทบจากสงครามรัสเซีย–ยูเครน ซึ่งมีอิทธิพลต่อราคาธัญพืชในตลาดโลก รวมถึงวิกฤตการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศที่ส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตรทั้งในด้านต้นทุนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน

2.2 ผลการศึกษา พบว่า ตัวแปรบางตัวที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นผลจากความซับซ้อนของโครงสร้างตลาดข้าวในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะในด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้น การศึกษาครั้งถัดไปควรประยุกต์ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน วิเคราะห์เชิงปริมาณเข้ากับการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การใช้แบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริโภคในตลาดสหรัฐอเมริกา เพื่อสามารถอธิบายพฤติกรรมการเลือกบริโภคของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2.3 พิจารณาตัวแปรที่สะท้อนนโยบายการค้าระหว่างประเทศ เช่น อัตราภาษีการนำเข้า และมาตรการกีดกันทางการค้าที่มิใช่ภาษี ครอบคลุมโครงสร้างของตลาดข้าว เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีบทบาทสำคัญต่อปริมาณและทิศทางการนำเข้าข้าวของประเทศผู้นำเข้า

**เอกสารอ้างอิง**

กรมการค้าต่างประเทศ. (2568). *ข้อมูลสถานการณ์ข้าวสหรัฐอเมริกาเดือนพฤษภาคม 2568*. สืบค้นจาก https://shorturl.asia/y6ap8.

จันทรพร จักร์แก้ว. (2553). *การวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้าข้าวเจ้าข้าวหอมมะลิไทยและข้าวเจ้าขาวของประเทศคู่ค้าที่สำคัญจากประเทศไทย*. (วิทยาศาสตรศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

จิราพร ปานพรม. (2563). *การศึกษาอุปสงค์ข้าวไทยในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ*. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).

ไพสิฐ อุปยโสธร (2549). *การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ กรณีศึกษาเขตการค้าเสรีอาเซียน*. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2567). *การศึกษาแนวทางการสร้างเสถียรภาพการค้าสินค้าข้าว*. สืบค้นจาก https://www.tpso.go.th/document/2411-0000000004.

_____. (2568). *พาณิชย์เผยสถิติที่สุดแห่งปี การส่งออกสินค้าเกษตรไทย ปี 67*. สืบค้นจาก https://tpso.go.th/news/2502-0000000023.

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). *การศึกษาผลกระทบของราคาส่งออกข้าวไทยและประเทศคู่แข่งที่มีต่อความต้องการนำเข้าข้าวจากไทย*. กรงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.

เอกชัย ว่องสกุล. (2556). *การวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้าข้าวไทยในอินโดนีเซีย*. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

Leamer, E. E., & Stern, R. M. (1970). *Quantitative International Economics*. Boston: Allyn and Bacon.

Trade Map. (2024). *The quantity of rice exports and imports*. Retrieved from https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c100630%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1.

USDA Foreign Agricultural Service. (2024). *Grain: World Markets and Trade*. Retrieved from https://esmis.nal.usda.gov/publication/grain-world-markets-and-trade.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

**Research Article**

# The Influence of ESG Sustainability Principles, Trust, and Service Quality on Corporate Image and Customer Loyalty of Krungthai Bank in Nakhon Pathom Province

**Jutamat Boocawee[1*] and Amarin Tawata[2]**

[1] *Master's degree student, Faculty of Management Science, Silpakorn University, Thailand*

[2] *Faculty of Management Science, Silpakorn University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: boocawee_j@silpakorn.edu*

## ABSTRACT

This study aimed to examine: (1) the opinion levels of respondents toward Environmental, Social, and Governance (ESG) sustainability principles, customer trust, service quality, the corporate image of Krungthai Bank, and customer loyalty; (2) the influence of ESG sustainability principles, customer trust, and service quality on the corporate image of Krungthai Bank; and (3) the influence of corporate image on customer loyalty. This study employed a quantitative research design using purposive sampling. The sample consisted of 420 customers holding deposit or loan accounts with Krungthai Bank in Nakhon Pathom Province. The research instrument was a questionnaire, and data were analyzed using frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. Structural Equation Modeling (SEM) was used to test the hypotheses. The findings revealed that: (1) the overall opinion levels regarding ESG sustainability principles, service quality, corporate image, and customer loyalty were at a high level, while customer trust was rated at the highest level; (2) ESG sustainability principles had a positive influence on corporate image with an effect size of 0.363, customer trust had a positive influence on corporate image with an effect size of 0.256, and service quality had a positive influence on corporate image with an effect size of 0.308; (3) corporate image had a positive influence on customer loyalty with an effect size of 0.976. All hypothesis test results were consistent with the proposed hypotheses, and the model demonstrated a good fit with the empirical data (CMIN/DF = 1.488, GFI = 0.997, CFI = 1.000, NFI = 0.999, RMSEA = 0.034, RMR = 0.002).

**Keywords:** ESG Sustainability Principles, Customer Trust, Service Quality, Corporate Image, Customer Loyalty

Received: 4 April 2026;
Revised: 18 May 2026;
Accepted: 27 May 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

# อิทธิพลของหลักความยั่งยืน ESG ความไว้วางใจและคุณภาพการบริการต่อภาพลักษณ์องค์กรและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยในเขตนครปฐม

**จุฑามาศ บ่อคาวี[1*] และ อมรินทร์ เทวตา[2]**

[1] *นักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ประเทศไทย*

[2] *คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: boocawee_j@silpakorn.edu*

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อหลักความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ คุณภาพในการบริการ ภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารกรุงไทย และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ (2) อิทธิพลของหลักความยั่งยืนด้าน ESG ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ คุณภาพในการบริการ ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารกรุงไทย และ (3) อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากลูกค้าที่มีบัญชีเงินฝากหรือสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตนครปฐม จำนวน 420 คน เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (structural equation modeling : SEM) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับความคิดเห็นด้านหลักความยั่งยืน ESG ด้านคุณภาพในการบริการ ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนระดับความคิดเห็นด้านความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (2) หลักความยั่งยืน ESG มีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.363 ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.256 และด้านคุณภาพในการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.308 (3) ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.976 ผลการทดสอบทั้งหมดสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (CMIN/DF = 1.488, GFI = 0.997, CFI = 1.000, NFI = 0.999, RMSEA = 0.034, RMR = 0.002)

**คำสำคัญ:** หลักความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล, ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ, คุณภาพในการบริการ, ภาพลักษณ์องค์กร, ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

## บทนำ

ปัจจุบันสถาบันการเงินถือเป็นเสาหลักสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคมของประเทศ โดยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาแนวคิดเรื่องความยั่งยืนภายใต้กรอบ ESG (Environmental, Social, and Governance) ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในภาคการเงินการธนาคาร โดยเฉพาะหลังวิกฤตการเงินโลกในปี 2551 และความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรงขึ้น (World Economic Forum, 2023) ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดทิศทางการธนาคารเพื่อความยั่งยืนผ่านแผนยุทธศาสตร์ปี 2563-2565 โดยผลักดันให้สถาบันการเงินนำกรอบ ESG มาใช้ในการดำเนินสินเชื่ออย่างรับผิดชอบ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

ธนาคารกรุงไทยในฐานะธนาคารพาณิชย์ของรัฐ ดำเนินธุรกิจภายใต้วิสัยทัศน์ Growing Together for SUSTAINABILITY โดยมุ่งมั่นพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินและยึดหลัก ESG อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม เช่น สินเชื่อเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Loan) ด้านสังคมผ่านโครงการเพื่อสังคมต่าง ๆ มอบทุนการศึกษา การช่วยเหลือผู้ประสบภัย และด้านธรรมาภิบาลผ่านนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ธนาคารกรุงไทย, 2567)

ผู้ใช้บริการในปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับองค์กรที่แสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี การดำเนินงานตามหลัก ESG จึงไม่เพียงแต่เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ยังเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและความจงรักภักดีของลูกค้าอีกด้วย Kim & Cho (2024) แสดงให้เห็นว่า การดำเนินงานตามหลัก ESG มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร อีกทั้งงานวิจัยของ โสภิต มนต์ฉันทะ (2560) ยังได้ศึกษาคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ทั้งยังให้ข้อแนะนำถึงการศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรอื่นที่จะส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ปัจจุบันธนาคารกรุงไทยได้เผชิญกับความท้าทาย ท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง เช่น FinTech และ Digital banking platform ต่างแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด ด้วยเหตุผลดังกล่าว ธนาคารจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมให้คงไว้ และสร้างฐานลูกค้าใหม่ไปพร้อมกัน

เมื่อทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ESG กับความจงรักภักดีของลูกค้าในบริบทของธนาคารไทย มักพิจารณาตัวแปรเหล่านี้แยกส่วนจากกัน กล่าวคือ มีงานวิจัยที่ศึกษาผลของ ESG ต่อภาพลักษณ์องค์กร (Kim & Cho, 2024) และมีงานวิจัยที่ศึกษาคุณภาพการบริการและความไว้วางใจต่อความจงรักภักดี (โสภิต มนต์ฉันทะ, 2560) แต่ยังขาดงานวิจัยที่บูรณาการตัวแปรทั้งสี่ ได้แก่ หลักความยั่งยืน ESG คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์องค์กร ให้อยู่ในโมเดลเชิงสาเหตุเดียวกัน เพื่ออธิบายความจงรักภักดีของลูกค้าอย่างครบถ้วน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธนาคารกรุงไทยที่มีอยู่ส่วนใหญ่ดำเนินการในเขตกรุงเทพมหานครและเมืองขนาดใหญ่ ซึ่งมีบริบทด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ระดับการรับรู้เรื่อง ESG และรูปแบบการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างจากพื้นที่ระดับจังหวัดอย่างมีนัยสำคัญ จังหวัดนครปฐมในฐานะจังหวัดปริมณฑลที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ มีฐานผู้ประกอบการ SMEs จำนวนมาก และมีกลุ่มประชากรที่หลากหลายทั้งภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และบริการ แต่กลับยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยในพื้นที่นี้โดยตรง ทำให้ขาดฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ที่จะนำไปใช้วางกลยุทธ์ระดับพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจมุ่งเน้นที่จะศึกษาอิทธิพลของหลักความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Sustainability Principles) ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ (Customer Trust) คุณภาพในการบริการ (Service Quality) ต่อภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ (Customer Loyalty) ธนาคารกรุงไทย ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานของธนาคารกรุงไทยและสถาบันการเงินอื่น ๆ ในการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าอย่างยั่งยืน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อหลักความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ คุณภาพในการบริการ ภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารกรุงไทย และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของหลักความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ คุณภาพในการบริการ ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารกรุงไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารกรุงไทยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

## การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาแนวคิดหลักความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ คุณภาพในการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้อง ครอบคลุม อันจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและการสร้างสมมติฐานที่สอดคล้องกับบริบทของการศึกษา

1. แนวคิดเรื่องหลักความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Sustainability Principles) ESG เป็นตัวชี้วัดที่ใช้วัดผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงินขององค์กร โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล โดยแต่ละองค์ประกอบมีความหมายดังนี้ ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการปล่อยคาร์บอน การใช้พลังงานหมุนเวียน และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ด้านสังคม (Social) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ทั้งพนักงาน ลูกค้า ชุมชน และคู่ค้า รวมถึงการส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและการพัฒนาสังคม ด้านธรรมาภิบาล (Governance) หมายถึง การกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใส มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และการปกป้องสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ESG จึงเป็นแนวคิดการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยไม่ได้มองเพียงผลประกอบการทางการเงินเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นักลงทุนใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน และส่งผลต่อความยั่งยืนในระยะยาวขององค์กร (Kim & Cho, 2024)

2. ผลลัพธ์ของหลักความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Sustainability Principles) วุฒิ สุขเจริญ และ ภัทรพร ทิมแดง (2567) ได้ศึกษาอิทธิพลของ ESG ที่ส่งผลต่อเจตนาซื้อและความเต็มใจในการซื้อในราคาที่สูงขึ้นผ่านภาพลักษณ์ของแบรนด์พบว่าการรับรู้ของผู้บริโภคต่อ ESG มีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ขององค์กร และยิ่งสนับสนุนด้วยงานวิจัยของ Kim & Cho (2024) ที่ศึกษาผลกระทบของการบริหาร ESG ของสายการบินต่อภาพลักษณ์องค์กร พบว่าปัจจัยด้านสังคมและธรรมาภิบาลมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อภาพลักษณ์องค์กร ผลการศึกษาเหล่านี้นำไปสู่

**สมมติฐานที่ 1 หลักความยั่งยืนด้าน ESG มีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร**

3. แนวคิดเรื่องความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ (Customer Trust) ความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อองค์กรในแง่ความซื่อสัตย์ ความน่าเชื่อถือ และการปฏิบัติตามคำมั่นสัญญา ซึ่งเป็นพื้นฐานของความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ (Usman et al., 2025) โดยมีองค์ประกอบ 3 มิติ ได้แก่ ความสามารถ (Ability) ความเมตตากรุณา (Benevolence) และความซื่อสัตย์สุจริต (Integrity) (Mayer & Davis, 1999)

4. ผลลัพธ์ของความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ (Customer Trust) Widyastuti et al. (2019) ได้ศึกษาความไว้วางใจของลูกค้าผ่านภาพลักษณ์องค์กรสีเขียว กลยุทธ์การตลาดสีเขียว และความรับผิดชอบต่อสังคม ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลโดยตรงต่อภาพลักษณ์องค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ โสรยา สุภาผล และคณะ (2565) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี แสดงให้เห็นว่า “ความไว้วางใจ” ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์องค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาเหล่านี้นำไปสู่

**สมมติฐานที่ 2 ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร**

5. แนวคิดเรื่องคุณภาพในการบริการ (Service Quality) คุณภาพในการบริการ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการส่งมอบบริการที่ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการอย่างมีประสิทธิภาพ โดย Parasuraman et al. (1988) ได้พัฒนาโมเดล SERVQUAL ซึ่งวัดคุณภาพบริการผ่าน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) และความเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy)

6. ผลลัพธ์ของคุณภาพในการบริการ (Service Quality) งานวิจัยของ Omoregie et al. (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าในอุตสาหกรรมค้าปลีกธนาคารในประเทศกานา พบว่าคุณภาพในการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชารัตน์ บุญประคอง (2565) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทีเอ็มบีธนชาต จำกัด (มหาชน) ในเขตนครปฐม พบผลเช่นเดียวกันในบริบทของธนาคาร ผลการศึกษาเหล่านี้นำไปสู่

**สมมติฐานที่ 3 คุณภาพในการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร**

7. แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) ภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของลูกค้าผ่านประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม เกิดเป็นความเชื่อ ความคิด ความประทับใจ จากการประเมินว่าพอใจหรือไม่ และอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามประสบการณ์ใหม่ที่รับรู้ที่แตกต่างไปจากเดิม นัทธีรา พุมมาพันธุ์ (2019) โดยสามารถวัดได้จาก 5 องค์ประกอบหลักของ Leblanc & Nguyen (1996) ได้แก่ เอกลักษณ์องค์กร ชื่อเสียง สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การให้บริการ และการติดต่อระหว่างบุคคล

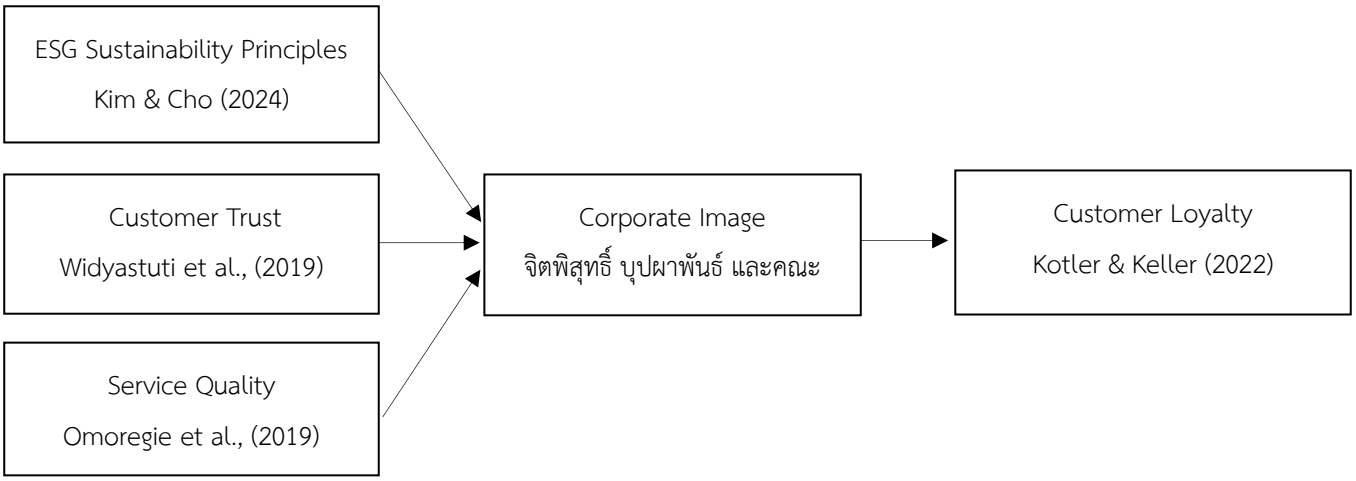
8. ผลลัพธ์ของภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) จิตพิสุทธิ์ บุปผาพันธ์ และคณะ (2566) ได้ศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน พบว่าภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัทธีรา พุมมาพันธุ์ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและความภักดีของลูกค้า ผลการศึกษาชี้ว่าการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีนำไปสู่ความภักดีในระดับที่สูงขึ้น ผลการศึกษาเหล่านี้นำไปสู่

**สมมติฐานที่ 4 ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ**

8. แนวคิดเรื่องความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ (Customer Loyalty) ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ หมายถึง ทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงถึงความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว ซึ่งสะท้อนออกมาในรูปของการใช้บริการซ้ำ การบอกต่อ และการไม่เปลี่ยนไปใช้บริการคู่แข่ง ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว โดยเฉพาะในภาคธุรกิจบริการ เช่น ธนาคาร ซึ่งต้องพึ่งพาการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ความจงรักภักดีของลูกค้าไม่เพียงแต่ช่วยลดต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่ แต่ยังส่งผลให้ลูกค้าใช้บริการซ้ำและบอกต่อไปยังผู้อื่น ซึ่งเป็นการส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจโดยตรง (Kotler & Keller, 2022) การวัดความภักดีของลูกค้า ตามแนวคิดของ Parasuraman et al. (1988) สามารถประเมินได้จาก 4 มิติหลัก ได้แก่ พฤติกรรมการบอกต่อ ความตั้งใจที่จะซื้อ ความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคา และพฤติกรรมการร้องเรียน

9. ผลลัพธ์ของความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ (Customer Loyalty) สุทธิดา บัวศรี และสมชาย เล็กเจริญ (2563) ได้ศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความตั้งใจในการซื้อซ้ำสินค้าผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลลัพธ์ด้านความจงรักภักดีพบว่าความจงรักภักดีมีอิทธิพลมากที่สุดต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุบิน พุทโสม และจิระภา จันทร์บัว (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ ความพึงพอใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ และความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ซ้ำ ผลการศึกษาด้านความจงรักภักดีพบว่าความภักดีของลูกค้ามีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ

จากการรวบรวม ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

**1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากร คือ ลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตนครปฐม ซึ่งทราบจำนวนข้อมูลที่แน่นอน จำนวน 589,757 ราย ณ วันที่ 31 ม.ค. 2568 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้เกณฑ์สำหรับการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ตามแนวทางของ (Hair et al., 2010) ที่แนะนำให้ใช้อัตราส่วนผู้ตอบแบบสอบถามต่อพารามิเตอร์ไม่น้อยกว่า 5:1 ถึง 10:1 และขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมสำหรับ SEM ควรมีจำนวนไม่น้อยกว่า 200 ราย ผู้วิจัยกำหนดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน ซึ่งถือว่าเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือสูงสำหรับการวิเคราะห์ SEM โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เป็นลูกค้าที่มีบัญชีเงินฝากหรือสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในเขตนครปฐม มีอายุ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีประสบการณ์ใช้บริการไม่น้อยกว่า 6 เดือน

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม(questionnaire)เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดตัวแปร โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นมาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา(Content validity) และความเที่ยงตรงเชิงประจักษ์(Face validity) ซึ่งจัดทำขึ้นจากการประมวลแนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยจำแนกแบบสอบถามเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล มีข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจรายการ (Checklist) โดยให้เลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ เป็นลักษณะเลือกตอบใช้มาตราส่วน 5 ระดับ (Likert scale) การวัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับหลักความยั่งยืนESG ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ คุณภาพในการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความจงรักภักดีของลูกค้า

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบวัด โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบและพิจารณาผลการตรวจสอบ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (index of item objective congruence: IOC) ระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ของงานวิจัย โดยค่า IOC จะมีค่าระหว่าง -1 ถึง 1 จากนั้นเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีสอดคล้องตั้งแต่ 0.5-1.0 แสดงถึงข้อคำถามตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยสามารถนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปใช้งานวิจัยได้ จากนั้นหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s alpha coefficient) ค่าที่เหมาะสมควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Cronbach, 1951) โดยผลลัพธ์ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach’s Alpha) ของข้อคำถามมีดังนี้ ด้านหลักความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล มีค่าความเชื่อมั่น = 0.936 ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีค่าความเชื่อมั่น = 0.927 ด้านคุณภาพในการบริการ มีค่าความเชื่อมั่น = 0.921 ด้านภาพลักษณ์องค์กร มีค่าความเชื่อมั่น = 0.939 และด้านความจงรักภักดีของลูกค้า มีค่าความเชื่อมั่น = 0.920

**3. สมมติฐานการวิจัย**

สมมติฐานที่ 1 หลักความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร

สมมติฐานที่ 2 ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพในการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร

สมมติฐานที่ 4 ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

**4. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการเงินฝากหรือสินเชื่อในสำนักงานเขต สำนักงานธุรกิจและใช้บริการตามสาขาต่าง ๆ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตนครปฐม โดยเก็บข้อมูลในรูปแบบผ่านระบบ

ออนไลน์ (Online survey) ในรูปแบบ Google Form ร้อยละ 85 ควบคู่ไปกับการเก็บแบบสอบถามแบบกระดาษ ร้อยละ 15

**5. การวิเคราะห์ข้อมูล**

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรรนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)

5.2 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในเขตนครปฐม ที่มีต่อหลักความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ คุณภาพในการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์มาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21–5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 3.41–4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก, 2.61–3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 1.81–2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย และ 1.00–1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ตามลำดับ

5.3 วิเคราะห์สมมติฐานการวิจัยด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling: SEM) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของโครงสร้างของตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

**1. ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย ในเขตนครปฐม ที่มีต่อหลักความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ คุณภาพในการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ**

ระดับความคิดเห็นด้านหลักความยั่งยืน ESG พบว่ามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.17 แปลผลได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักความยั่งยืน ESG อยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก มิติด้านสิ่งแวดล้อม มีระดับความคิดเห็นต่อคำถามสูงสุดในประเด็น "ท่านคิดว่าธนาคารกรุงไทยดำเนินตามแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ดิจิทัลแพลตฟอร์ม แอปพลิเคชันเป๋าตัง Krungthai NEXT นำไปสู่สังคมไร้เงินสด เพื่อลดการใช้กระดาษ" ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 มิติด้านสังคม มีระดับความคิดเห็นต่อคำถามสูงสุดในประเด็น "ท่านคิดว่าธนาคารกรุงไทยปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและมุ่งมั่นในความปลอดภัยทางการเงินของลูกค้า" ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 และมิติด้านธรรมาภิบาล มีระดับความคิดเห็นต่อคำถามสูงสุดในประเด็น "ท่านคิดว่าธนาคารกรุงไทยยึดมั่นดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส เป็นธรรม และปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด" ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 ซึ่งเป็นมิติที่ได้รับการประเมินสูงที่สุดในบรรดาทุกมิติย่อยของทั้ง 3 ด้าน และอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ระดับความคิดเห็นด้านความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ พบว่ามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.25 แปลผลได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้วางใจของผู้ใช้บริการอยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็นต่อคำถามสูงสุดในประเด็น “ท่านคิดว่าการให้บริการของธนาคารกรุงไทยมีความน่าเชื่อถือ”

ระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพในการบริการ พบว่ามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.12 แปลผลได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพในการบริการอยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก โดยมีระดับความคิดเห็นต่อคำถามสูงสุดในประเด็น “ท่านรู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมกับธนาคารกรุงไทย”

ระดับความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์องค์กร พบว่ามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.20 แปลผลได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรอยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก โดยมีระดับความคิดเห็นต่อคำถามสูงสุดในประเด็น “ท่านคิดว่าธนาคารกรุงไทยเป็นธนาคารที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ไว้วางใจแก่ท่าน”

ระดับความคิดเห็นด้านความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ พบว่ามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.17 แปลผลได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก โดยมีระดับความคิดเห็นต่อคำถามสูงสุดในประเด็น “ท่านตั้งใจจะซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินจากธนาคารกรุงไทยอีกครั้งในอนาคต”

**2. อิทธิพลของหลักความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ คุณภาพในการบริการ ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารกรุงไทย**

ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานด้วยโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา โดยใช้วิธีการประมาณค่าสูงสุด (Maximum likelihood estimation) จากความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าสถิติประเมินความสอดคล้องของสมการเชิงโครงสร้าง หรือ structural equation model (SEM) พบว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า chi-square เท่ากับ 2.977 ค่า df เท่ากับ 2 และค่า CMIN/DF เท่ากับ 1.488 ผ่านเกณฑ์พิจารณา

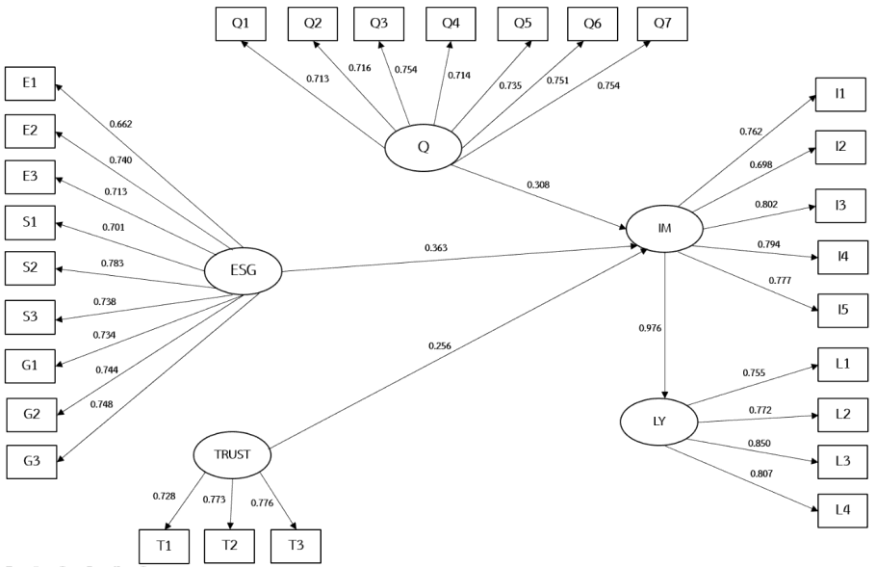
ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) ผลการวิเคราะห์มีค่า 0.034 และค่ารากของค่าเฉลี่ยยกกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (RMR) ผลการวิเคราะห์มีค่า 0.002

ดัชนีระดับความสอดคล้องกลมกลืน (GFI) และดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าดัชนี GFI มีค่าเท่ากับ 0.997 และค่าดัชนี CFI มีค่าเท่ากับ 1.000

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

**ตารางที่ 1** Statistics assessing consistency

| Statistics | Criteria | Result |
|---|---|---|
| Chi-square = 2.977 DF = 2 | | |
| CMIN/DF | <5.00 | 1.488 |
| GFI | > 0.90 | 0.997 |
| CFI | > 0.90 | 1.000 |
| NFI | > 0.90 | 0.999 |
| RMR | < 0.05 | 0.002 |
| RMSEA | < 0.05 | 0.034 |

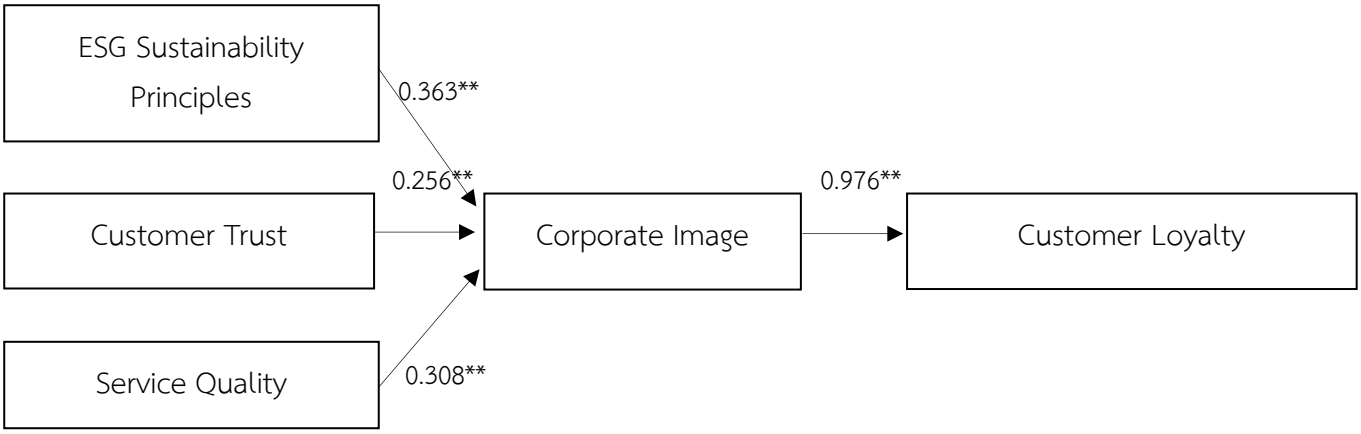



Chi-square=2.977 (df=2),

CMIN/DF=1.488, GFI=0.997, CFI=1.000,NFI=0.999, RMR=0.002, RMSEA=0.034

**ภาพที่ 2** Structural equation model of ESG Sustainability Principles, Customer Trust, Service Quality, Corporate Image and Customer Loyalty of Krungthai Bank in Nakhon Pathom Province

จากผลการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาครั้งนี้ พบว่า หลักความยั่งยืน ESG ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ คุณภาพในการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ เป็นโมเดลที่สอดคล้อง ดังแสดงในภาพที่ 3




**ภาพที่ 3** model of ESG Sustainability Principles, Customer Trust, Service Quality, Corporate Image and Customer Loyalty of Krungthai Bank in Nakhon Pathom Province

หมายเหตุ: **=P≤0.001,*P≤0.01

**ตารางที่ 2** ผลการทดสอบสมมติฐาน

| สมมติฐาน | ตัวแปร | β[a] | S.E.[b] | C.R.[c] | p-value | ผลการทดสอบ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H1 | ESG --> IM | 0.363 | 0.038 | 9.587 | 0.000** | ยอมรับสมมติฐาน |
| H2 | TRUST --> IM | 0.256 | 0.035 | 7.468 | 0.000** | ยอมรับสมมติฐาน |
| H3 | Q --> IM | 0.308 | 0.038 | 7.995 | 0.000** | ยอมรับสมมติฐาน |

หมายเหตุ: ESG= หลักความยั่งยืน ESG, TRUST=ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ, Q=คุณภาพในการบริการ, IM=ภาพลักษณ์องค์กร, a= Standardized parameter, b = Standardized Error, c = Critical ratio

จากสมมติฐานที่ 1: หลักความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร

ผลการวิเคราะห์หลักความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน β =0.363 จึงยอมรับสมมติฐาน โดยภาพลักษณ์องค์กรเกิดจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย ในเขตนครปฐม และตระหนักถึงการดำเนินงานของธนาคารว่าธนาคารกรุงไทยยึดมั่นดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส เป็นธรรม และปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด การรับรู้เหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อการก่อร่างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีในสายตาของลูกค้า

จากสมมติฐานที่ 2: ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร

ผลการวิเคราะห์ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน β =0.256 จึงยอมรับสมมติฐาน โดยภาพลักษณ์องค์กรเกิดจากประสบการณ์จริงที่ลูกค้ารับรู้และประเมินได้ในทุกจุดสัมผัสของการให้บริการจนเกิดความไว้วางใจ ว่าจากธนาคารกรุงไทยมีความน่าเชื่อถือ และเชื่อมั่นว่าธนาคารกรุงไทยให้บริการอย่างซื่อตรง มีจริยธรรมและการบริการมีคุณภาพสม่ำเสมอ จนเกิดภาพจำที่เป็นภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคาร

จากสมมติฐานที่ 3: คุณภาพในการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร

ผลการวิเคราะห์คุณภาพในการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน β =0.308 จึงยอมรับสมมติฐาน โดยภาพลักษณ์องค์กรเกิดจากลูกค้ารับรู้

ว่าการทำธุรกรรมกับธนาคารกรุงไทยมีความปลอดภัยในระดับสูง และพนักงานแสดงออกถึงความใส่ใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลซึ่งสะท้อนถึงการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการ ทั้งยังสามารถเข้าถึงบริการได้หลากหลายช่องทาง ทั้ง ATM, สาขา/สำนักงานธุรกิจ และระบบออนไลน์ สิ่งนี้บ่งชี้ว่าธนาคารประสบความสำเร็จในการพัฒนา Omni-channel Strategy ที่ตอบสนองพฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกัน เป็นผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

**3. อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารกรุงไทยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ**

ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานด้วยโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา โดยใช้วิธีการประมาณค่าสูงสุด (Maximum likelihood estimation) และผลการทดสอบสมมติฐานแบ่งเป็น 4 สมมติฐาน

**ตารางที่ 3** ผลการทดสอบสมมติฐาน

| สมมติฐาน | ตัวแปร | β[a] | S.E.[b] | C.R.[c] | p-value | ผลการทดสอบ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H4 | IM --> LY | 0.976 | 0.040 | 25.935 | 0.000** | ยอมรับสมมติฐาน |

หมายเหตุ: IM=ภาพลักษณ์องค์กร, LY=ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ, a= Standardized Parameter,
b = Standardized Error, c = Critical ratio

จากสมมติฐานที่ 4: ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน $\beta$ =0.976 จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อธนาคารสามารถสร้างภาพลักษณ์และรักษาภาพลักษณ์ที่ดีไว้ได้ จะส่งผลโดยตรงให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีอย่างเหนียวแน่น นำไปสู่พฤติกรรมการใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่องและบอกต่อไปยังผู้อื่น

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

หลักความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร โดยภาพลักษณ์องค์กรเกิดจากการที่ธนาคารกรุงไทยยึดมั่นดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส เป็นธรรม และปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด และการให้ความสำคัญกับนโยบายความเป็นส่วนตัวที่ชัดเจนเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมใช้และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส สุจริตและเป็นธรรมตามแนวทางของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าลูกค้ารับรู้และตระหนักถึงการดำเนินงานของธนาคารกรุงไทยตามกรอบการบริหารจัดการความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติด้านธรรมาภิบาล (Governance) ซึ่งการรับรู้เหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อการก่อร่างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีในสายตาของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิ สุขเจริญ และภัทรพร ทิมแดง (2567) ที่ศึกษาอิทธิพลของหลักความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล(ESG) ที่ส่งผลต่อเจตนาซื้อและความเต็มใจในการซื้อในราคาที่สูงขึ้นผ่านภาพลักษณ์ของแบรนด์ พบว่าการรับรู้ของผู้บริโภคต่อ ESG มีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ขององค์กร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim & Cho (2024) ที่กล่าวว่า ESG เป็นตัวชี้วัดที่ใช้วัดผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงินขององค์กร โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งส่งผลต่อความยั่งยืนในระยะยาวขององค์กร องค์กรที่ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และดำเนินธุรกิจอย่างมีบรรษัทภิบาล จะสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร โดยภาพลักษณ์องค์กรเกิดจากความไว้วางใจจากการให้บริการของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ เชื่อมั่นว่าธนาคารให้บริการอย่างซื่อตรงและมีจริยธรรม รวมถึงให้บริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีความไว้วางใจ (Trust theory) ของ Morgan & Hunt (1994) ที่อธิบายว่าความไว้วางใจเป็นรากฐานสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า โดยองค์กรที่สามารถสร้างและรักษาความไว้วางใจได้อย่างสม่ำเสมอจะได้รับการประเมินภาพลักษณ์ในเชิงบวกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระยะยาว สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ โสรยา สุภาผล และคณะ (2565) ที่ศึกษาปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พบว่าความไว้วางใจเป็นตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในบรรดาปัจจัยคุณภาพการให้บริการทั้งหมด และมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์องค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณภาพในการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร โดยภาพลักษณ์องค์กรเกิดจากลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมกับธนาคารกรุงไทย และสามารถใช้บริการธนาคารได้อย่างสะดวกหลายช่องทาง ทั้งตู้ ATM, สาขา/สำนักงานธุรกิจ และระบบออนไลน์ และพนักงานให้ความสนใจและใส่ใจความต้องการของลูกค้าเป็นพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดแบบจำลอง SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1988) ที่อธิบายว่า คุณภาพการบริการเกิดจากช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับการรับรู้ประสบการณ์จริงที่ได้รับ โดยองค์กรที่สามารถส่งมอบบริการที่เกินความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างสม่ำเสมอจะได้รับการประเมินภาพลักษณ์ในเชิงบวกอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ สุชารัตน์ บุญประคอง (2565) ที่ศึกษาคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทีเอ็มบีธนชาต จำกัด (มหาชน) ในเขตนครปฐม พบว่าคุณภาพการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร หากธนาคารสามารถพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดีขึ้น จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี

ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โดยความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการเกิดจากความตั้งใจจะซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินจากธนาคารกรุงไทยอีกครั้งในอนาคต และจะพูดในแง่บวกเกี่ยวกับธนาคาร รวมถึงจะแนะนำธนาคารให้กับผู้อื่นที่ขอคำแนะนำจากท่าน สอดคล้องกับ สุวิมล โภชนา (2563) ที่กล่าวว่า ความจงรักภักดีเป็นความรู้สึกและทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น มีแนวโน้มที่จะแนะนำบริการแก่ผู้อื่น และไม่เปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่งได้ง่าย และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สัมฤทธิ์ จำนงค์ (2559) ที่ให้ความหมายความจงรักภักดีว่าเป็นข้อผูกพันที่เกิดจากความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับ และจะเกิดการซื้อซ้ำหรือกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบอกต่อให้ผู้ใช้บริการคนอื่นมาใช้บริการเพิ่มเติม ด้วยสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตพิสุทธิ์ บุปผาพันธ์ และคณะ (2566) ที่ศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน พบว่าภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดีและความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Keller (2022) ที่กล่าวว่าความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการไม่เพียงแต่ช่วยลดต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่ แต่ยังส่งผลให้ลูกค้าใช้บริการซ้ำและบอกต่อไปยังผู้อื่น

## องค์ความรู้ใหม่

การศึกษานี้สร้างองค์ความรู้ใหม่ที่ขยายขอบเขตจากงานวิจัยก่อนหน้าในสามประการ ได้แก่

ประการแรก เป็นการบูรณาการหลักความยั่งยืน ESG ความไว้วางใจ และคุณภาพในการบริการ เข้าสู่โมเดลเชิงสาเหตุเดียวกัน โดยพิสูจน์ว่าภาพลักษณ์องค์กรทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างตัวแปรต้นทั้งสามกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยในเขตนครปฐม

ประการที่สอง ค้นพบว่า มิติธรรมาภิบาล (Governance) เป็นองค์ประกอบของ ESG ที่มีน้ำหนักต่อภาพลักษณ์องค์กรสูงสุดในบริบทพื้นที่เขตนครปฐม ที่มีฐานลูกค้า SME และความหลากหลายทางอาชีพสูง สะท้อนว่าความซื่อสัตย์โปร่งใส และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นปัจจัยหลักในการก่อร่างภาพลักษณ์ขององค์กรธนาคารกรุงไทยในเขตนครปฐม

ประการที่สาม ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรต่อความจงรักภักดี ($\beta$ = 0.976) บ่งชี้ว่า ภาพจำสะสมจากประสบการณ์ทุกจุดสัมผัสมีพลังอธิบายพฤติกรรมความจงรักภักดีในระดับสูง ซึ่งเป็นข้อค้นพบที่มีนัยสำคัญต่อการออกแบบกลยุทธ์สร้างความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารกรุงไทยในเขตนครปฐม หรือสถาบันการเงินอื่นต่อไป




**ภาพที่ 4** องค์ความรู้ใหม่

## สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า ธนาคารกรุงไทยในเขตนครปฐมได้รับการยอมรับจากผู้ใช้บริการในทุกมิติที่ศึกษา โดยมีประเด็นสำคัญที่โดดเด่น 3 ประการ

ประการแรก ความน่าเชื่อถือและธรรมาภิบาลเป็นรากฐานสำคัญที่สุด ผู้ใช้บริการให้ความเชื่อมั่นสูงสุดในด้านความซื่อสัตย์ โปร่งใส และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล สะท้อนว่าการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบ ESG โดยเฉพาะด้าน Governance ได้สร้างความไว้วางใจที่แข็งแกร่งจนผู้ใช้บริการเชื่อมั่นในความซื่อตรงและจริยธรรมของธนาคารอย่างเต็มที่

ประการที่สอง ESG ความไว้วางใจ และคุณภาพบริการ เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมกันเพื่อหล่อหลอมภาพลักษณ์องค์กร เมื่อผู้ใช้บริการสัมผัสได้ถึงความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ความสะดวกหลากหลายช่องทาง และความใส่ใจของพนักงาน ประกอบกับการรับรู้ถึงความมั่นคงทางการเงินและการพัฒนานวัตกรรมที่ต่อเนื่อง ปัจจัยเหล่านี้ผนึกกันสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกที่มีพลัง

ประการที่สาม ภาพลักษณ์ที่ดีเป็นกลไกขับเคลื่อนความจงรักภักดีในระยะยาว ผู้ใช้บริการที่รับรู้ภาพลักษณ์ดังกล่าว ไม่เพียงตั้งใจกลับมาใช้บริการและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินในอนาคตเท่านั้น แต่ยังกลายเป็นผู้สนับสนุนธนาคาร

ด้วยการบอกต่อและแนะนำแก่ผู้อื่น ซึ่งถือเป็นจุดแข็งทางการตลาดที่สำคัญยิ่ง และส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของธนาคารกรุงไทยในระยะยาวได้

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เนื่องจากความยั่งยืน ESG ความไว้วางใจ คุณภาพการบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย ในเขตนครปฐม จึงควรเสริมสร้างปัจจัยเหล่านี้ให้เป็นที่ประจักษ์แก่สายตาผู้ใช้บริการ เช่น การยึดมั่นดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส เป็นธรรม และปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด การให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพสม่ำเสมอ การทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมกับธนาคารกรุงไทย ตลอดจนเป็นที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ไว้วางใจแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ จะเกิดการซื้อซ้ำหรือกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และบอกต่อให้ผู้ใช้บริการคนอื่นมาใช้บริการเพิ่มเติมด้วย

### 2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยให้ความเห็นว่า ควรศึกษาความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการในงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเข้าใจมุมมองและประสบการณ์ของลูกค้าอย่างละเอียดและชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในอนาคต

2.2 ผู้ที่สนใจควรทำการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติมที่อาจจะมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ เช่น ความพึงพอใจ ความปลอดภัยในการใช้บริการ การตระหนักรู้ถึงแบรนด์ และนำผลการศึกษามาปรับปรุงการให้บริการให้เกิดความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง


จิตพิสุทธิ์ บุปผาพันธ์, เปรมฤดี จิตรเกื้อกูล, ธัญลักษณ์ เมืองโคตร และ ตติยาภรณ์ ศิริศักดากุล. (2566). อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ, 10*(1), 55-71.

ธนาคารกรุงไทย. (2567). *แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2566 (แบบ 56-1 One Report)*. สืบค้นจาก https://krungthai.com/en/investor-relations/financial-information/annual-report.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *แผนยุทธศาสตร์ ธปท. พ.ศ. 2563 - 2565 ธนาคารกลางท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง. BOT Magazine ฉบับที่ 6/2562*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine-issues/256206CoverStory.html.

นัทธีรา พุมมาพันธุ์. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและความภักดีของลูกค้า. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 5(1), 103–115.

วุฒิ สุขเจริญ และ ภัทรพร ทิมแดง. (2568). อิทธิพลของ ESG ที่ส่งผลต่อเจตนาซื้อและความเต็มใจในการซื้อในราคาที่สูงขึ้นผ่านภาพลักษณ์ของแบรนด์: การศึกษาในผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน Y. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 19*(1), 167-179.

สัมฤทธิ์ จำนงค์. (2559). *ภาพลักษณ์องค์กรและนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

สุชารัตน์ บุญประคอง. (2565). *คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทีเอ็มบีธนชาต จำกัด (มหาชน) ในเขตนครปฐม*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร)

สุทธิดา บัวศรี และ สมชาย เล็กเจริญ. (2563). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความตั้งใจในการซื้อซ้ำสินค้าผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, 5*(2), 81–92.

สุบิน พุทโสม และ จิระภา จันทร์บัว. (2564). อิทธิพลของความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ ความพึงพอใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ และความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ซ้ำ. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 27*(2), 57–73.

สุวิมล โภชนา. (2563). *คุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์องค์กร และการรับรู้คุณค่า ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

โสภิต มนต์ฉันทะ. (2560). *โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้เนื้อเชื่อใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารกรุงไทยสาขากาญจนบุรี*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร)

โสรยา สุภาผล, ลัดดาวัลย์ สำราญ และ วัชรีวัลย์ ทองสมบัติ (2565).ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 18*(4), 129-139.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16*(3), 297-334.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th Edition). New York: Pearson.

Kim, Y., & Cho, W. (2024). The effect of airline's ESG management on corporate reputation, corporate image, and relationship continuance intention. *Global Business & Finance Review, 29*(5), 146-159.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management*. (16th ed.). Hoboken, New Jersey: Pearson.

LeBlanc, G., & Nguyen, N. (1996). Cues used by customers evaluating corporate image in service firms: An empirical study in financial institutions. *International Journal of service Industry Management, 7*(2), 44-56.

Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1999). The effect of the performance appraisal system on trust for management: A field quasi-experiment. *Journal of applied psychology, 84*(1), 123–136.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing, 58*(3), 20-38.

Omoregie, O. K., Addae, J. A., Coffie, S., Ampong, G. O. A., & Ofori, K. S. (2019). Factors influencing consumer loyalty: evidence from the Ghanaian retail banking industry. *International Journal of Bank Marketing, 37*(3), 798-820.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64*(1), 12-40.

Usman, M., Allah Pitchay, A., Azhar, Z., Shaharudin, M. S., & Ganesan, Y. (2025). The impact of Islamic banks' non-Shariah-compliant income on customers' trust and commitment: case of Islamic banks in Pakistan. *Journal of Islamic Marketing, 16*(5), 1349-1370.

Widyastuti, S., Said, M., Siswono, S., & Firmansyah, D. A. (2019). Customer trust through green corporate image, green marketing strategy, and social responsibility: A case study. *European Research Studies Journal, 22*(2), 83-99.

World Economic Forum. (2023). *The global risks report 2023*. (18th ed.). Geneva: World Economic Forum.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

**Research Article**

# Saving Behavior and Factors Influencing the Purchase of Savings Certificate of BAAC among Employees of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives

**Nuttakarn Srasom[1*] and Thanarak Laosuthi[2]**

[1] *Master's degree student, Department of Business Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Assistant Professor, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: nuttakarn.sra@ku.th*

## ABSTRACT

This article aims to study the (1) saving behaviors, (2) factors influencing the purchase of Savings Certificates of BAAC among employees of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives. Data were collected from a sample of 417 respondents through an online questionnaire and analyzed using descriptive statistics and Chi-square tests. The results indicate that most respondents are working-age employees (under 40 years old) based in branch offices with a bachelor's degree. Their saving behaviors lean toward low-risk financial products, such as savings accounts, fixed deposits, Savings Certificates of BAAC, and endowment life insurance, primarily for wealth accumulation and retirement preparation. Regarding purchasing patterns, the majority prefer 2-year Savings Certificates, buying them 1–2 times per year with moderate investment levels and showing a strong tendency to reinvest upon maturity. In terms of influencing factors, age, income, and education level, as well as internal organizational communication and purchasing incentives, show a significant relationship with purchasing behavior in certain dimensions. Key product-related factors include interest rates and redemption conditions. However, no significant relationship was found between financial literacy, attitudes toward saving, or specific certificate features and purchasing behavior. Based on these findings, the Bank should prioritize developing products with competitive returns and flexible terms, while enhancing internal communication and tailoring product designs to match the specific demographics and income levels of employees to promote more effective and continuous saving habits.

**Keywords:** Saving Behavior, Factors Influencing The Purchase of Savings Certificates, Savings Certificates of BAAC

Received: 3 April 2026;
Revised: 7 May 2026;
Accepted: 1 June 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

# พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

**ณัฐกานต์ สระโสม[1*] และ ธนารักษ์ เหล่าสุทธิ[2]**

[1] *นิสิตปริญญาโท ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

[2] *ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: nuttakarn.sra@ku.th*

**บทคัดย่อ**

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการออมและการซื้อสลากออมทรัพย์ (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 417 คน ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานวัยทำงานอายุไม่เกิน 40 ปี ปฏิบัติงานในส่วนงานสาขา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีพฤติกรรมการออมในรูปแบบที่มีความเสี่ยงต่ำ เช่น เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ สลากออมทรัพย์ และประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสะสมความมั่งคั่งและเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณ สำหรับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ พบว่า ส่วนใหญ่เลือกซื้อสลากออมทรัพย์ที่มีอายุ 2 ปี เฉลี่ยซื้อปีละ 1–2 ครั้ง ใช้เงินลงทุนในระดับไม่สูงมาก และมีแนวโน้มซื้อสลากชุดใหม่อย่างต่อเนื่องเมื่อครบกำหนดไถ่ถอน ในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ พบว่า อายุ รายได้ และระดับการศึกษา รวมถึงแรงจูงใจในการซื้อและการได้รับข้อมูลจากภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อในบางมิติ ขณะที่อัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขการไถ่ถอนเป็นปัจจัยสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางการเงิน ทัศนคติต่อการออม และคุณลักษณะบางประการของสลากกับพฤติกรรมการซื้อ จากผลการศึกษาดังกล่าว ธนาคารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราผลตอบแทนเหมาะสมและเงื่อนไขที่ยืดหยุ่น ควบคู่กับการเสริมสร้างการสื่อสารและการให้ข้อมูลภายในองค์กร รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้ซื้อในแต่ละช่วงวัยและระดับรายได้ เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการออมอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการออม, ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์, สลากออมทรัพย์

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

## บทนำ

การออมทรัพย์ถือเป็นพฤติกรรมพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อการสร้างระบบภูมิคุ้มกันทางการเงินตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อรองรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันและสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณ โดยการเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเงินต้องพิจารณาจากปัจจัยด้านผลตอบแทน ความเสี่ยง และสภาพคล่องเป็นสำคัญ หนึ่งในเครื่องมือทางการเงินที่มีบทบาทโดดเด่นในสังคมไทยคือสลากออมทรัพย์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบพิเศษที่ผสมผสานการฝากเงินเข้ากับแรงจูงใจในรูปของเงินรางวัล โดยมีกฎหมายรองรับผ่านสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ อาทิ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่ก่อตั้งตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ. 2509 ซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมการออมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยเฉพาะสลากออมทรัพย์ที่ออกแบบมาเพื่อคืนเงินต้นเต็มจำนวนพร้อมดอกเบี้ยและสิทธิ์ลุ้นรางวัลใหญ่ จึงถือเป็นนวัตกรรมทางการเงินที่ตอบโจทย์ทั้งความมั่นคงและการสร้างโอกาสทางการเงินให้แก่ประชาชนทุกช่วงวัย (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2568)

ปัจจุบันพนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรใน 1,243 สาขาทั่วประเทศ ถือเป็นทรัพยากรบุคคลที่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนนโยบายรัฐไปสู่ภาคเกษตรกรและชุมชน พนักงานเหล่านี้ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่

ให้บริการสินเชื่อ และบริการทางการเงิน แต่ยังเป็นที่ปรึกษาด้านการวางแผนการออมและการลงทุนอย่างเหมาะสมแก่เกษตรกรและชุมชนอีกด้วย ความใกล้ชิดระหว่างพนักงานและลูกค้าจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาฐานความสัมพันธ์และสร้างความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ของธนาคาร อย่างไรก็ตาม หากพนักงานซึ่งเป็นผู้มีบทบาทในการนำเสนอและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการเงินยังขาดความเข้าใจ หรือไม่มีพฤติกรรมการออมและการซื้อสลากออมทรัพย์ด้วยตนเอง อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารและการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า เนื่องจากการถ่ายทอดข้อมูลและประสบการณ์จากผู้ให้บริการที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์จริงย่อมมีความน่าเชื่อถือมากกว่า แม้พนักงานจะมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่และส่งเสริมการขายสลากออมทรัพย์ให้แก่ประชาชน แต่กลับยังขาดข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ชัดเจนว่าบุคลากรภายในองค์กรเองมีพฤติกรรมการออมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างไร (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2568)

ช่องว่างทางข้อมูลนี้อาจทำให้ธนาคารไม่สามารถประเมินความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์จากมุมมองของผู้ปฏิบัติงานได้อย่างครอบคลุม ทั้งยังเป็นข้อจำกัดต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือกลยุทธ์ส่งเสริมการออมให้ตอบโจทย์ของผู้ใช้งาน หากบุคลากรในองค์กรเองยังขาดความสนใจ หรือไม่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ขององค์กร อาจสะท้อนต่อปัญหาด้านความเชื่อมั่น ข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ หรือประเด็นที่ควรได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน การศึกษานี้จึงมีความสำคัญในการทำความเข้าใจพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญในการประเมินความเชื่อมั่นภายในองค์กร ผลการศึกษาจะช่วยให้ธนาคารสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความยืดหยุ่น มีผลตอบแทนที่จูงใจ และสอดคล้องกับความต้องการของทั้งพนักงานและประชาชนในวงกว้าง อันจะนำไปสู่การส่งเสริมพฤติกรรมการออมที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระดับมหภาคต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมและการซื้อสลากของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

## การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

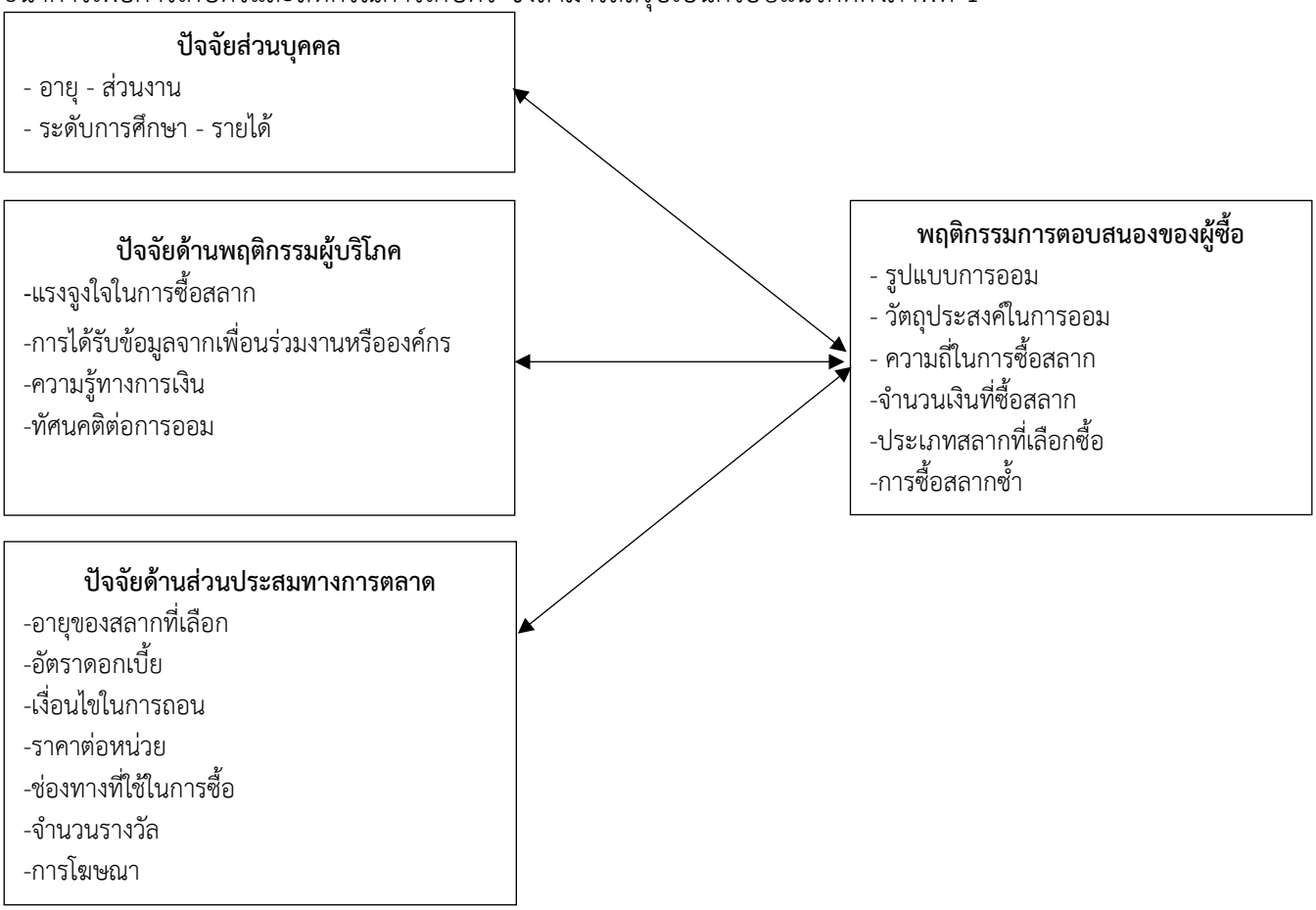
การศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์สามารถอธิบายได้จากทั้งมุมมองทางเศรษฐศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภค โดยทฤษฎีรายได้สัมบูรณ์เสนอว่าเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น บุคคลจะมีแนวโน้มออมเพิ่มขึ้นเนื่องจากการบริโภคเพิ่มขึ้นไม่เต็มสัดส่วนของรายได้ (Rehal, 2022) ขณะที่ทฤษฎีรายได้เปรียบเทียบชี้ให้เห็นว่าการตัดสินใจบริโภคและออมไม่ได้ขึ้นอยู่กับรายได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังได้รับอิทธิพลจากการเปรียบเทียบทางสังคมและความต้องการรักษาสถานะทางสังคม ส่วนทฤษฎีวัฏจักรชีวิตอธิบายว่า บุคคลแต่ละช่วงวัยมีรูปแบบการออมและการใช้จ่ายแตกต่างกันตามระดับรายได้ ภาระชีวิต และการเตรียมความพร้อมในอนาคต จึงทำให้อายุและรายได้เป็นปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมการออม (Encyclopedia, 2026)

ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิด Buyer’s Black Box Model อธิบายว่า การตัดสินใจซื้อเกิดจากการประมวลผลสิ่งเร้าต่าง ๆ ทั้งสิ่งเร้าภายใน สิ่งเร้าภายนอก และสิ่งเร้าทางการตลาด ก่อนแสดงออกเป็นพฤติกรรมการซื้อ เช่น การเลือกผลิตภัณฑ์ เวลาในการซื้อ ปริมาณการซื้อ และการซื้อซ้ำ ขณะที่แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เป็นสิ่งเร้าทางการตลาดที่สำคัญซึ่งมีผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Lumen Learning, 2026)

ผลการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสนับสนุนว่าปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โดย Ismail et al. (2013) พบว่า ความรู้ทางการเงินและอิทธิพลทางสังคมมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการออม Delafrooz & Paim (2011) พบว่า อายุ รายได้ การศึกษาและความรู้ทางการเงินมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออม กิตติยา ปั่นกลาง (2558) Noisong & Benchawattananon (2015) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ขณะที่คชภัค จิรวัชรพล และคณะ (2568)

และปรารถนา เหล่าคนดี (2558) ต่างชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคล โดยเฉพาะอายุ รายได้ การศึกษา และข้อมูลข่าวสารทางการเงิน มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการออมและการวางแผนการเงิน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยโดยกำหนดปัจจัยที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ส่วนงาน รายได้ และระดับการศึกษา 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจในการซื้อ การได้รับข้อมูลข่าวสาร และความรู้ทางการเงิน และทัศนคติต่อการออม และ 3) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ อายุของสลาก อัตราดอกเบี้ย เงื่อนไขในการถอน ราคาต่อหน่วย ช่องทางในการซื้อ จำนวนรางวัล และการโฆษณา โดยใช้ทดสอบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดดังภาพที่ 1




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

**1. กลุ่มตัวอย่าง ประชากรเท่าไหร่**

ประชากรของงานวิจัยฉบับนี้ คือ พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่เคยซื้อสลากออมทรัพย์ ซึ่งการกำหนดจำนวนขนาดตัวอย่าง ใช้สูตรแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Cochran โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (Cochran, 1977)

$$n = \frac{(Z^2 \times p \times q)}{e^2}$$

โดยที่ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z คือ ค่า Z score จากระดับความเชื่อมั่น

p คือ สัดส่วนของประชากรที่ต้องการจะสุ่ม

q คือ ค่า 1-p

e คือ ระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

แทนค่า

$$n = \frac{(Z^2 \times p \times q)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

จากสูตรคำนวณขนาดตัวอย่างได้ 384 ราย เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน เพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาเก็บข้อมูลแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในหลายสาขาทั่วประเทศ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลาย จากนั้นจึงทำการคัดกรอง (Screening) โดยเลือกเฉพาะผู้ที่เคยซื้อสลากออมทรัพย์เพื่อนำมาวิเคราะห์

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

การศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรใช้แบบถามสอบ (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล จากพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมการออมและการซื้อสลากออมทรัพย์ และ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์

ในการพัฒนาเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามทั้งด้านความตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าข้อคำถามมีค่าระหว่าง 0.67 - 1.00 (ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด 0.50) และได้นำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) โดยผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ 0.82 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยมีความแม่นยำและมีความเชื่อมั่นในระดับที่เหมาะสมต่อการเก็บข้อมูลจริง

**3. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ในการเก็บข้อมูลจะแบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่เก็บจากแบบสอบถามจากพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจำนวน 400 คน โดยจะเก็บแบบสอบถามผ่าน Google form

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมโดยการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น งานวิจัย วารสาร หนังสือ หรือสิ่งพิมพ์อื่น ๆ โดยค้นคว้าจากอินเตอร์เน็ต เป็นต้น

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล**

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยโดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ หรือตัวแปรมีอิสระจากกัน

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

**1. พฤติกรรมการออมและการซื้อสลากของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานวัยทำงานอายุไม่เกิน 40 ปี ปฏิบัติงานในสำนักงานสาขา มีรายได้อยู่ในช่วง 15,000 – 32,499 บาท และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการออม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกออมในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำ เช่น เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ สลากออมทรัพย์ และประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มากกว่าการออมในรูปแบบสินทรัพย์ทางการเงินที่มีความเสี่ยงสูงกว่า เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ ตราสารหนี้ หรือกองทุนรวม แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับการออมในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำมากกว่า

ในด้านวัตถุประสงค์ในการออม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มุ่งออมเพื่อสะสมความมั่งคั่งและเพื่อการเกษียณมากกว่าการออมเพื่อใช้จ่ายระยะสั้นหรือรองรับเหตุฉุกเฉิน แสดงให้เห็นว่าการออมของกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะของการวางแผนทางการเงินระยะกลางถึงระยะยาวมากกว่าการออมเพื่อการบริโภคในระยะสั้น ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเฉพาะพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ พบว่าส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้ออยู่ที่ 1–2 ครั้งต่อปี และใช้จำนวนเงินซื้อในระดับไม่สูงมาก โดยส่วนใหญ่มีแนวโน้มซื้อสลากออมทรัพย์ชุดใหม่เมื่อสลากเดิมครบกำหนด แทนการถอนเงินออกมาใช้จ่ายโดยตรง ซึ่งสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมการออมที่ต่อเนื่องและการมองสลากออมทรัพย์เป็นเครื่องมือในการเก็บสะสมเงิน

แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากจะระบุว่าแรงจูงใจสำคัญในการซื้อสลากออมทรัพย์คือการลุ้นรางวัล แต่ก็พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมดมีทัศนคติว่าการซื้อสลากออมทรัพย์สามารถทำให้เกิดการออมได้ ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า สำหรับพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสลากออมทรัพย์ไม่ได้ถูกมองเป็นเพียงผลิตภัณฑ์ที่ให้โอกาสในการลุ้นรางวัลเท่านั้น แต่ยังถูกมองว่าเป็นเครื่องมือทางการเงินที่ส่งเสริมวินัยการออมได้ในเวลาเดียวกัน

ด้านปัจจัยด้านการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อสลากออมทรัพย์ที่มีอายุ 2 ปี และให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ย เงื่อนไขในการถอน ราคาต่อหน่วย จำนวนรางวัลในระดับสูง และยังพบว่าช่องทางการรับข้อมูลหลักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คือ Application และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการมีสลากดิจิทัลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ แสดงให้เห็นถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเข้าถึงและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินของพนักงานในปัจจุบัน

**2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร**

ก่อนการวิเคราะห์ด้วยสถิติไคสแควร์ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) ของการทดสอบโดยพิจารณาค่าความถี่คาดหวัง (Expected count) ในแต่ละช่อง พบว่ามีค่ามากกว่า 5 ทุกช่อง ผู้วิจัยจึงสถิติ Pearson Chi-square ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการทดสอบด้วยสถิติไคสแควร์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออมและจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ รายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ จำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ และการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม และส่วนงานไม่พบความสัมพันธ์ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ผลการทดสอบไคสแควร์ของปัจจัยส่วนบุคคล

| ปัจจัยส่วนบุคคล | สมมติฐาน | $\chi^2$ | p-value |
|---|---|---|---|
| อายุ | H0: อายุเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม<br>H1: อายุไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม | 36.25 | 0.000*** |
| อายุ | H0: อายุเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม<br>H1: อายุไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม | 5.46 | 0.141 |
| อายุ | H0: อายุเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: อายุไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ | 5.93 | 0.115 |
| อายุ | H0: อายุเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: อายุไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ | 39.10 | 0.000*** |
| อายุ | H0: อายุเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ<br>H1: อายุไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ | 7.33 | 0.062 |
| รายได้ | H0: รายได้เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: รายได้ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ | 8.40 | 0.038** |
| รายได้ | H0: รายได้เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: รายได้ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ | 46.52 | 0.000*** |
| รายได้ | H0: รายได้เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร<br>H1: รายได้ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร | 6.11 | 0.106 |
| รายได้ | H0: รายได้เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ<br>H1: รายได้ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ | 8.72 | 0.033** |
| ระดับการศึกษา | H0: การศึกษาเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม<br>H1: การศึกษาไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม | 7.64 | 0.022** |
| ระดับการศึกษา | H0: การศึกษาเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม<br>H1: การศึกษาไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม | 2.82 | 0.093 |
| ระดับการศึกษา | H0: การศึกษาเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: การศึกษาไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ | 0.54 | 0.763 |
| ระดับการศึกษา | H0: การศึกษาเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร<br>H1: การศึกษาไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร | 0.45 | 0.503 |
| ส่วนงาน | H0: ส่วนงานเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม<br>H1: ส่วนงานไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม | 4.95 | 0.084 |
| ส่วนงาน | H0: ส่วนงานเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม<br>H1: ส่วนงานไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม | 0.18 | 0.617 |
| ส่วนงาน | H0: ส่วนงานเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร<br>H1: ส่วนงานไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร | 0.01 | 0.913 |

หมายเหตุ: *** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.01 และ ** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.05

ด้านปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าแรงจูงในการซื้อสลาก มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กร มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม การเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร และไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างความรู้ทางการเงิน และทัศนคติต่อการออม รายละเอียดดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ผลการทดสอบไคสแควร์ของปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค

| ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค | สมมติฐาน | $\chi^2$ | p-value |
|---|---|---|---|
| แรงจูงใจในการซื้อสลาก | H0: แรงจูงใจในการซื้อสลากเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: แรงจูงใจในการซื้อสลากไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ | 3.60 | 0.165 |
| แรงจูงใจในการซื้อสลาก | H0: แรงจูงใจในการซื้อสลากเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ<br>H1: แรงจูงใจในการซื้อสลากไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ | 12.75 | 0.000*** |
| การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กร | H0: การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม<br>H1: การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม | 9.64 | 0.008*** |
| การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กร | H0: การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร<br>H1: การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร | 10.35 | 0.001*** |
| ความรู้ทางการเงิน | H0: ความรู้ทางการเงินเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม<br>H1: ความรู้ทางการเงินไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม | 0.31 | 0.856 |
| ความรู้ทางการเงิน | H0: ความรู้ทางการเงินเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม<br>H1: ความรู้ทางการเงินไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม | 0.11 | 0.739 |
| ความรู้ทางการเงิน | H0: ความรู้ทางการเงินเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร<br>H1: ความรู้ทางการเงินไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร | 0.11 | 0.739 |
| ทัศนคติต่อการออม | H0: ทัศนคติต่อการออมเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: ทัศนคติต่อการออมไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ | 0.76 | 0.384 |

หมายเหตุ: *** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.01 และ ** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.05

เมื่อพิจารณาข้อมูลผลการทดสอบไคสแควร์จากแบบสอบถามของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า อัตราดอกเบี้ย มีความสัมพันธ์กับความถี่ในหารซื้อสลากออมทรัพย์ และเงื่อนไขในการถอนสลากมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ และไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนับสำคัญทางสถิติระหว่างอายุของสลาก ราคาต่อหน่วย จำนวนรางวัล และช่องทางการโฆษณา กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ รายละเอียดดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ผลการทดสอบไคสแควร์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps | สมมติฐาน | $\chi^2$ | p-value |
|---|---|---|---|
| อายุของสลากออมทรัพย์ | H0: อายุของสลากออมทรัพย์เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: อายุของสลากออมทรัพย์ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ | 3. 85 | 0.146 |
| อายุของสลากออมทรัพย์ | H0: อายุของสลากออมทรัพย์เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: อายุของสลากออมทรัพย์ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ | 0.87 | 0.929 |
| อายุของสลากออมทรัพย์ | H0: อายุของสลากออมทรัพย์เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำH1: อายุของสลากออมทรัพย์ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ | 3.52 | 0.172 |
| อัตราดอกเบี้ย | H0: อัตราดอกเบี้ยเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ | 3.86 | 0.049** |
| อัตราดอกเบี้ย | H0: อัตราดอกเบี้ยเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ | 2.74 | 0.254 |
| อัตราดอกเบี้ย | H0: อัตราดอกเบี้ยเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร<br>H1: อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร | 2.95 | 0.086 |

**ตารางที่ 3** ผลการทดสอบไคสแควร์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps | สมมติฐาน | $\chi^2$ | p-value |
|---|---|---|---|
| ราคาต่อหน่วย | H0: ราคาต่อหน่วยเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: ราคาต่อหน่วยไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ | 0.11 | 0.738 |
| การเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร | H0: การเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: การเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ | 1.06 | 0.304 |
| เงื่อนไขในการถอนสลากออมทรัพย์ | H0: เงื่อนไขในการถอนสลากออมทรัพย์ เป็นอิสระ/ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: เงื่อนไขในการถอนสลากออมทรัพย์ไม่เป็นอิสระ/มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ | 1.62 | 0.203 |
| เงื่อนไขในการถอนสลากออมทรัพย์ | H0: เงื่อนไขในการถอนสลากออมทรัพย์ เป็นอิสระ/ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ<br>H1: เงื่อนไขในการถอนสลากออมทรัพย์ไม่เป็นอิสระ/มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ | 7.86 | 0.005*** |
| จำนวนรางวัล | H0: จำนวนรางวัล เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: จำนวนรางวัลไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ | 0.90 | 0.343 |
| ช่องทางการโฆษณา | H0: ช่องทางการโฆษณาเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: ช่องทางการโฆษณาไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ | 5.83 | 0.120 |
| ช่องทางการโฆษณา | H0: ช่องทางการโฆษณาเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์<br>H1: ช่องทางการโฆษณาไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ | 9.96 | 0.126 |

หมายเหตุ: *** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.01 และ ** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.05

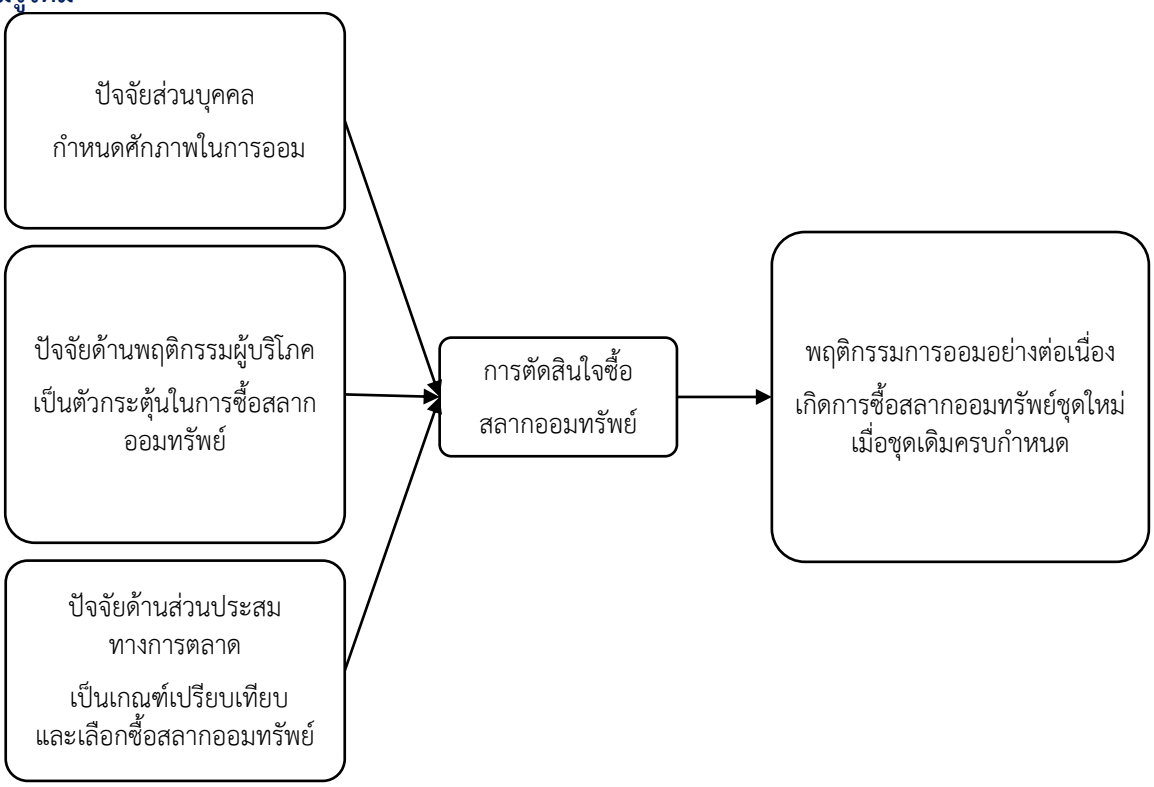
## อภิปรายผล

พฤติกรรมการออมและการซื้อสลากของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่า พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีพฤติกรรมการออมในรูปแบบสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำ และมีแนวโน้มซื้อสลากออมทรัพย์ในระดับความถี่และจำนวนเงินที่ไม่สูงมาก รวมทั้งมีพฤติกรรมการซื้อซ้ำเมื่อสลากครบกำหนด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะของสลากออมทรัพย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานระหว่างการออมและการลุ้นรางวัล ทำให้ผู้ซื้อสามารถรักษาเงินต้นไว้ได้พร้อมกับได้รับแรงจูงใจจากโอกาสในการถูกรางวัล อีกทั้งยังสอดคล้องกับลักษณะการออมของบุคคลที่เน้นความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีวัฏจักรชีวิต (Life-Cycle Hypothesis) ของ Modigliani, Ando & Brumberg (1954) ที่อธิบายว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการออมแตกต่างกันตามช่วงวัย และสอดคล้องกับงานของ Delafrooz & Paim (2011) ที่พบว่าพฤติกรรมการออมมีความสัมพันธ์กับช่วงอายุและลักษณะทางเศรษฐกิจของบุคคล

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมและการซื้อสลากออมทรัพย์ในหลายมิติ โดยเฉพาะจำนวนเงินที่ใช้ซื้อ ความถี่ในการซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคคลที่มีอายุและระดับรายได้แตกต่างกันมีข้อจำกัดและศักยภาพทางการเงินที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีรายได้สัมบูรณ์และทฤษฎีวัฏจักรชีวิต รวมถึงสอดคล้องกับงานของ ปรารถนา เหล่าคนดี (2558) และคชภัค จิรวัชรพล และคณะ (2568) ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรและระดับรายได้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออม นอกจากนี้ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการซื้อและการได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรยังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำและการเลือกซื้อสลากดิจิทัล ซึ่งสะท้อนว่าการตัดสินใจทางการเงินได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสื่อสารภายในองค์กร โดยสอดคล้องกับทฤษฎีรายได้เปรียบเทียบของ Ismail et al. (2013) ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของอิทธิพลทางสังคมต่อพฤติกรรมการออม ในขณะเดียวกันปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉพาะอัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขในการถอน พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ โดยเฉพาะในด้านความถี่ในการซื้อและการซื้อซ้ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลตอบแทนและความยืดหยุ่นของผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด และยังสอดคล้องกับ กิตติยา ปั่นกลาง (2558) และ Noisong &

Benchawattananon (2015) อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างความรู้ทางการเงิน ทัศนคติต่อการออม และคุณลักษณะบางประการของสลากกับพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งอาจสะท้อนว่าการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ในบริบทของพนักงานธนาคารได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเชิงพฤติกรรมและบริบทแวดล้อมมากกว่าความรู้เชิงทฤษฎีเพียงอย่างเดียว

## องค์ความรู้ใหม่




**ภาพที่ 2** องค์ความรู้ใหม่

ผลการศึกษานำไปสู่ข้อค้นพบเชิงแนวคิดว่า พฤติกรรมการออมและการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเป็นผลจาก ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุและรายได้ ทำหน้าที่กำหนดศักยภาพในการออม ขณะที่แรงจูงใจในการซื้อและการได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เช่น อัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขการไถ่ถอนสลากออมทรัพย์ เป็นเกณฑ์สำคัญในการเปรียบเทียบและเลือกซื้อ ข้อค้นพบที่สำคัญของการศึกษานี้คือ ในบริบทของพนักงานธนาคารซึ่งถือเป็นผู้มีความรู้ทางการเงินในระดับหนึ่ง การตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ไม่ได้ขับเคลื่อนโดยความรู้ทางการเงินเชิงทฤษฎีเป็นหลัก แต่ได้รับอิทธิพลจากบริบทขององค์กร โดยเฉพาะการสื่อสารภายในและการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเพื่อนร่วมงาน ซึ่งมีบทบาทในการกระตุ้นการตัดสินใจมากกว่า

การศึกษายังค้นพบพฤติกรรมการออมแบบต่อเนื่อง ซึ่งพนักงานมีแนวโน้มซื้อสลากออมทรัพย์ชุดใหม่ทันทีเมื่อครบกำหนดไถ่ถอน สะท้อนว่าสลากออมทรัพย์ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสร้างวินัยทางการออมในระยะยาว มากกว่าการลงทุนระยะสั้น นอกจากนี้ยังพบว่าอิทธิพลของการสื่อสารภายในองค์กรมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ขณะที่ความรู้ทางการเงินและทัศนคติไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการตัดสินใจในบริบทนี้ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยเชิงพฤติกรรมและบริบทองค์กร มากกว่าความรู้เชิงทฤษฎีเพียงอย่างเดียว

## สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการออมและการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบุคลากรในวัยทำงานที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี ปฏิบัติงานในส่วนงานสาขา และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมการออมในรูปแบบเงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ สลากออมทรัพย์ หรือประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และมีวัตถุประสงค์ในการออมเพื่อสะสมความมั่งคั่งหรือเพื่อการเกษียณเป็นหลัก สำหรับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์นั้น พนักงานมีแรงจูงใจสำคัญจากการคาดหวังผลตอบแทนในรูปแบบรางวัลควบคู่ไปกับการออมเงิน และเลือกซื้อสลากประเภทอายุ 2 ปีเป็นหลัก แม้ความถี่และจำนวนเงินในการซื้อต่อครั้งจะอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก แต่พนักงานส่วนใหญ่นั้นมีพฤติกรรมการซื้อสลากชุดใหม่ทดแทนทันทีเมื่อสลากเดิมครบกำหนดไถ่ถอน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักและการสร้างวินัยทางการออมอย่างต่อเนื่องผ่านผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์

ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล อันได้แก่ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบและจำนวนเงินที่ใช้ในการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะระดับรายได้ที่เป็นปัจจัยกำหนดความสามารถในการซื้อและความถี่ในการซื้อซ้ำอย่างเด่นชัด นอกจากนี้ปัจจัยด้านพฤติกรรมในส่วนของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรและแรงจูงใจเชิงบวกจากการลุ้นรางวัล ยังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและการเลือกรูปแบบสลากดิจิทัล ขณะที่ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า อัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขการไถ่ถอนเป็นองค์ประกอบหลักที่พนักงานใช้พิจารณาเปรียบเทียบ อย่างไรก็ตาม การศึกษากลับไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความรู้ทางการเงิน ทัศนคติต่อการออม หรือคุณลักษณะเฉพาะบางประการของสลาก เช่น ราคาต่อหน่วยและจำนวนรางวัล กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์โดยเน้นอัตราดอกเบี้ยเหมาะสม ควบคู่กับการออกแบบเงื่อนไขการถอนที่มีความยืดหยุ่น เพื่อเพิ่มแรงจูงใจให้ผู้ซื้อถือครองสลากจนครบกำหนดและมีแนวโน้มซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

1.2 เสริมการสื่อสารภายในองค์กร เนื่องจากอิทธิพลจากเพื่อนร่วมงานและองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจ ธนาคารควรใช้ช่องทางภายในเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูล

1.3 ควรส่งเสริมแรงจูงใจในการออม โดยเน้นการสื่อสารถึงบทบาทของสลากออมทรัพย์ในฐานะเครื่องมือการออมระยะยาว ควบคู่กับโอกาสในการลุ้นรางวัล เพื่อกระตุ้นพฤติกรรมการออมและการซื้อสลากอย่างต่อเนื่อง

1.4 ควรออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์ให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้ซื้อ โดยเฉพาะอายุและระดับรายได้ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออย่างมีนัยสำคัญ โดยพนักงานรายได้น้อยหรือวัยเริ่มทำงานควรมีทางเลือกที่มูลค่าต่อหน่วยต่ำหรือซื้อแบบทยอยได้ ขณะที่พนักงานรายได้สูงหรือวัยกลางคนควรมีผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลตอบแทนหรือสิทธิประโยชน์ที่จูงใจมากขึ้น

### 2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไปควรพัฒนาแบบสอบถามให้ครอบคลุมพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ในมิติที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางการซื้อและประเภทของสลาก เพื่อให้สามารถวิเคราะห์การตัดสินใจของผู้ซื้อได้อย่างละเอียด นอกจากนี้ ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมประชากรในวงกว้างมากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายและอ้างอิงผลการศึกษาไปยังกลุ่มอื่น ๆ รวมทั้งควรปรับปรุงการวัดความรู้ทางการเงินให้สะท้อนระดับความรู้ที่แท้จริง เช่น การใช้แบบทดสอบความเข้าใจด้านการออมและการวางแผนทางการเงิน เพื่อให้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ ออมมีความแม่นยำยิ่งขึ้น

**เอกสารอ้างอิง**

กิตติยา ปั่นกลาง. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

คชภัค จิรวัชรพล, บุญมี ยอมพันธ์, กรรณิกา แสงสุริศรี และ คชศักย์ มหารมณ์. (2568). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร. *วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ, 7*(1), 29–43.

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2568). *ประวัติการก่อตั้ง*. สืบค้นจาก https://www.baac.or.th/th/content-about.php?content_group_sub=0001.

ปรารถนา เหล่าคนดี. (2558). *การศึกษาพฤติกรรมการออมของคนวัยทำงาน: กรณีศึกษา พนักงานบริษัทฟู้ดโปรเจ็ค (สยาม) จำกัด และพนักงานบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด*. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd Edition). New York: John Wiley & Sons.

Delafrooz, N., & Paim, L. (2011). Personal saving behavior among Malaysian employees: Socio-demographic comparison. In *Proceedings of the 2011 International Conference on Social Science and Humanity (IPEDR, Vol. 5)* (pp. V2-361 - V2-363). Singapore: IACSIT Press.

Encyclopedia. (2026). *Life-cycle theories of savings and consumption*. Retrieved from https://www.encyclopedia.com/education/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/life-cycle-theories-savings-and-consumption.

Ismail, S., Kamis, R., Hashim, N., Harun, H., & Khairuddin, N. S. (2013). *An empirical investigation on determinants of attitude towards saving behavior*. Retrieved from https://www.academia.edu/5015140/An_Empirical_Investigation_on_Determinants_of_Attitude_towards_Saving_Behavior.

Lumen Learning. (2026). *Reading: The black box of consumer behavior*. Retrieved from https://courses.lumenlearning.com/clinton-marketing/chapter/reading-the-black-box-of-consumer-behavior/.

Noisong, K., & Benchawattananon, R. (2015). An approach to increase the Government Savings Bank's lottery sales volume of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperative in Banphai Branch, Khon Kaen Province. In *Proceedings of The National and International Conference on Business Management and Innovation 2015 (NICBMI 2015)* (pp. 417–422). Khon Kaen: Khon Kaen University.

Rehal, V. (2022). *Absolute income hypothesis*. Retrieved from https://spureconomics.com/absolute-income-hypothesis/.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

**Research Article**

# Motivational Factors Influencing Job Performance of Employees in a Plastic Manufacturing Company in Samut Sakhon Province

**Warintorn Wongchoo[1*] and Boonsom Ratsameechot[2]**

[1] *Master's Degree Student, Faculty of Business Administration, Thonburi University, Thailand*

[2] *Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Thonburi University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: Warintornwongchoo@gmail.com*

## ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study the levels of work motivation among employees in a plastic manufacturing company in Samut Sakhon Province; (2) to study the levels of job performance among these employees; and (3) to examine the motivation factors that affect their job performance. The sample consisted of 327 permanent employees who had passed their probationary period, selected through systematic sampling. The research instrument was a questionnaire with a total reliability coefficient of 0.923. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics and multiple regression analysis. The research findings revealed that: (1) the overall level of work motivation among employees in the plastic manufacturing company in Samut Sakhon Province was at a high level. (2) The overall level of job performance was at the highest level. (3) The motivational factors that significantly affected job performance at the 0.05 level were achievement, recognition, and working conditions. However, career advancement, compensation, and company policy and administration did not significantly affect the job performance of employees in this plastic manufacturing company at the 0.05 level.

**Keywords:** Motivation, Job Performance, Plastic Industry

Received: 18 March 2026;
Revised: 20 May 2026;
Accepted: 1 June 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

# แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร

**วรินทร วงค์ชู[1*] และ บุญสม รัศมีโชติ[2]**

[1] *นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี ประเทศไทย*

[2] *สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: Warintornwongchoo@gmail.com*

**บทคัดย่อ**

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร (2) ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร (3) ศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่ง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างในรูปแบบ การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ จำนวน 327 คน จากกลุ่มตัวอย่าง พนักงานที่ผ่านการทดลองงานแล้ว (พนักงานประจำ) บริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.923 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (2) ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (3) แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร คือ ด้านความสำเร็จในงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านสภาพการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความก้าวหน้าในงาน ด้านค่าตอบแทน และด้านนโยบายและการบริหาร ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

**คำสำคัญ:** แรงจูงใจ, ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน, อุตสาหกรรมพลาสติก

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

## บทนำ

อุตสาหกรรมพลาสติกมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยมีมูลค่าตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และทำหน้าที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมปิโตรเคมีกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องหลายสาขา เช่น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ยานยนต์ และเครื่องมือแพทย์ (วิจัยกรุงศรี, 2568) ในช่วงปี 2568 - 2570 คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมนี้จะเติบโตอย่างต่อเนื่องตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและนโยบายส่งเสริมการลงทุน New S-Curve ของภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจต้องเผชิญความท้าทายจากมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดขึ้นและสนธิสัญญาด้านการจัดการพลาสติกโลก (Global Plastic Treaty) ซึ่งกดดันให้ห่วงโซ่อุปทานต้องปรับตัวสู่การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นและเกิดภาวการณ์แข่งขันที่รุนแรงในตลาด (วิจัยกรุงศรี, 2568)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมไทยกำลังเผชิญปัญหาความซับซ้อนด้านแรงงานและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบ โดยในปี 2567 มีความต้องการแรงงานในภาคกลางสูงถึง 318,210 อัตรา (กรมการจัดหางาน, 2568) สำหรับจังหวัดสมุทรสาครซึ่งเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญ มีโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติกหนาแน่นถึง 1,225 แห่ง

(สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร, 2564) การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมในพื้นที่นี้จำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะเฉพาะทางในการควบคุมเครื่องจักรและกระบวนการผลิตเพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพและลดความสูญเสีย

องค์การจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพื่อรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ เนื่องจากแรงจูงใจเป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นให้พนักงานทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ (Walters, 1978) ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ในอุตสาหกรรมพลาสติกผู้ผลิตถังบำบัดน้ำเสียในจังหวัดสมุทรสาคร ที่กำลังเผชิญปัญหาสำคัญด้านพนักงานขาดแรงจูงใจในการทำงาน จนส่งผลให้อัตราการลาออกสูงถึงร้อยละ 44.11 ในปี พ.ศ. 2567 ซึ่งกระทบ ต่อความต่อเนื่องและประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตอย่างรุนแรง (ข้อมูลจากฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล บริษัทกรณีศึกษา ณ วันที่ 25 กรกฎาคม 2568)

อย่างไรก็ตาม แม้ปัญหาดังกล่าวจะมีความสำคัญในเชิงปฏิบัติ แต่จากการทบทวนวรรณกรรมกลับพบว่า งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ (Motivation) และประสิทธิภาพการทำงาน (Job Performance) ส่วนใหญ่มักจำกัดอยู่ในบริบทขององค์กรภาครัฐและภาคบริการ ในขณะที่การวิจัยเชิงประจักษ์ที่มุ่งเน้นอุตสาหกรรมการผลิตของไทย โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมพลาสติกที่มีสภาพแวดล้อมการทำงานและปัจจัยจูงใจเฉพาะตัวนั้นยังมีอยู่อย่างจำกัด ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการดังกล่าว เพื่อนำไปสู่แนวทางแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งนี้ต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร

## การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการกำหนดกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

### 1. แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

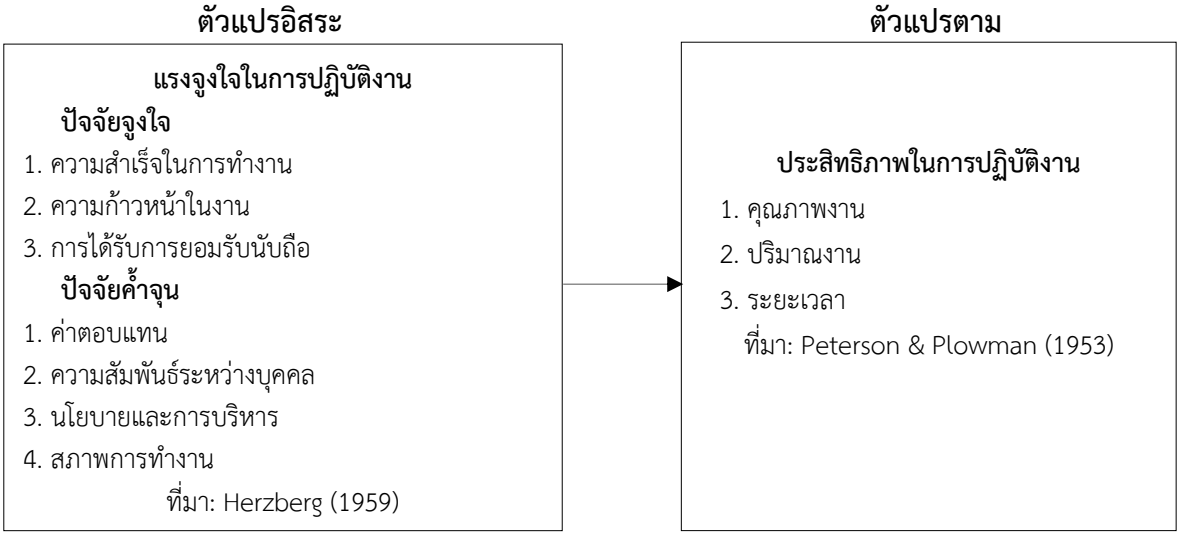
ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีสองปัจจัย (Two-Factor Theory) ของ Herzberg (1959) มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์แรงจูงใจ โดยจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ ปัจจัยจูงใจ (Motivators) ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานโดยตรง เช่น ความสำเร็จในการทำงาน ความก้าวหน้าในงาน และการได้รับการยอมรับนับถือ ซึ่งส่งผลให้พนักงานเกิดความพึงพอใจและมีความกระตือรือร้นในการแสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ และ ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น ค่าตอบแทน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล นโยบายและการบริหาร และสภาพการทำงาน ซึ่งหากองค์กรขาดปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลให้พนักงานเกิดความไม่พอใจในการปฏิบัติงานได้ โดยการบริหารจัดการแรงจูงใจทั้งสองด้านอย่างสมดุลถือเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและรักษาความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กรในระยะยาว

### 2. แนวคิดด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ในด้านการประเมินผลลัพธ์ของการทำงาน ผู้วิจัยได้ยึดตามกรอบแนวคิดของ Peterson & Plowman (1953) ซึ่งนิยามว่าประสิทธิภาพคือความสามารถของบุคคลหรือองค์กรในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งด้านเวลา แรงงาน และงบประมาณ ให้เกิดผลงานที่คุ้มค่าและสูญเสียน้อยที่สุด โดยประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ (1) ด้านคุณภาพ (Quality) ที่เน้นความครบถ้วน ถูกต้อง และสร้างความพึงพอใจ (2) ด้านปริมาณ (Quantity) ที่ต้อง

ผลิตผลงานให้ได้ตามเป้าหมายหรือแผนงานที่องค์กรกำหนดไว้ และ (3) ด้านระยะเวลา (Time) ที่ต้องปฏิบัติงานให้สำเร็จรวดเร็ว ทันสมัย และทันต่อการใช้งาน ซึ่งการพัฒนาประสิทธิภาพตามองค์ประกอบเหล่านี้ไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อผลประกอบการขององค์กรเท่านั้น แต่ยังเชื่อมโยงไปถึงความก้าวหน้าในอาชีพและความพึงพอใจส่วนบุคคลของพนักงานอีกด้วย

เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของ Herzberg (1959) ที่เน้นย้ำว่าปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อระดับความทุ่มเทและความพยายามในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามองค์ประกอบประสิทธิภาพของ Peterson & Plowman (1953) ทั้งในด้านคุณภาพ ปริมาณ และระยะเวลาที่กำหนด ผู้วิจัยจึงได้นำข้อสรุปจากการทบทวนวรรณกรรมมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ดังรายละเอียดในภาพที่ 1




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

**1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร (ข้อมูล ณ วันที่ 25 กรกฎาคม 2568) รวมทั้งสิ้น 1,784 คน โดยแบ่งตามลักษณะงานออกเป็น 4 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายขาย, ฝ่ายผลิต, ฝ่ายสนับสนุน และฝ่ายอำนวยการ

เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากร ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ทาโร ยามาเน (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 ผลการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 327 คน ซึ่งเป็นพนักงานประจำที่ผ่านการทดลองงานแล้ว จากนั้นผู้วิจัยได้แบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มงานให้เท่ากัน โดยการคำนวณหาร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนพนักงานทั้งหมด เพื่อให้ได้ถึงกลุ่มตัวอย่างที่สะท้อนถึงสัดส่วนของพนักงานในแต่ละกลุ่มงานอย่างเหมาะสม เพื่อการแจกแบบสอบถาม ได้แก่ ฝ่ายขาย 146 คน, ฝ่ายผลิต 124 คน, ฝ่ายสนับสนุน 48 คน และฝ่ายอำนวยการ 9 คน

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

แบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิดชนิดเลือกตอบ (2) ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ตามทฤษฎีสองปัจจัย (3) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งทั้งสองส่วนนี้มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5-Point Likert Scale) และ (4) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire)

ในการพัฒนาเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนอย่างมีระบบ เริ่มจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างกรอบแนวคิดและร่างข้อคำถาม จากนั้นนำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งผลการพิจารณาพบว่าข้อคำถามทั้ง 36 ข้อ มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 ทุกข้อ จึงถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด

จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับพนักงานที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบราค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.923 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยมีความเชื่อมั่นในระดับสูงและมีความพร้อมในการนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

**3. สมมติฐานการวิจัย**

ปัจจัยแรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร

**4. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งหลัก ประกอบด้วย 1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือวิชาการ บทความวิจัย วิทยานิพนธ์ และสืบค้นผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดและทฤษฎีรองรับผลการวิจัย และ 2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลใหม่โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลัก

ขั้นตอนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้จัดทำหนังสือเพื่อประสานงานกับฝ่ายบุคคลของบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกเป้าหมายในการขอเข้าเก็บข้อมูล จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองให้แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 327 ชุด ครบตามสัดส่วนที่ได้มีการคำนวณไว้ในแต่ละกลุ่มงาน พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์และระยะเวลาในการรับคืน ภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ ก่อนจะนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อสรุปผลและนำเสนอในลำดับถัดไป

**5. การวิเคราะห์ข้อมูล**

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้วิจัยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และอายุงาน สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาระดับความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีการแบ่งช่วงชั้นของค่าเฉลี่ยคือ 4.21 - 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด, 3.41 - 4.20 อยู่ในระดับมาก, 2.61 - 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง, 1.81 - 2.60 อยู่ในระดับน้อย และ 1.00 - 1.80 อยู่ในระดับน้อยที่สุด

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานถึงอิทธิพลของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์และความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปร จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

**1. ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร**

จากการวิเคราะห์ แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญกับ แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ = 4.00, *S.D.* =0.59) โดย ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X}$ = 4.18, *S.D.* = 0.68) รองลงมา ด้านความสำเร็จในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ = 4.17, *S.D.* = 0.61) ด้านสภาพการทำงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X}$ = 4.11, *S.D.* = 0.68) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ = 4.01, *S.D.* = 0.68) ด้านนโยบายและการบริหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ = 4.00, *S.D.* = 0.76) ความก้าวหน้าในงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ = 3.78, *S.D.* = 0.87) และค่าตอบแทน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ = 3.69, *S.D.* = 0.96) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของ แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวม

n=327

| ลำดับ | แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล | 4.18 | 0.68 | มาก |
| 2 | ความสำเร็จในการทำงาน | 4.17 | 0.61 | มาก |
| 3 | สภาพการทำงาน | 4.11 | 0.68 | มาก |
| 4 | การได้รับการยอมรับนับถือ | 4.01 | 0.68 | มาก |
| 5 | นโยบายและการบริหาร | 4.00 | 0.76 | มาก |
| 6 | ความก้าวหน้าในงาน | 3.78 | 0.87 | มาก |
| 7 | ค่าตอบแทน | 3.69 | 0.96 | มาก |
| **ค่าเฉลี่ยรวม** | | **4.00** | **0.59** | **มาก** |

**2. ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร**

จากการวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ = 4.22, *S.D.* =0.59) โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญกับ ด้านเวลางาน มีค่าเฉลี่ย สูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X}$ = 4.28, *S.D.* =0.65) รองลงมา ให้ความสำคัญกับด้านปริมาณงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ = 4.22, *S.D.* = 0.64) และด้านคุณภาพงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ = 4.17, *S.D.* = 0.63) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ข้อมูลประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวม

n=327

| ลำดับ | ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน | $\bar{x}$ | S.D. | แปลผล |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ด้านระยะเวลา | 4.28 | 0.65 | มากที่สุด |
| 2 | ด้านปริมาณงาน | 4.22 | 0.64 | มากที่สุด |
| 3 | ด้านคุณภาพงาน | 4.17 | 0.63 | มาก |
| **ค่าเฉลี่ยรวม** | | **4.22** | **0.59** | **มากที่สุด** |

หมายเหตุ: * ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในการวิจัยนี้ ประเมินผ่านการรับรู้ตนเองของพนักงาน (Self-perceived Performance) ซึ่งเป็นมาตรวัดเชิงพฤติกรรมศาสตร์ ไม่ใช่ข้อมูลผลการปฏิบัติงานจริง (Objective Performance)

**3. แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐาน คือ แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งจากการวิเคราะห์การหาความสัมพันธ์เพียร์สัน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 0.372 ถึง 0.759 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.80 จึงไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557)

การศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ 0.301 รองลงมาคือ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ มีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ 0.230 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ 0.227 และด้านสภาพการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ 0.182 ส่วนด้านความก้าวหน้าในงาน ด้านค่าตอบแทน และด้านนโยบายและการบริหาร ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปได้ว่า แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร สูงสุด คือ ด้านความสำเร็จในงาน (p-value = 0.000) และ (Beta = 0.301) รองลงมาคือ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ (p-value = 0.000) และ (Beta = 0.230) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (p-value = 0.000) และ (Beta = 0.227) และด้านสภาพการทำงาน (p-value = 0.000) และ (Beta = 0.182) ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวม

| ตัวแปรพยากรณ์ | B | Std.Error | Beta | t | p-value |
|---|---|---|---|---|---|
| ค่าคงที่ (Constant) | 0.465 | 0.139 | - | 3.345 | 0.001* |
| ความสำเร็จในการทำงาน | 0.293 | 0.044 | 0.301 | 6.737 | 0.000* |
| ความก้าวหน้าในงาน | 0.014 | 0.032 | 0.021 | 0.447 | 0.655 |
| การได้รับการยอมรับนับถือ | 0.200 | 0.048 | 0.230 | 4.166 | 0.000* |
| ค่าตอบแทน | -0.048 | 0.028 | -0.079 | -1.757 | 0.080 |
| ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล | 0.210 | 0.043 | 0.227 | 4.882 | 0.000* |
| นโยบายและการบริหาร | 0.079 | 0.040 | 0.102 | 1.949 | 0.052 |
| สภาพการทำงาน | 0.159 | 0.044 | 0.182 | 3.634 | 0.000* |
| F = 113.424, Sig. = 0.000, R^2 =0.731, R = 0.845, SESTD = 0.319, Adjusted R^2 = 0.707 | | | | | |

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผล

ระดับแรงจูงใจของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ระดับแรงจูงใจของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยลำดับความสำคัญของแรงจูงใจ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านสภาพการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านนโยบายและการบริหาร ด้านความก้าวหน้าในงาน และด้านค่าตอบแทน ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด Herzberg (1959) ซึ่งระบุว่าการบริหารจัดการปัจจัยค้ำจุน เช่น ความสัมพันธ์และสภาพการทำงาน อย่างเหมาะสม จะเป็นรากฐานสำคัญที่ขจัดอุปสรรคและความไม่พึงพอใจ ทำให้พนักงานมีสภาวะจิตใจที่พร้อมปฏิบัติงาน ขณะเดียวกันเมื่อองค์การเติมเต็มด้วย ปัจจัยจูงใจ เช่น ความสำเร็จในการทำงานและการได้รับการยอมรับ จึงกลายเป็นแรงขับเคลื่อนเชิงบวกที่ส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ข้อค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับ สลิล เครือวัลย์ (2566) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลพลา จังหวัดระยอง พบว่า ที่ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน รองลงมาคือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ตามลำดับ ผลการศึกษาดังกล่าวยืนยันว่า บุคลากรให้ความสำคัญกับทั้งปัจจัยจูงใจที่เกิดจากตัวเนื้องานและความรู้สึกสำเร็จ รวมถึงปัจจัยค้ำจุนที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางสังคมในที่ทำงาน ซึ่งความสอดคล้องของระดับแรงจูงใจที่อยู่ในระดับมากนี้เป็นตัวบ่งชี้สำคัญว่าองค์การมีการบริหารจัดการที่ตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรได้ครอบคลุมทั้งในแง่ของจิตใจและสภาพแวดล้อมภายนอก และผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับ ซาฟารี เจ๊ะเร๊ะ และพิเชษฐ์ พรหมใหม่ (2567) พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายการบริหารองค์การและความสำเร็จของงานเป็นแรงจูงใจสำคัญในมุมมองของ พนักงานร้านวัสดุก่อสร้างในอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลาเช่นกัน สะท้อนให้เห็นว่าในบริบทของพนักงานในกลุ่มธุรกิจร้านค้าและกลุ่มอุตสาหกรรม การมีนโยบายการจัดการที่ชัดเจนและการส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความสำเร็จในงานที่ทำ เป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญที่ทำให้ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

การศึกษาระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ครั้งนี้เป็นการประเมินผ่าน การรับรู้ตนเองของพนักงาน (Self-perceived Performance) ซึ่งเป็นระเบียบวิธีวิจัยที่ได้รับการยอมรับในทางพฤติกรรมองค์การ เนื่องจากสามารถสะท้อนมุมมองเชิงจิตวิทยาและพฤติกรรมการทำงานจริงได้อย่างเหมาะสม ประกอบกับเครื่องมือวัดมีค่าความเชื่อมั่นสูง จึงมีความแม่นยำและน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผลการวิจัยพบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงที่สุดในด้านระยะเวลา รองลงมาคือ ด้านปริมาณงาน และด้านคุณภาพงาน ตามลำดับ โดยผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นไปตามทฤษฎีของ Peterson & Plowman (1953) ซึ่งอธิบายว่า ประสิทธิภาพ คือ ความสามารถในการบริหารจัดการตัวแปรด้านเวลาให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตในเชิงปริมาณ โดยยังคงรักษามาตรฐานความถูกต้องของงาน ไว้อย่างครบถ้วน การจัดการที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิตินี้จึงเป็นเครื่องยืนยันว่า พนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาครมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในระดับที่สูงและมีความเป็นสากลตามหลักการจัดการธุรกิจ นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ ศิรินญภัฐ สิทธิจักร และคณะ (2567) พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม โดยรวมอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่า เมื่อบุคลากรมีความตระหนักในเป้าหมายของงานและได้รับการสนับสนุนจากปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสม จะส่งผลให้สามารถแสดงศักยภาพในการทำงานออกมาได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ทั้งในมิติของระยะเวลาที่รวดเร็ว ปริมาณงานที่ครบถ้วน และคุณภาพงาน ที่ได้มาตรฐาน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรวรรณ ใบเงิน (2565) พบว่า ระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับ ด้านเวลา ด้านปริมาณงาน และด้านคุณภาพงาน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาในครั้งนี้ ข้อค้นพบดังกล่าวเป็นการย้ำเตือนตามแนวคิดของ Peterson & Plowman (1953) ว่าประสิทธิภาพในการทำงานจะเกิดขึ้นในระดับมากได้นั้น ต้องอาศัยความสมดุลระหว่างการบริหารจัดการเวลาให้คุ้มค่า การผลิตผลงานให้ได้ปริมาณตามเป้าหมาย และการรักษาคุณภาพงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่องค์การกำหนด

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร จากการทดสอบสมติฐาน พบว่า แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านสภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการศึกษานี้เป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีของ Peterson & Plowman (1953) ระบุว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่ได้เกิดขึ้นจากทักษะส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลลัพธ์จากการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสม ซึ่งข้อค้นพบที่ว่าแรงจูงใจด้าน ความสำเร็จในการทำงานและการได้รับการยอมรับนับถือ ส่งผลต่อประสิทธิภาพนั้น สอดคล้องกับหลักการของทฤษฎีในมิติของความพยายามที่ก่อให้เกิดผลผลิต โดยเมื่อพนักงานได้รับแรงกระตุ้นทางจิตใจและตระหนักในคุณค่าของงาน จะส่งผลให้มีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการ ด้านระยะเวลา และผลิตงานใน ปริมาณ ที่มากขึ้นตามเป้าหมายที่องค์การกำหนดไว้ นอกจากนี้ การที่แรงจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและด้านสภาพการทำงาน มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Peterson & Plowman ในแง่ของการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิผล เนื่องจากการมีสภาพแวดล้อมการทำงานและบรรยากาศความร่วมมือที่ดี ช่วยลดอุปสรรคและลดความสูญเปล่าในกระบวนการทำงาน ทำให้พนักงานสามารถควบคุม คุณภาพงาน ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้งานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับภานุวัตร นิวันติ (2565) ซึ่งพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิตของบริษัท ABC จำกัด อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในด้านที่สอดคล้องกับข้อค้นพบของการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับ และด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้พนักงานในสายการผลิตมีระดับประสิทธิภาพในการทำงานที่สูงขึ้น นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจทั้งในส่วนที่เป็นแรงจูงใจภายใน เช่น ความสำเร็จและความรับผิดชอบ และแรงจูงใจภายนอก เช่น ความสัมพันธ์และสวัสดิการ ต่างส่งผลโดยตรงต่อการยกระดับคุณภาพและปริมาณงานตามมุมมองของพนักงาน แม้ผลการวิจัยจะพบความแตกต่างในมิติของเพศที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ แต่ในภาพรวมระดับแรงจูงใจที่พนักงานได้รับยังคงเป็นปัจจัยพยากรณ์สำคัญที่ทำให้การปฏิบัติงานบรรลุตามเป้าหมายขององค์การได้อย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับอาภาวี เรืองรุ่ง (2566) พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลโคกสำโรง อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี ทั้งในส่วนของปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีจุดเด่นในด้านความสำเร็จในการทำงานและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งส่งผลให้ระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเฉพาะในมิติด้านคุณภาพและปริมาณงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานขององค์การ ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าปัจจัยจูงใจด้านความรับผิดชอบในงาน และปัจจัยค้ำจุนด้านการปกครองบังคับบัญชารวมถึงสถานภาพในการทำงาน เป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นว่าประสิทธิภาพในการทำงานจะเกิดขึ้นได้นั้น ต้องอาศัยแรงขับเคลื่อนทั้งจากความรู้สึกรับผิดชอบภายในตัวบุคคลและการสนับสนุนเชิงโครงสร้างจากการบริหารจัดการของผู้บังคับบัญชา

## องค์ความรู้ใหม่

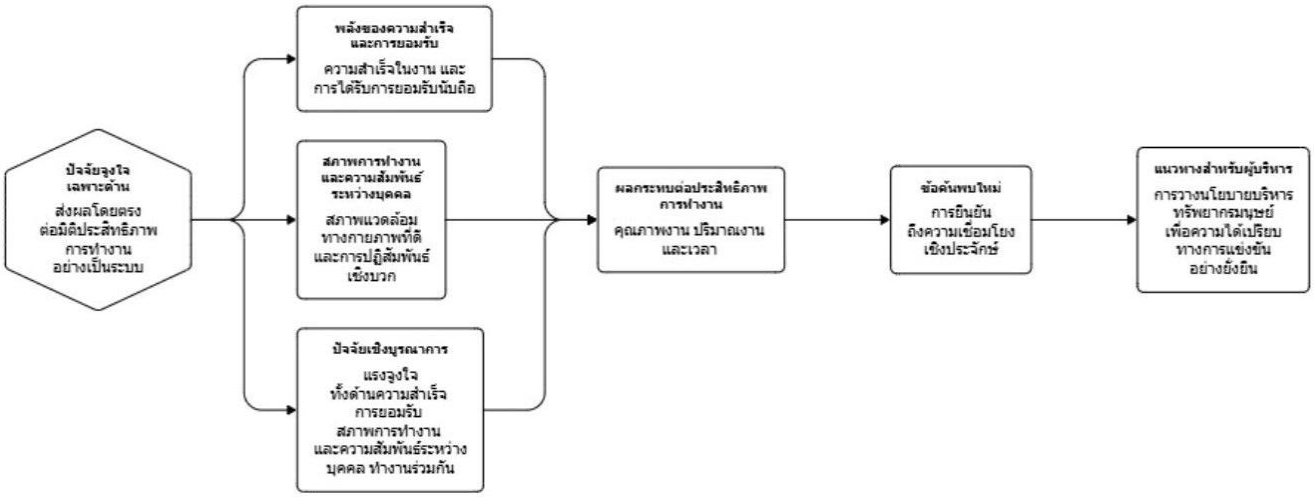
จากผลการศึกษาวิจัยค้นพบสิ่งที่สำคัญและถือเป็นประเด็นใหม่ที่น่าสนใจจากการวิจัยครั้งนี้คือ การยืนยันถึงความเชื่อมโยงเชิงประจักษ์ระหว่างปัจจัยจูงใจเฉพาะด้านที่ส่งผลโดยตรงต่อมิติประสิทธิภาพการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยสามารถจำแนกข้อค้นพบใหม่ได้ใน 3 ประเด็นหลักดังนี้

**1. พลังของความสำเร็จและการยอมรับต่อผลผลิตขององค์กร** จากการวิจัยค้นพบว่า ความสำเร็จในงานและการได้รับการยอมรับนับถือ ไม่ได้เป็นเพียงปัจจัยทางจิตวิทยาที่ทำให้พนักงานมีความสุขเท่านั้น แต่เป็นตัวแปรสำคัญที่ขับเคลื่อนประสิทธิภาพการทำงานในเชิงโครงสร้างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของคุณภาพงาน และปริมาณงาน ข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นว่าในบริบทของโรงงานอุตสาหกรรม การที่พนักงานรู้สึกว่างานของตนประสบผลสำเร็จและได้รับการชื่นชมจากองค์กร จะนำไปสู่การลดข้อผิดพลาดในกระบวนการผลิตและการเพิ่มจำนวนผลผลิตที่ได้มาตรฐานอย่างมีนัยสำคัญ

**2. สภาพการทำงานและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในฐานะฟันเฟืองด้านเวลา** ข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ สภาพการทำงาน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีอิทธิพลอย่างสูงต่อประสิทธิภาพด้านเวลา งานวิจัยชี้ให้เห็นว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีและการปฏิสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา เป็นปัจจัยเร่งที่ทำให้พนักงานสามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนดการ การค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่าความร่วมมือร่วมใจในทีมและความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องใช้ ไม่ได้ช่วยแค่ความสะดวกสบาย แต่ช่วยลดการสูญเสียเวลาในกระบวนการทำงานได้อย่างเป็นรูปธรรม

**3. ปัจจัยเชิงบูรณาการเพื่อประสิทธิภาพที่ยั่งยืน** ผลการวิจัยสรุปภาพรวมที่เป็นข้อค้นพบสำคัญ คือ แรงจูงใจทั้งด้านความสำเร็จ การยอมรับ สภาพการทำงาน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ต้องทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ จึงจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในภาพรวมได้อย่างสูงสุด ข้อค้นพบนี้ทลายความเชื่อเดิมที่ว่าค่าตอบแทนเพียงอย่างเดียว คือ ตัวตัดสินประสิทธิภาพ แต่กลับเป็นคุณค่าในตัวงาน และบรรยากาศในการทำงานต่างหากที่เป็นปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของพนักงานในอุตสาหกรรมพลาสติกยุคใหม่

โดยสรุป ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ที่เน้นย้ำว่า การยกระดับประสิทธิภาพของพนักงานในอุตสาหกรรมพลาสติก จังหวัดสมุทรสาคร จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยจูงใจภายในควบคู่ไปกับปัจจัยสุขอนามัยทางกายภาพเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ครอบคลุมทั้งในด้านคุณภาพ ปริมาณ และความรวดเร็ว ซึ่งจะเป็นแนวทางสำคัญสำหรับผู้บริหารในการวางนโยบายบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน




**ภาพที่ 2** องค์ความรู้ใหม่

## สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน อยู่ในระดับมาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับ เมื่อพบปัญหาในการทำงานท่านสามารถแก้ไขได้สำเร็จ 2) ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงาน อยู่ในระดับมาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับ มีโอกาสที่จะได้รับผิดชอบในงานที่สำคัญเพิ่มขึ้น 3) ปัจจัยด้านการได้รับการยอมรับนับถือ อยู่ในระดับมาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับ ได้รับการแสดงความยินดีจากเพื่อนร่วมงาน เมื่อปฏิบัติงานสำเร็จ 4) ปัจจัยด้านค่าตอบแทน อยู่ในระดับมาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับ คิดว่าเงินเดือนที่ได้รับมีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของท่าน 5) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อยู่ในระดับมาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับ มีความเข้าใจกับเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี 6) ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหาร อยู่ในระดับมาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับ องค์การของท่านมีนโยบายในการปฏิบัติงานที่เหมาะสม 7) ปัจจัยด้านสภาพการทำงาน อยู่ในระดับมาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับ เชื่อมั่นว่าองค์การที่ทำอยู่มีความมั่นคง

ปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีรายละเอียดแยกในแต่ละด้าน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านคุณภาพงาน อยู่ในระดับมาก พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับ ผลการปฏิบัติงานของท่าน มีความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์และสามารถเชื่อถือได้ 2) ปัจจัยด้านด้านปริมาณงาน อยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับสามารถปฏิบัติงานทุกอย่างเสร็จได้ตามเป้าหมายที่ได้รับมอบหมาย 3) ปัจจัยด้านด้านระยะเวลา อยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับ สามารถส่งมอบงานให้กับลูกค้าได้ทันเวลาที่กำหนด

ผลการทดสอบสมมติฐาน แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมพลาสติก ซึ่งทำการวิเคราะห์สมมติฐานโดยการใช้สถิติการวิจัยโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ สรุปได้ว่า แรงจูงใจ ได้แก่ ด้านความสำเร็จในงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านสภาพการทำงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความก้าวหน้าในงาน ด้านค่าตอบแทน และค่านโยบายและการบริหาร ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาพบ ว่าแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยพยากรณ์สำคัญต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมพลาสติกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติประกอบด้วย 3 ด้านหลัก ซึ่งองค์การควรนำมาปรับใช้เพื่อยกระดับคุณภาพ ปริมาณ และระยะเวลาในการทำงาน ดังนี้

1.1 ความสำเร็จในการทำงาน องค์การควรสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง โดยการมอบหมายอำนาจการตัดสินใจในระดับที่เหมาะสมและจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานบรรลุเป้าหมายและเกิดความภาคภูมิใจในผลงาน สำหรับด้าน การได้รับการยอมรับนับถือ ควรส่งเสริมวัฒนธรรมการชื่นชมซึ่งกันและกัน ผ่านกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์หรือการประกาศเกียรติคุณเพื่อสร้างแรงผลักดันเชิงบวก

1.2 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ควรจัดตั้งระบบพี่เลี้ยง (Mentoring System) หรือกลุ่มคุณภาพเพื่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน ซึ่งจะช่วยกระชับความสัมพันธ์และสร้างบรรยากาศการทำงานที่เกื้อกูลกัน และในด้าน สภาพการทำงาน องค์การควรสื่อสารทิศทางและเป้าหมายธุรกิจอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความมั่นใจในความมั่นคง ควบคู่ไปกับการรักษามาตรฐานความปลอดภัย และสวัสดิภาพในโรงงานให้ทันสมัยอยู่เสมอ

1.3 ด้านความก้าวหน้าในงาน ค่าตอบแทน และนโยบายและการบริหาร แม้ผลการวิจัยจะพบว่า ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพโดยตรงในกลุ่มตัวอย่างนี้ แต่องค์การยังคงต้องรักษามาตรฐานให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเพื่อป้องกันความไม่พึงพอใจ โดยควรจัดทำแผนพัฒนาสายอาชีพที่ชัดเจน รักษาโครงสร้างเงินเดือนให้มีความเป็นธรรมเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมเดียวกัน และปรับปรุงนโยบายการบริหารงานให้มีความชัดเจนไม่ซับซ้อน เพื่อเป็นรากฐานสนับสนุนให้พนักงานสามารถจดจ่อกับการสร้างสรรค์คุณภาพงานได้อย่างเต็มศักยภาพในระยะยาว

### 2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1. การขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายขึ้น จากการศึกษาครั้งนี้ที่เน้นพนักงานในโรงงานพลาสติกแห่งเดียวในจังหวัดสมุทรสาคร ในอนาคตควรขยายการเก็บข้อมูลไปยังโรงงานพลาสติกหลายๆ แห่ง หรือโรงงานประเภทอื่นที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน เพื่อดูว่าปัจจัยเรื่องความสำเร็จและการยอมรับนับถือยังคงเป็นหัวใจสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเหมือนกันหรือไม่

2.2 การเพิ่มตัวแปรเรื่องหัวหน้างานและบรรยากาศในทีม จากผลวิจัยเดิมที่พนักงานให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์และการได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มเรื่องการสนับสนุนของหัวหน้างานหรือสไตล์การบริหารของหัวหน้าเข้ามาศึกษา เพื่อได้รับรู้ว่าหัวหน้างานควรปฏิบัติอย่างไรจึงจะช่วยกระตุ้นให้พนักงานทำงานได้มีประสิทธิภาพสูงสุด

2.3 ข้อมูลประสิทธิภาพการทำงานมาจากการประเมินตนเองของพนักงาน (Self-reported) ไม่ใช่ผลการปฏิบัติงานจริงเชิงประจักษ์ (Objective Performance) ดังนั้น ในการวิจัยครั้งถัดไป ควรเก็บข้อมูลจากแหล่งที่หลากหลาย (Multi-source) เช่น การประเมินโดยหัวหน้างาน หรือใช้ดัชนีชี้วัดผลงานจริงร่วมด้วย เพื่อเพิ่มความเที่ยงตรงและความแม่นยำในการวัดผลให้ดียิ่งขึ้น

**เอกสารอ้างอิง**


กรมการจัดหางาน. (2568). *สถานการณ์ตลาดแรงงานภาคกลางรายปี 2567*. สืบค้นจาก https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/lmia_th/7911b6219c8d8e1b8a75398fc036f202.pdf.

ซาฟารี เจ๊ะเร๊ะ และ พิเชษฐ์ พรหมใหม่. (2567). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทางานของพนักงานร้านวัสดุก่อสร้างในอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(2), 41-57.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS.* (พิมพ์ครั้งที่ 15). นนทบุรี: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

ภานุวัตร นิวันติ. (2565). *แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตของบริษัท ABC จำกัด*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).

วิจัยกรุงศรี. (2568). *แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทย ปี 2568-2570*. สืบค้นจาก https://www.krungsri.com/th/research/industry/summary-outlook/thailand-industry-outlook-summary-2025-2027.

ศิรินญภัฐ สิทธิจักร, ชาติชัย อุดมกิจมงคล และ สามารถ อัยกร. (2567). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 4*(2), 495–510.

สลิล เครือวัลย์. (2566). *แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลตำบลพลา จังหวัดระยอง*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช).

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร. (2564). *สถิติจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร*. สืบค้นจาก https://samutsakhon.industry.go.th/th/information-of-factory.

อมรวรรณ ใบเงิน. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบริษัทแห่งหนึ่ง*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).

อาภาวี เรืองรุ่ง. (2566). ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลโคกสำโรง อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี. *วารสารวิจยวิชาการ, 6*(1), 243–254.

Herzberg, F. (1959). *The Motivation to Work*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Peterson, E., & Plowman, E. G. (1953). *Business Organization and Management*. (3rd ed.). Illinois: Richard D. Irwin.

Walters, C. G. (1978). *Consumer Behavior: Theory and Practice*. Illinois: Richard D. Irwin.

Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis.* (2nd ed.). New York: Harper and Row.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

**Research Article**

# The Influence of Work Flexibility, Work Overload, Psychological Safety, and Technostress on Work–Life Balance and Intention to Stay among Generation Y Bank Employees

**Linda Chuklin[1*] and Chuanchuen Akkawanitcha[2]**

[1] *Master's degree student, Faculty of Business Administration, Silpakorn University, Thailand*

[2] *Faculty of Business Administration, Silpakorn University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: linda.290444@gmail.com*

## ABSTRACT

This article aimed to study (1) examine the levels of work flexibility, work overload, psychological safety, technostress, work-life balance, and intention to stay among Generation Y bank employees in Bangkok and its metropolitan area; (2) investigate the influence of work flexibility, work overload, psychological safety, and technostress on work-life balance; and (3) examine the influence of work-life balance on intention to stay. This study employed a quantitative research design. Data were collected using a questionnaire from a sample of 400 respondents selected through convenience sampling. The statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and structural equation modeling. The findings revealed that: (1) the overall levels of work flexibility, work overload, psychological safety, technostress, and work-life balance were high; (2) the structural equation model demonstrated an acceptable fit with the empirical data, with $\chi^2/df = 2.163$, GFI = 0.905, CFI = 0.974, and RMSEA = 0.054; (3) work flexibility and psychological safety had positive effects on work-life balance, whereas work overload and technostress had negative effects on work-life balance at a statistically significant level; and (4) work-life balance had a strong positive effect on intention to stay at a statistically significant level. These findings indicate that work-life balance serves as a key mechanism for retaining Generation Y employees in the banking context.

**Keywords:** Work Flexibility, Work-Life Balance, Intention to Stay

Received: 12 April 2026;
Revised: 19 May 2026;
Accepted: 30 May 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

# อิทธิพลของความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของพนักงานธนาคารเจเนอเรชั่นวาย

**ลินดา ชูกลิ่น[1*] และ ชวนชื่น อัคคะวณิชชา[2]**

[1] *นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร ประเทศไทย*

[2] *คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: linda.290444@gmail.com*

**บทคัดย่อ**

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยี ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล (2) ศึกษาอิทธิพลของความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ และความเครียดจากเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และ (3) ศึกษาอิทธิพลของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยี และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ โดยมีค่า $\chi^2/df$ = 2.163, GFI = 0.905, CFI = 0.974 และ RMSEA = 0.054 (3) ความยืดหยุ่นในการทำงานและความปลอดภัยทางจิตใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ขณะที่ภาระงานที่เกินและความเครียดจากเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงลบต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ (4) ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเป็นกลไกสำคัญในการรักษาพนักงานเจเนอเรชันวายในบริบทธนาคาร

**คำสำคัญ:** ความยืดหยุ่นในการทำงาน, ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน, ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

## บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ส่งผลให้องค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับรูปแบบการทำงานยุคใหม่ที่เน้นความคล่องตัว ความรวดเร็ว และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเข้มข้น ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 หลายองค์กรได้นำระบบการทำงานแบบยืดหยุ่น การทำงานทางไกล และการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้มากขึ้น ซึ่งนับเป็นการเปลี่ยนแปลงสำคัญของโลกการทำงานในปัจจุบัน (Wang et al., 2021) ทั้งนี้ แนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลระหว่างประสิทธิภาพขององค์กรและคุณภาพชีวิตของบุคลากรเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการทำงานระยะยาว

ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Work Flexibility) เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้พนักงานสามารถบริหารจัดการเวลา สถานที่ทำงาน และบทบาทชีวิตส่วนตัวได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้ลดความเครียดและเพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน (Sangarandeniya & Ranasinghe, 2020) อย่างไรก็ตาม ในหลายองค์กรยังพบปัญหาภาระงานที่เกินขีดความสามารถ

(Work Overload) ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของความเหนื่อยล้า ความเครียดสะสม และภาวะหมดไฟในการทำงาน (Saedpanah et al., 2022) ขณะเดียวกัน ความปลอดภัยทางจิตใจ (Psychological Safety) ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปิดโอกาสให้พนักงานกล้าแสดงความคิดเห็น กล้าตัดสินใจ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร ซึ่งส่งผลต่อความผูกพันและประสิทธิภาพในการทำงาน (Koutny & Chatziadam, 2023)

นอกจากนี้ การเร่งนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กรแม้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน แต่ก็อาจก่อให้เกิดความเครียดจากเทคโนโลยี (Technostress) อันเนื่องมาจากความซับซ้อนของระบบ การเรียนรู้เครื่องมือใหม่อย่างต่อเนื่อง และความคาดหวังในการตอบสนองงานอย่างรวดเร็ว (Jimmy et al., 2023) ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลโดยตรงต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work–Life Balance) ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนคุณภาพชีวิตของพนักงานในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะพนักงานเจเนอเรชั่นวายที่ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่น คุณค่าของงาน และเวลาส่วนตัวมากกว่าคนรุ่นก่อน (Fadilla & Yuniawan, 2024)

ในบริบทของภาคธุรกิจธนาคาร ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง มีการปรับใช้เทคโนโลยีทางการเงินอย่างต่อเนื่อง และมีแรงกดดันด้านเป้าหมายการดำเนินงาน พนักงานจึงต้องเผชิญทั้งภาระงานสูง ความคาดหวังจากองค์กร และความจำเป็นในการพัฒนาทักษะดิจิทัลอยู่เสมอ โดยเฉพาะพนักงานธนาคารเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นกำลังสำคัญขององค์กร หากไม่สามารถรักษาความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานได้ อาจนำไปสู่ความตั้งใจลาออกหรือการย้ายงานในอนาคต

แม้งานวิจัยที่ผ่านมาได้ศึกษาเรื่องความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยี ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรในบริบทที่หลากหลาย แต่ยังพบข้อจำกัดสำคัญ คือ งานวิจัยส่วนใหญ่มักศึกษาแต่ละปัจจัยแยกจากกัน หรือมุ่งเน้นเพียงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านใดด้านหนึ่งกับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเท่านั้น ขณะที่งานวิจัยที่บูรณาการทั้งปัจจัยเชิงสนับสนุน ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการทำงานและความปลอดภัยทางจิตใจ ร่วมกับปัจจัยเชิงกดดัน ได้แก่ ภาระงานที่เกินและความเครียดจากเทคโนโลยี เพื่ออธิบายความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานและความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรในโมเดลเดียวกันยังมีอยู่อย่างจำกัด

นอกจากนี้ บริบทธุรกิจธนาคารมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากองค์กรทั่วไป เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เผชิญแรงกดดันด้านเป้าหมายการปฏิบัติงาน การแข่งขันทางธุรกิจ การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล และการใช้เทคโนโลยีทางการเงินอย่างเข้มข้น พนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายจึงต้องรับมือทั้งความคาดหวังด้านผลงาน ความซับซ้อนของระบบเทคโนโลยี และความต้องการคุณภาพชีวิตที่สมดุลควบคู่กันไป ช่องว่างดังกล่าวทำให้การศึกษาครั้งนี้มีความสำคัญในการอธิบายกลไกเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านการทำงานที่ส่งผลต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และนำไปสู่ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยี ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของกลุ่มพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของกลุ่มพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของกลุ่มพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล ที่ส่งผลต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร

## การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้พัฒนากรอบแนวคิดจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ พฤติกรรมองค์การ และจิตวิทยาองค์การ เพื่ออธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานและความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของพนักงานธนาคารเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1. แนวคิดเกี่ยวกับความยืดหยุ่นในการทำงาน (Flexible Working) การเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถปรับเวลา สถานที่ และรูปแบบการทำงานได้อย่างเหมาะสม จะช่วยลดความขัดแย้งระหว่างบทบาทงานและชีวิตส่วนตัว เพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน และส่งเสริมคุณภาพชีวิตของบุคลากร (Ray & Pana-Cryan, 2021) อีกทั้งยังเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดและรักษาพนักงานในยุคใหม่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดให้ความยืดหยุ่นในการทำงานเป็นตัวแปรอิสระที่คาดว่าจะส่งผลเชิงบวกต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน

2. แนวคิดเกี่ยวกับภาระงานที่เกิน (Work Overload) เมื่อพนักงานต้องรับผิดชอบงานเกินขีดความสามารถทั้งด้านปริมาณ ความซับซ้อน และข้อจำกัดด้านเวลา จะก่อให้เกิดความเครียด ความเหนื่อยล้า ประสิทธิภาพการทำงานลดลง และภาวะหมดไฟในการทำงาน (ณัฐพงศ์ เศรษฐบรรจง, 2565) หากองค์กรไม่สามารถบริหารภาระงานได้อย่างเหมาะสม อาจกระทบต่อคุณภาพชีวิตและความต้องการคงอยู่ของพนักงาน จึงกำหนดให้ภาระงานที่เกินเป็นตัวแปรอิสระที่คาดว่าจะส่งผลเชิงลบต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน

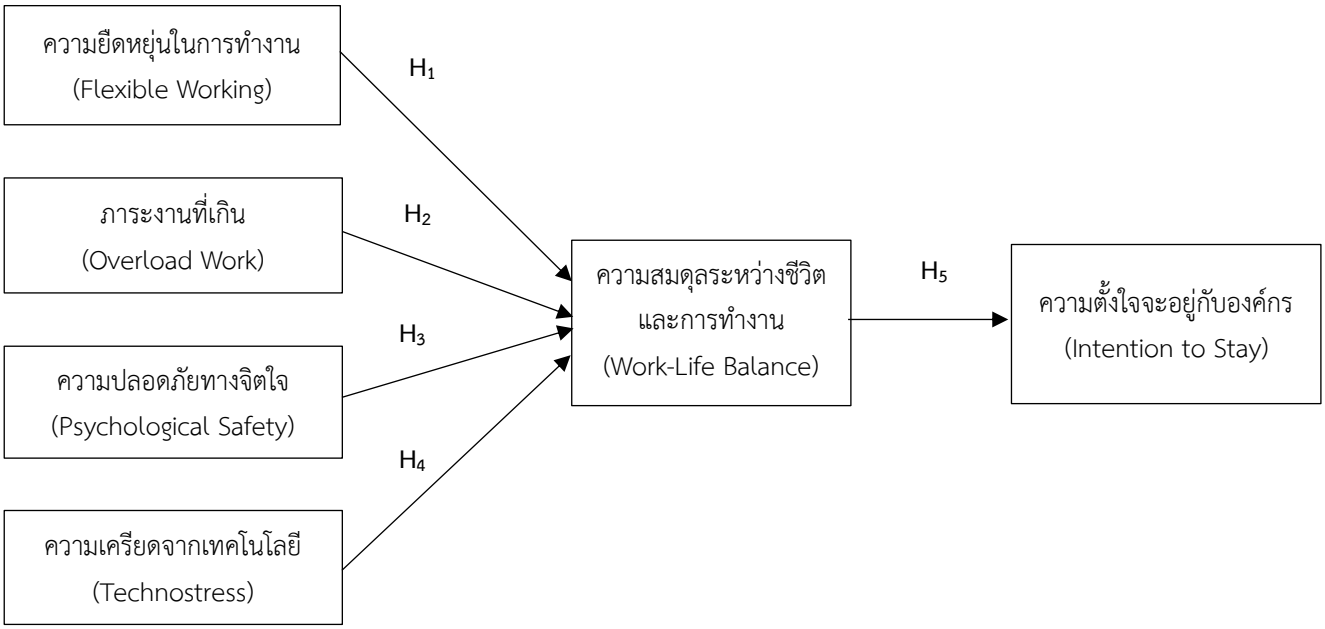
3. แนวคิดเกี่ยวกับความปลอดภัยทางจิตใจ (Psychological Safety) สภาพแวดล้อมในการทำงานที่พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็น ตั้งคำถาม หรือยอมรับข้อผิดพลาดได้โดยไม่ต้องกลัวผลกระทบเชิงลบ (นิลุบล สุขวณิช, 2564) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม ความคิดสร้างสรรค์ และความผูกพันต่อองค์กร โดย Clark (2020) ยังเสนอว่า ความปลอดภัยทางจิตใจช่วยพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงกำหนดให้ความปลอดภัยทางจิตใจเป็นตัวแปรอิสระที่คาดว่าจะส่งผลเชิงบวกต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน

4. แนวคิดเกี่ยวกับความเครียดจากเทคโนโลยี (Technostress) ภาวะความเครียดที่เกิดจากการไม่สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่รวดเร็วและซับซ้อนได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้เกิดความวิตกกังวล ความเหนื่อยล้า และลดประสิทธิภาพการทำงาน (Gupta, 2025) ปัจจัยสำคัญประกอบด้วยภาระข้อมูลจำนวนมาก ความซับซ้อนของระบบ และการถูกรบกวนจากงานผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล (Gupta, 2025) โดยความเครียดดังกล่าวสัมพันธ์กับการลดลงของคุณภาพชีวิตในการทำงาน (Ingar, 2024) จึงกำหนดให้ความเครียดจากเทคโนโลยีเป็นตัวแปรอิสระที่คาดว่าจะส่งผลเชิงลบต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน

6. แนวคิดเกี่ยวกับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-Life Balance) ความสามารถของบุคคลในการจัดสรรเวลา บทบาท และความรับผิดชอบระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวได้อย่างเหมาะสม โดยไม่ให้ด้านใดด้านหนึ่งส่งผลกระทบต่ออีกด้านหนึ่ง (ฐิติกานต์ ศรีม่วง, 2565) การมีสมดุลที่ดีจะช่วยลดความเครียด เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และส่งเสริมความสุขในการดำเนินชีวิต (ลลนา นาชัยรัตน์, 2562; วฉัตษกา สุพรรณนานา, 2562) ผู้วิจัยจึงกำหนดให้ตัวแปรนี้เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างปัจจัยด้านการทำงานกับความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร

7. แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร (Intention to Stay) ความเต็มใจของพนักงานที่จะปฏิบัติงานกับองค์กรอย่างต่อเนื่องในระยะยาว โดยไม่มีแนวโน้มลาออก (คณากร สุขคันธรักษ์, 2560) ซึ่งสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงาน แรงจูงใจ ความผูกพันต่อองค์กร และการรับรู้คุณค่าจากองค์กร (ณัฐพิชฌาย์ ศุภกานต์สิริ และชัยยุทธ กลีบบัว, 2565) หากพนักงานสามารถรักษาสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานได้ดี ย่อมมีแนวโน้มคงอยู่กับองค์กรมากขึ้น (ธัญญาวดี เพ็งตะโก, 2562)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยกำหนดให้ ความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ และความเครียดจากเทคโนโลยี เป็นตัวแปรอิสระ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเป็นตัวแปรคั่นกลาง และ ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร เป็นตัวแปรตาม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรดังกล่าวในบริบทของพนักงานธนาคารเจเนอเรชั่นวาย ดังนี้




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งศึกษาระดับของตัวแปรและอิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยี ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของพนักงานธนาคารเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

**1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานธนาคารเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม ซึ่งเป็นผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524–2540 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 และค่าความคลาดเคลื่อน 5 ได้จำนวน 385 คน และเพิ่มจำนวนเป็น 400 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจากการเก็บข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ประกอบด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาและการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยกำหนดโควตาตามพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางการให้บริการของธนาคาร ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 67 คน จังหวัดนนทบุรี จำนวน 67 คน จังหวัดปทุมธานี จำนวน 67 คน จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 67 คน จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 66 คน และจังหวัดนครปฐม จำนวน 66 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน จากนั้นจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ คือ เป็นพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ดังกล่าว

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 8 ส่วน ได้แก่ แบบสอบถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลทั่วไป และแบบวัดตัวแปรวิจัย 6 ด้าน ประกอบด้วย ความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยี ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร โดยใช้มาตรประมาณค่า 5 ระดับ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยโดยพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ และตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคจากการทดลองใช้กับกลุ่มนำร่อง จำนวน 30 คน โดยค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.710–0.773 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ ภายหลังเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของโมเดลการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

โดยพิจารณาค่าความเชื่อมั่นเชิงประกอบและค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ พบว่า ตัวแปรทุกด้านมีค่า Composite Reliability อยู่ระหว่าง 0.90–0.95 และค่า Average Variance Extracted อยู่ระหว่าง 0.70–0.85 รวมถึงค่า Cronbach's Alpha Coefficient อยู่ระหว่าง 0.91-0.95 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ยอมรับได้ แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยมีความเชื่อมั่นเชิงประกอบและความตรงเชิงโครงสร้างในระดับเหมาะสม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

**ตารางที่ 1** ผลการทดสอบค่า Cronbach's Alpha Coefficient, Composite Reliability (CR) และค่า Average Variance Extracted (AVE)

| ตัวแปร | Cronbach's Alpha Coefficient | Composite Reliability | Average Variance Extracted |
|---|---|---|---|
| ความยืดหยุ่นในการทำงาน | 0.93 | 0.92 | 0.75 |
| ภาระงานที่เกิน | 0.91 | 0.90 | 0.70 |
| ความปลอดภัยทางจิตใจ | 0.93 | 0.93 | 0.78 |
| ความเครียดจากเทคโนโลยี | 0.92 | 0.92 | 0.76 |
| ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน | 0.94 | 0.94 | 0.81 |
| ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร | 0.95 | 0.95 | 0.85 |

**3. สมมติฐานการวิจัย**

3.1 ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Flexible Working) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-Life Balance)

3.2 ภาระงานที่เกิน (Overload Work) มีอิทธิพลทางลบต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-Life Balance)

3.3 ความปลอดภัยทางจิตใจ (Psychological Safety) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-Life Balance)

3.4 ความเครียดจากเทคโนโลยี (Technostress) มีอิทธิพลทางลบต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-Life Balance)

3.5 ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-Life Balance) มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร (Intention to Stay)

**4. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form และแจกจ่ายให้กลุ่มตัวอย่างโดยตรง พร้อมใช้คำถามคัดกรองเพื่อให้ได้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ จำนวน 400 ชุด ใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูลประมาณ 2 สัปดาห์ และตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์

**5. การวิเคราะห์ข้อมูล**

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และ AMOS ประกอบด้วย 1) สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และ 3) การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานและตรวจสอบอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร โดยใช้เกณฑ์ความสอดคล้องของโมเดล ได้แก่ ค่า Chi-square, GFI, CFI และ RMSEA ตามเกณฑ์มาตรฐานทางสถิติ

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

**1. ระดับความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยี ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของกลุ่มพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล**

**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล

| ตัวแปร | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความคิดเห็น |
|---|---|---|---|
| ความยืดหยุ่นในการทำงาน | 4.02 | 0.423 | มาก |
| ภาระงานที่เกิน | 3.99 | 0.352 | มาก |
| ความปลอดภัยทางจิตใจ | 4.05 | 0.366 | มาก |
| ความเครียดจากเทคโนโลยี | 4.02 | 0.366 | มาก |
| ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน | 4.06 | 0.372 | มาก |
| ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร | 4.00 | 0.323 | มาก |

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของพนักงานธนาคารเจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑลที่มีต่อความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยี ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร จากการศึกษา พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.06 รองลงมา คือ ความปลอดภัยทางจิตใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ความยืดหยุ่นในการทำงานและความเครียดจากเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.02 ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร มีค่าเฉลี่ย 4.00 และภาระงานที่เกินมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเท่ากับ 3.99 อยู่ในระดับมาก

**2. อิทธิพลของความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของกลุ่มพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล**

**ตารางที่ 3** แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

| ดัชนี | เกณฑ์ที่ยอมรับได้ | ค่าที่ได้ | ผลการพิจารณา |
|---|---|---|---|
| $\chi^2$/df | < 3.00 | 2.163 | ผ่านเกณฑ์ |
| GFI | > 0.90 | 0.905 | ผ่านเกณฑ์ |
| CFI | > 0.90 | 0.974 | ผ่านเกณฑ์ |
| RMSEA | < 0.08 | 0.054 | ผ่านเกณฑ์ |
| RMR | < 0.05 | 0.069 | ไม่ผ่านเกณฑ์เล็กน้อย |

ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ โดยมีค่า $\chi^2$/df เท่ากับ 2.163 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ 3.00 ค่า GFI เท่ากับ 0.905 และค่า CFI เท่ากับ 0.974 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.90 ขณะที่ค่า RMSEA เท่ากับ 0.054 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ 0.08 แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความเหมาะสมในการอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรในงานวิจัยนี้ แม้ว่าค่า RMR เท่ากับ

0.069 จะสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดเล็กน้อย แต่เมื่อพิจารณาดัชนีความสอดคล้องโดยรวม พบว่าโมเดลยังอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ จึงสามารถนำไปใช้ในการทดสอบสมมติฐานต่อไปได้

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของแบบจำลองโครงสร้าง

| สมมติฐาน | ตัวแปร | B | β | S.E. | C.R. | p-value | ผลการทดสอบ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| H1 | ความยืดหยุ่นในการทำงาน ⟶ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน | 0.309 | 0.28 | 0.06 | 4.77 | < .001 | ยอมรับสมมติฐาน |
| H2 | ภาระงานที่เกิน ⟶ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน | -0.345 | -0.29 | 0.08 | -4.06 | < .001 | ยอมรับสมมติฐาน |
| H3 | ความปลอดภัยทางจิตใจ ⟶ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน | 0.146 | 0.14 | 0.04 | 3.19 | 0.001 | ยอมรับสมมติฐาน |
| H4 | ความเครียดจากเทคโนโลยี ⟶ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน | -0.259 | -0.25 | 0.06 | -3.77 | < .001 | ยอมรับสมมติฐาน |

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของแบบจำลองโครงสร้าง พบว่า ความยืดหยุ่นในการทำงานและความปลอดภัยทางจิตใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ภาระงานที่เกินและความเครียดจากเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงลบต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีค่า $p < .001$ และ $p = 0.001$ ตามลำดับ จึงยอมรับสมมติฐาน H1–H4

**3. อิทธิพลของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของกลุ่มพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล ที่ส่งผลต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร**

**ตารางที่ 5** ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร

| สมมติฐาน | ตัวแปร | β | S.E. | C.R. | p-value | ผลการทดสอบ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H5 | ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ⟶ ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร | 0.83 | 0.04 | 19.56 | 0.000 | ยอมรับสมมติฐาน |

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของแบบจำลองโครงสร้าง พบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า $\beta$ เท่ากับ 0.83 แสดงให้เห็นว่าความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเป็นปัจจัยสำคัญต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวาย จึงยอมรับสมมติฐาน H5

**ตารางที่ 6** สรุปผล Indirect Effects ผ่าน Work-Life Balance

| เส้นทางอิทธิพลทางอ้อม | β ทางอ้อม โดยประมาณ | ความหมาย |
|---|---|---|
| ความยืดหยุ่นในการทำงาน ⟶ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ⟶ ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร | 0.284 | มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวก |
| ภาระงานที่เกิน ⟶ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ⟶ ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร | -0.318 | มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบ |
| ความปลอดภัยทางจิตใจ ⟶ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ⟶ ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร | 0.135 | มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวก |
| ความเครียดจากเทคโนโลยี ⟶ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ⟶ ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร | -0.238 | มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบ |

จากตารางที่ 6 พบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านหลักในโมเดล โดยปัจจัยด้านความยืดหยุ่นในการทำงานและความปลอดภัยทางจิตใจส่งผลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรผ่านความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ขณะที่ภาระงานที่เกินและความเครียดจากเทคโนโลยีส่งผลทางอ้อมเชิงลบ แสดงให้เห็นว่าองค์กรไม่สามารถเพิ่มความตั้งใจคงอยู่ของพนักงานได้โดยตรงจากการจัดการปัจจัยต้นทางเพียงอย่างเดียว หากปัจจัยเหล่านั้นไม่สามารถเปลี่ยนเป็นความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของพนักงานได้

## อภิปรายผล

ผลการศึกษาระดับความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยี ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของกลุ่มพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล พบว่า พนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑลมีระดับความคิดเห็นต่อความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยี ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน รองลงมาคือความปลอดภัยทางจิตใจ ความยืดหยุ่นในการทำงานและความเครียดจากเทคโนโลยี ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร และภาระงานที่เกินตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานเจเนอเรชันวายให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต การบริหารเวลา และสภาพแวดล้อมการทำงานที่ตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจธนาคารที่มีการแข่งขันสูงและมีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง พนักงานจึงให้ความสำคัญกับการมีสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงานควบคู่กับการได้รับการสนับสนุนจากองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ กัญชลิตา อารยรุ่งโรจน์ (2566) พบว่า พนักงานโรงแรม 5 ดาว กลุ่มวัยมิลเลนเนียลในกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นของเวลาทำงานและการมีเวลาส่วนตัวอย่างเพียงพอ ซึ่งส่งผลให้เกิดความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานในระดับสูง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ จรัมพร โห้ลำยอง และศิรินันท์ กิตติสุขสถิต (2565) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจคงอยู่ของบุคลากรในภาคการศึกษา พบว่า การมีสมดุลชีวิตและการทำงานที่ดีช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของพนักงาน

ผลการศึกษาอิทธิพลของความยืดหยุ่นในการทำงาน ภาระงานที่เกิน ความปลอดภัยทางจิตใจ ความเครียดจากเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของกลุ่มพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล พบว่า ความยืดหยุ่นในการทำงานและความปลอดภัยทางจิตใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ขณะที่ภาระงานที่เกินและความเครียดจากเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงลบต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความยืดหยุ่นในการทำงานและภาระงานที่เกิน

เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการมีอิสระในการจัดการเวลาและสถานที่ทำงานช่วยลดความขัดแย้งระหว่างบทบาทงานกับชีวิตส่วนตัว และช่วยให้พนักงานสามารถจัดสมดุลชีวิตได้ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่าค่าน้ำหนักอิทธิพลเชิงลบของภาระงานที่เกิน ($\beta$ = -0.29) มีค่าใกล้เคียงกับอิทธิพลเชิงบวกของความยืดหยุ่นในการทำงาน ($\beta$ = 0.28) สะท้อนให้เห็นว่า แม้องค์กรจะมีนโยบายสนับสนุนความยืดหยุ่นในการทำงาน แต่หากพนักงานยังต้องเผชิญกับปริมาณงานที่สูง เป้าหมายการทำงานที่เข้มงวด และแรงกดดันด้านเวลาอย่างต่อเนื่อง ความยืดหยุ่นดังกล่าวอาจไม่เพียงพอที่จะช่วยสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะในบริบทของงานธนาคารที่พนักงานต้องรับผิดชอบทั้งด้านการบริการลูกค้า ยอดผลการดำเนินงาน และการตอบสนองต่อระบบดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ภาระงานสามารถลดทอนผลเชิงบวกของความยืดหยุ่นในการทำงานได้ในระดับใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ หากพนักงานเผชิญแรงกดดันจากเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง จะทำให้เกิดความเหนื่อยล้าและลดสมดุลชีวิตลง ขณะที่ความปลอดภัยทางจิตใจช่วยให้พนักงานกล้าแสดงความคิดเห็น ขอความช่วยเหลือ และลดความตึงเครียดจากการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ กิตติ ชุณหศรีวงศ์ (2562) พบว่า ความยืดหยุ่นในการทำงานของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีผลเชิงบวกต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ กฤษฎา ปานศรี (2566) พบว่า ภาระงานที่มากเกินไปส่งผลให้พนักงานเกิดความเครียดและไม่สามารถรักษาสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของพนักงานเอกชนได้ อีกทั้งสอดคล้องกับ Wowor & Dewi (2022) ศึกษาบทบาทของความปลอดภัยทางจิตใจต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน พบว่า เมื่อพนักงานรู้สึกปลอดภัยในการแสดงความคิดเห็นและการทำงาน จะช่วยลดความเครียดและเพิ่มความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน

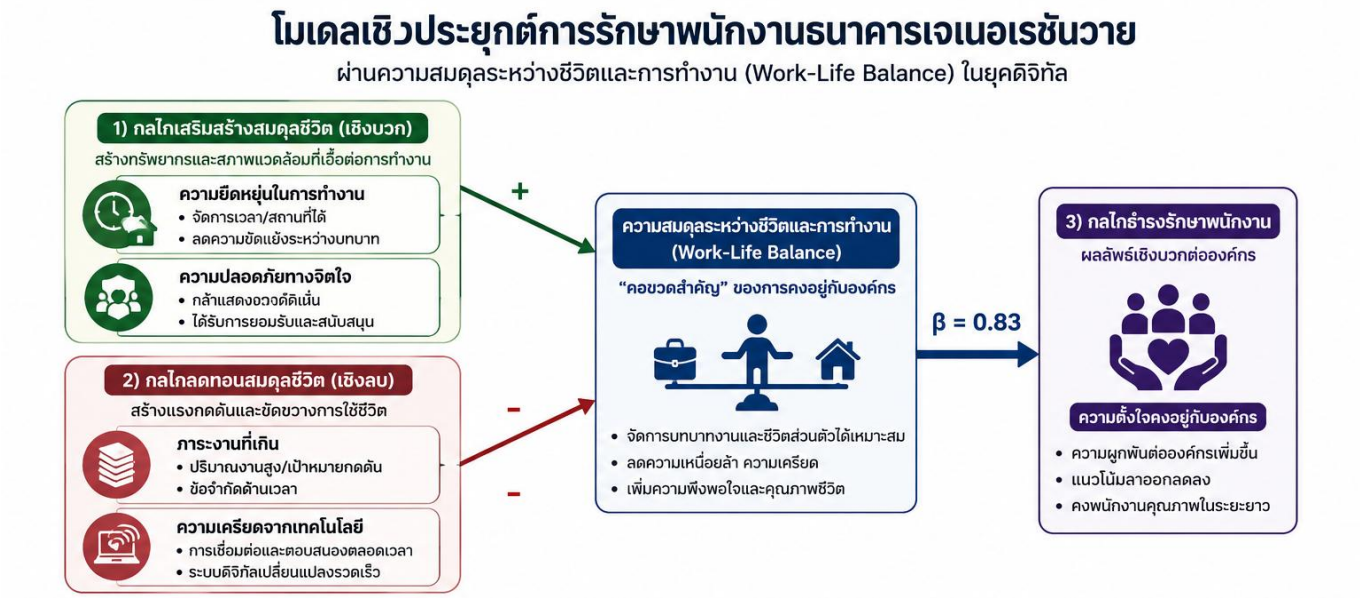
ผลการศึกษาอิทธิพลของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของกลุ่มพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล ที่ส่งผลต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร พบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับสูง โดยเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักอิทธิพลมาตรฐาน พบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรในระดับสูงมาก ($\beta$ = 0.83) สะท้อนให้เห็นว่า สำหรับพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวาย การตัดสินใจคงอยู่กับองค์กรไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านค่าตอบแทนหรือความมั่นคงเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับการที่พนักงานรับรู้ว่าองค์กรสามารถสนับสนุนคุณภาพชีวิตและช่วยให้สามารถรักษาสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงานได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ เนื่องจากบริบทของงานธนาคารเป็นลักษณะงานที่มีแรงกดดันสูง ทั้งด้านเป้าหมายการปฏิบัติงาน การแข่งขันทางธุรกิจ และการปรับตัวต่อระบบเทคโนโลยีทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หากพนักงานไม่สามารถรักษาสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานได้ ย่อมส่งผลต่อความเหนื่อยล้า ความเครียด และลดความต้องการคงอยู่กับองค์กรในระยะยาว ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความพึงพอใจ ความผูกพันต่อองค์กร และการรักษาพนักงานในองค์กรธนาคารยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะพนักงานเจเนอเรชันวายที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต ความสุขในการทำงาน และความยืดหยุ่นในการดำเนินชีวิตมากกว่าความมั่นคงในรูปแบบเดิม ดังนั้น หากองค์กรสามารถสนับสนุนสมดุลชีวิตและการทำงานได้อย่างเหมาะสม ย่อมช่วยลดความตั้งใจลาออกและเพิ่มแนวโน้มการคงอยู่กับองค์กรของพนักงานในระยะยาว สอดคล้องกับ นัฐพล แววปัญญาศิลป์ และคณะ (2566) พบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของพนักงานองค์กรเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ กัญชลิตา อารยรุ่งโรจน์ (2566) พบว่า พนักงานโรงแรม 5 ดาว กลุ่มวัยมิลเลนเนียลในกรุงเทพมหานคร ที่มีสมดุลชีวิตและการทำงานที่ดีจะมีแนวโน้มตั้งใจทำงานกับองค์กรต่อไปในระยะยาวมากขึ้น

## องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยครั้งนี้ คือ การเสนอโมเดลเชิงประยุกต์ในการรักษาพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวาย โดยชี้ให้เห็นว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานมิได้เป็นเพียงตัวแปรคั่นกลางในเชิงสถิติเท่านั้น แต่เป็น “คอขวดสำคัญ” ของการคงอยู่กับองค์กร กล่าวคือ ปัจจัยด้านการทำงานทั้งเชิงบวกและเชิงลบจะส่งผลต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญ ก็ต่อเมื่อปัจจัยเหล่านั้นส่งผลให้พนักงานเกิดหรือสูญเสียความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน

โมเดลเชิงประยุกต์ที่ได้จากการวิจัยสามารถอธิบายได้เป็น 3 กลไกหลัก ได้แก่ 1) กลไกเสริมสร้างสมดุลชีวิต ซึ่งประกอบด้วยการเพิ่มความยืดหยุ่นในการทำงานและการสร้างความปลอดภัยทางจิตใจ 2) กลไกลดทอนสมดุลชีวิต ซึ่งประกอบด้วยการควบคุมภาระงานที่เกินและการจัดการความเครียดจากเทคโนโลยี และ 3) กลไกธำรงรักษาพนักงาน ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อองค์กรสามารถเปลี่ยนปัจจัยด้านการทำงานให้กลายเป็นความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของพนักงานได้สำเร็จ

ดังนั้น องค์ความรู้ใหม่ของการศึกษานี้จึงอยู่ที่การยืนยันบทบาทของ Work-Life Balance ในฐานะกลไกศูนย์กลางของการรักษาพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายในยุคดิจิทัล โดยองค์กรไม่สามารถเพิ่มความตั้งใจคงอยู่ของพนักงานได้จากการลดภาระงาน การเพิ่มความยืดหยุ่น หรือการลดความเครียดจากเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว หากมาตรการเหล่านั้นไม่สามารถนำไปสู่ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของพนักงานได้อย่างแท้จริง




**ภาพที่ 2** องค์ความรู้ใหม่

## สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของพนักงานธนาคารเจเนอเรชันวายไม่ได้เกิดขึ้นจากปัจจัยด้านการทำงานเพียงปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งโดยตรง แต่เกิดจากการที่องค์กรสามารถสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานได้อย่างเป็นระบบ ปัจจัยเชิงสนับสนุน ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการทำงานและความปลอดภัยทางจิตใจ มีบทบาทในการเสริมสร้างสมดุลชีวิตของพนักงาน ขณะที่ปัจจัยเชิงกดดัน ได้แก่ ภาระงานที่เกินและความเครียดจากเทคโนโลยี มีบทบาทในการลดทอนสมดุลดังกล่าว ผลการศึกษายังสะท้อนว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดในการอธิบายความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร โดยทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยด้านการทำงานและการธำรงรักษาพนักงาน กล่าวคือ หากองค์กรสามารถทำให้พนักงานรับรู้ว่าตนมีสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน ย่อมมีแนวโน้มสูงที่จะเกิดความพึงพอใจ ความผูกพัน และความตั้งใจปฏิบัติงานกับองค์กรต่อไปในระยะยาว

ดังนั้น การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในภาคธนาคารจึงควรมุ่งเน้นการออกแบบระบบงานที่ไม่เพียงเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของพนักงานควบคู่กัน โดยเฉพาะการจัดสมดุลระหว่างความยืดหยุ่น ภาระงาน ความปลอดภัยทางจิตใจ และการใช้เทคโนโลยี เพื่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งต่อพนักงานและองค์กร

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 องค์กรธนาคารควรกำหนดให้การส่งเสริมความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเป็นวาระสำคัญของกลยุทธ์ทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า Work-Life Balance มีอิทธิพลต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรในระดับสูงมาก ดังนั้น การรักษาพนักงานไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการเพิ่มค่าตอบแทนหรือสวัสดิการ แต่ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบรูปแบบการทำงานที่ช่วยให้พนักงานสามารถบริหารชีวิตส่วนตัวและหน้าที่การงานได้อย่างสมดุล

1.2 องค์กรธนาคารควรบริหารความยืดหยุ่นในการทำงานควบคู่กับการควบคุมภาระงาน เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ความยืดหยุ่นในการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Work-Life Balance ขณะที่ภาระงานที่เกินมีอิทธิพลเชิงลบในระดับใกล้เคียงกัน ดังนั้น หากองค์กรมีนโยบายความยืดหยุ่นแต่ยังคงมอบหมายงานเกินกำลัง อาจไม่สามารถสร้างสมดุลชีวิตให้พนักงานได้อย่างแท้จริง

1.3 องค์กรธนาคารควรพัฒนาสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมความปลอดภัยทางจิตใจ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถสะท้อนปัญหา เสนอความคิดเห็น และสื่อสารกับหัวหน้างานได้อย่างปลอดภัย เพื่อช่วยลดความเครียดสะสมและเพิ่มคุณภาพชีวิตในการทำงาน

1.4 องค์กรธนาคารควรกำหนดแนวทางการใช้เทคโนโลยีในการทำงานอย่างเหมาะสม เช่น การอบรมทักษะดิจิทัล การจัดระบบสนับสนุนเมื่อเกิดปัญหาการใช้เทคโนโลยี และการกำหนดขอบเขตการติดต่อสื่อสารนอกเวลางาน เพื่อลดความเครียดจากเทคโนโลยีและป้องกันภาวะการทำงานตลอดเวลา

### 2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างไปยังพนักงานธนาคารในพื้นที่อื่น หรือกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยและเพิ่มความสามารถในการอธิบายผลในวงกว้าง

2.2 ควรศึกษาตัวแปรเพิ่มเติม เช่น ภาวะผู้นำ การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ความผูกพันต่อองค์กร หรือความพึงพอใจในการทำงาน เพื่อให้แบบจำลองมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2.3 ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ หรือการวิจัยแบบผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษามุมมอง ประสบการณ์ และปัจจัยเชิงลึกที่มีผลต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน รวมถึงความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรของพนักงานเจเนอเรชันวาย

## เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา ปานศรี. (2566). *อิทธิพลระหว่างปัจจัยในการทำงาน ความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัวกับความเครียดของพนักงานเอกชนเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

กัญชลิตา อารยรุ่งโรจน์. (2566). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงแรม 5 ดาว กลุ่มวัยมิลเลนเนียลในจังหวัดกรุงเทพมหานคร.* (การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).

กิตติ ชุณหศรีวงศ์. (2562). ความสมดุลของชีวิตการทำงานและครอบครัวของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยรามคำแหง: การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 7*(2), 465-483.

คณากร สุขคันธรักษ์. (2560). *อิทธิพลของความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับองค์กรที่มีต่อความตั้งใจอยู่กับองค์กรผ่านความผูกพันของพนักงาน*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

จรัมพร โห้ลำยอง และ ศิรินันท์ กิตติสุขสถิต. (2565). อิทธิพลของสมดุลชีวิตกับการทำงานต่อความตั้งใจลาออก และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรในกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา. *วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน, 4*(3), 210-226.

ฐิติกานต์ ศรีม่วง. (2565). *ความเหนื่อยหน่ายจากภาระงานและความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* (การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).

ณัฐพงศ์ เศรษฐบรรจง. (2565). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับภาวะหมดไฟในการทำงานของพนักงานที่ประกอบวิชาชีพบัญชีโดยมีความสามารถในการฟื้นพลังเป็นตัวแปรกำกับ.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ณัฐพิชฌาย์ ศุภกานต์สิริ และ ชัยยุทธ กลีบบัว. (2565). โมเดลเชิงสาเหตุของความตั้งใจคงอยู่ในงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในบริษัทอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์แก้วแห่งหนึ่ง โดยมีการฝังตรึงในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน. *วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8*(2), 39–50.

ธัญญาวดี เพ็งตะโก. (2562). *คุณภาพชีวิตในการทำงานและความพึงพอใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในองค์กรของวิศวกรบริษัทญี่ปุ่นในเขตประกอบการเสรีนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

นัฐพล แววปัญญาศิลป์, ชลธิศ ดาราวงษ์ และ พิเชษฐ์ เบญจรงค์รัตน์. (2566). ความสมดุลชีวิตกับการทำงานที่มีผลต่อความตั้งใจคงอยู่: กรณีศึกษา บริษัทผู้ผลิตเส้นใยแก้วนำแสงในจังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี, 9*(3), 154-166.

นิลุบล สุขวณิช. (2564). *4 วิธีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความปลอดภัยทางใจในองค์กร (Psychological Safety).* สืบค้นจาก https://www.istrong.co/single-post/psychological-safety.

ลลนา นาชัยรัตน์. (2562). *ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานของบุคลากรแต่ละช่วงวัยกับประสิทธิภาพในการทำงาน: กรณีศึกษา สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์.* (รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

วฉัตษกา สุพรรณนานา. (2562). *ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของบุคลากร โรงเรียนกำแพงเพชรพิทยาคม จังหวัดกำแพงเพชร.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

Azor Services. (2022). *Intention: Why it's important for an organization*. Retrieved from https://www.linkedin.com/pulse/intention-why-its-important-organisation-azor-services.

Clark, T. (2020). *The 5 stages of psychological safety*. Oakland: Berret-Koehler Publishers, Inc.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed), New York: John Wiley and Sons.

Fadilla, Z. N., & Yuniawan, A. (2024). Gen Y Employee Retention: the interplay of Work-Life balance, supervisor support, and engagement in Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 9*(2), 203-213.

Gupta, D. (2025). *What is technostress? (+How to deal with it)*. Retrieved from https://www.leapsome.com/blog/technostress.

Ingar, S. (2024). *What is technostress?.* Retrieved from https://blog.mdpi.com/2024/04/12/what-is-technostress/.

Jimmy, V. C., Mohamed, S., Hussein, N., Anwar, N. A., & Dahalan, N. A. (2023). Technostress creators and employee's well-being at a telecommunication company in Sarawak, Malaysia. *Information Management and Business Review, 15*(3), 329-343.

Koutny, N., & Chatziadam, P. (2023). *Creating a safe workplace: Leadership and psychological safety – The impact of different leadership styles on psychological safety in the IT industry*. Retrieved from https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1784354/FULLTEXT01.pdf.

Ray, T. K., & Pana-Cryan, R. (2021). Work flexibility and work-related well-being. *International journal of environmental research and public health, 18*(6), 3254.

Saedpanah, K., Ghasemi, M., Akbari, H., Adibzadeh, A., & Akbari, H. (2022). Effects of workload and job stress on the shift work disorders among nurses: PLS SEM modeling. *European Journal of Translational Myology, 33*(1), 10909.

Sangarandeniya, Y., & Ranasinghe, V. (2020). Flexible working and work-life balance. In *Contemporary Developments in Human Resource Managemnet* (pp. 97 - 111). Kelaniya, Sri Lanka: Department of Huaman Reource Management, University of Kelaniya.

Wang, B., Liu, Y., Qian, J., & Parker, S. K. (2021). Achieving effective remote working during the COVID-19 pandemic: A work design perspective. *Applied Psychology, 70*(1), 16-59.

Wowor, J. V., & Dewi, Y. E. P. (2022). The influence of psychological safety towards employee engagement using organizational support as an intervening variable. *AMAR (Andalas Management Review), 6*(2), 32-42.

JSDP: Journal of Spatial Development and Policy, 2026. 4(3): 85-100.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

Research Article

# Factors Influencing the Decision to Purchase Pet-Friendly Condominiums in Bangkok

**Kitsakorn Archawavanichakul[1*] Chayun Pipoblabanan[2] and Kanokwan Chancharoenchai[2]**

[1] *Master's degree student, Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: kitsakorn.a@ku.th*

## ABSTRACT

This study examined consumer behavior and factors influencing the purchase of pet-friendly condominiums in Bangkok. Data were collected via online questionnaires from a convenience sample of 400 individuals who had recently purchased or intended to buy a condominium in the Bangkok area. Descriptive statistics and the Logit Model were performed to draw the empirical findings. The results revealed that the majority of respondents were females aged 31–45, holding a bachelor's degree, cohabiting, and earning a monthly income between 30,001 and 40,000 THB. In terms of behavior, most individuals sought a primary residence, preferring one-bedroom units (under 30 sq.m.) with glass partitions in Northern Bangkok. While location was the most critical factor overall, the logit model analysis at a 0.05 statistical significance level indicated that purchase decisions were significantly and positively influenced by income levels, the availability of pet-centric facilities (e.g., pools and gardens), and recommendation articles/reviews. Conversely, perceived price premiums and the involvement of others in the decision-making process negatively impacted purchase probability. Furthermore, the findings indicated a higher preference for second-hand units over newly built properties. Real estate developers should, therefore, prioritize functional pet-specific common areas, implement value-based pricing strategies, and utilize in-depth reviews from actual pet owners to effectively stimulate market demand.

**Keywords:** Pet-Friendly Condominium, Purchasing Decision, Logit Model

Received: 16 April 2026;
Revised: 19 May 2026;
Accepted: 30 May 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

# ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

**กฤษกร อาชววาณิชกุล[1*] ชยันต์ พิภพลาภอนันต์[2] และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย[2]**

[1] นิสิตปริญญาโท ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

[2] ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: kitsakorn.a@ku.th

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่สามารถเลี้ยงสัตว์ได้ในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ผ่านแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและแบบจำลองโลจิท ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31–45 ปี จบปริญญาตรี มีรายได้ 30,001–40,000 บาท และต้องการที่อยู่อาศัยหลัก โดยนิยมห้องชุดรูปแบบ 1 ห้องนอน ขนาดไม่เกิน 30 ตารางเมตร ในพื้นที่กรุงเทพมหานครตอนเหนือ ทั้งนี้ แม้ว่าทำเลจะเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในภาพรวม แต่ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิทที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า โอกาสที่จะการตัดสินใจซื้อได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากรายได้ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสัตว์เลี้ยง และเนื้อหาเชิงแนะนำและบทวิจารณ์ประกอบการตัดสินใจซื้อ ขณะที่ราคาที่สูงและการมีผู้อื่นร่วมตัดสินใจส่งผลเชิงลบ อีกทั้งผู้บริโภคมีแนวโน้มเลือกห้องชุดมือสองมากกว่าโครงการใหม่ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนาพื้นที่รองรับสัตว์เลี้ยง กำหนดราคาที่เหมาะสม และใช้สื่อแนะนำและบทวิจารณ์เป็นช่องทางสื่อสารทางการตลาดจากผู้ใช้งานจริงเพื่อกระตุ้นโอกาสความต้องการของผู้ที่กำลังหาที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดโดยเฉพาะที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงได้

**คำสำคัญ:** อาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้, การตัดสินใจซื้อ, แบบจำลองโลจิท

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

## บทนำ

ความนิยมในการเลี้ยงสัตว์ก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่หันมาเลี้ยงสัตว์แทนการมีลูก จากการสำรวจของ Rakuten Insight ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 พบว่าประมาณร้อยละ 71 ของคนไทยเป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงอย่างน้อยหนึ่งตัว (Rakuten Insight, 2022) ทั้งนี้ ณ ปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยมีสัตว์เลี้ยงรวมประมาณ 20 ล้านตัว ประกอบด้วยสุนัข 12 ล้านตัว และแมว 8 ล้านตัว (The Nation Thailand, 2024) โดยมูลค่าตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2567 คาดว่าจะสูงถึง 41,700 ล้านบาท โดยเติบโตร้อยละ 12.4 จากปีก่อนหน้า (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567) ปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนการเติบโตนี้ คือแนวโน้ม Pet Humanization หรือการมองสัตว์เลี้ยงเป็นสมาชิกในครอบครัว ซึ่งทำให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อสัตว์เลี้ยงประมาณ 41,100 บาทต่อปี ซึ่งสูงกว่าการเลี้ยงแบบปล่อยธรรมชาติถึง 5 เท่า (TTB Analytics, 2024) ข้อมูลเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า ความนิยมในการเลี้ยงสัตว์มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น เพราะผู้คนส่วนใหญ่เห็นว่า การเลี้ยงสัตว์เลี้ยงไม่เพียงแต่ช่วยเติมเต็มความอบอุ่นในชีวิตและลดความเหงา แต่ยังเติมเต็มความรู้สึกดี ๆ และช่วยให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงหันมาสนใจกับสิ่งเล็ก ๆ ที่มีคุณค่า (เพื่อน เพ็ทช็อป, 2564) ด้วยเหตุนี้ การมีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อนจึงกลายเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสมดุลให้กับชีวิตที่เต็มไปด้วยความเครียดและความเร่งรีบ

สำหรับการพักอาศัยในอาคารชุด มักมีกฎระเบียบซึ่งเป็นข้อจำกัดในการเลี้ยงสัตว์ เนื่องจากมีข้อกังวลเกี่ยวข้องกับสุขอนามัย และเสียงรบกวนที่อาจสร้างความเดือดร้อนแก่ผู้อยู่อาศัยอื่น ๆ ภายในอาคารชุด นอกจากนี้ กรุงเทพมหานครยังมีกฎระเบียบใหม่ที่จะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2569 ตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง การควบคุมการเลี้ยงและปล่อยสัตว์ พ.ศ. 2567 ซึ่งกำหนดจำนวนสัตว์เลี้ยงที่อนุญาตตามขนาดพื้นที่อยู่อาศัย โดยหน่วยที่มีพื้นที่ 20-80 ตารางเมตร อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้สูงสุด 1 ตัว และหน่วยที่มีพื้นที่มากกว่า 80 ตารางเมตรขึ้นไป อนุญาตให้เลี้ยงได้สูงสุด 2 ตัว

(Bangkok Metropolitan Administration, 2025) อย่างไรก็ตาม ความนิยมในการเลี้ยงสัตว์ของคนรุ่นใหม่ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต้องปรับตัวและออกแบบอาคารชุดที่รองรับการเลี้ยงสัตว์ หรือที่เรียกว่า Pet-Friendly Condominium โดยการออกแบบอาคารที่ให้ความสำคัญกับการป้องกันเสียงรบกวน และการใช้วัสดุที่ทำความสะอาดง่าย รวมถึงการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางที่เอื้อต่อการอยู่อาศัยร่วมกันอย่างเหมาะสม ทั้งสำหรับผู้อยู่อาศัยและสัตว์เลี้ยง ปัจจุบันมีอาคารชุดที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในกรุงเทพมหานครจำนวน 503 โครงการ ซึ่งมีราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 2.5 ล้านบาท (PropertyScout, 2024) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงทิศทางการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตของคนเมืองในยุคปัจจุบันได้อย่างชัดเจน

นอกจากนั้น ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (2566) รายงานว่า ตลาดอาคารชุดสำหรับผู้รักสัตว์เติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา โดยมีโครงการลักษณะนี้ราว 35-40 โครงการ หรือประมาณ 6,000-8,000 หน่วยขาย และคาดว่าตลาดนี้จะขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอนาคต แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการที่อยู่อาศัยที่ไม่เพียงแต่สะดวกสบาย แต่ยังสามารถอยู่ร่วมกับสัตว์เลี้ยงได้อย่างมี อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในปัจจุบันจะมีโครงการอาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับการเติบโตของตลาด แต่งานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะศึกษาปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อผ่านสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งยังขาดการวิเคราะห์เชิงลึกที่สามารถคาดการณ์พฤติกรรมการเลือกซื้อภายใต้ปัจจัยแวดล้อมที่ซับซ้อนได้ การศึกษานี้จึงเล็งเห็นช่องว่างงานวิจัยดังกล่าว และได้นำแบบจำลองโลจิท (Logit Model) มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ความน่าจะเป็น เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูงในการวัดแนวโน้มการตัดสินใจเลือกเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้สามารถระบุ ปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลในการตัดสินใจซื้อมากน้อยเพียงใดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การศึกษาครั้งนี้จึงเข้ามาเติมเต็มองค์ความรู้เดิม ผ่านการสร้างแบบจำลองที่สามารถบอกความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นงานวิจัยนี้จะช่วยให้ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์เข้าใจในสิ่งที่ผู้ซื้อต้องการอย่างลึกซึ้ง เพื่อที่จะสามารถสร้างโครงการอาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด อีกทั้งยังสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์และผู้ซื้อ และเพิ่มมูลค่าให้กับโครงการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่รักสัตว์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อ/วางแผนจะซื้ออาคารชุดที่เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

## การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยใช้การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยกำหนดตัวแปรอิสระเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

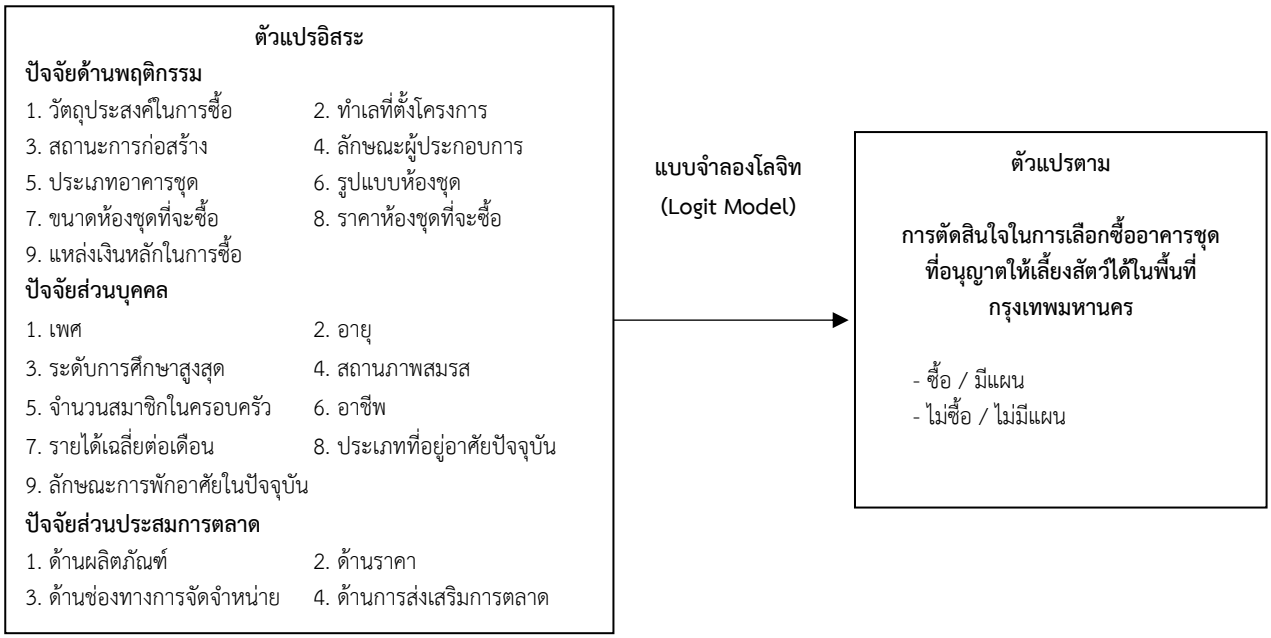
1. ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล โดยใช้แนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์ โดยเฉพาะตัวแปรด้านรายได้เฉลี่ยส่วนบุคคลต่อเดือน และสถานภาพสมรส อ้างอิงตามงานวิจัยของ ทิฆัมพร ดอกบัว (2559) ที่ระบุว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านพฤติกรรม โดยใช้ตัวแปรจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่เน้นความสำคัญของลักษณะทางกายภาพของห้องชุด (ห้องชุดใหม่เทียบกับห้องชุดมือสอง) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (เช่น สามี/ภรรยา/คนรัก) อิทธิพลของแหล่งข้อมูล (เช่น บทความแนะนำ) สอดคล้องกับงานวิจัยของ มารุต อินทาหลา (2559) และ ญาณิกา จัดเจน (2560) ที่ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตเมือง โดยเฉพาะประเด็นเรื่องขนาดพื้นที่ที่คุ้มค่า

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด เช่น การรับรู้คุณค่าเมื่อเทียบกับราคา (ทำเล คุณภาพ ขนาด) สิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะ (เช่น สระสัตว์เลี้ยง สวนสัตว์เลี้ยง) เป็นตัวแปรหลักด้านผลิตภัณฑ์

ที่ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยอาคารชุดเฉพาะกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัข สอดคล้องกับ วรพล กาญจนกมล และยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2563) ที่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคาเป็นตัวแปรหลักที่มีอิทธิพลต่อความสนใจซื้ออาคารชุดในกรุงเทพมหานคร

ซึ่งตัวแปรอิสระทั้ง 3 กลุ่มนี้ จะถูกนำมาทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Chi – Square ก่อนจะนำไปหาค่าความน่าจะเป็นของตัวแปรตาม คือ ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผ่านการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิท สรุปแนวคิดจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

**1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้ออาคารชุด หรือตั้งใจ หรือมีแผนจะซื้ออาคารชุดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทั้งที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้และไม่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ ซึ่งทำให้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน การคำนวณจำนวนตัวอย่างจึงใช้สูตรของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จากผลการคำนวนใช้จำนวนตัวอย่างอย่างน้อย 385 คน เพื่อให้ผลลัพธ์จากการประมาณค่าร้อยละที่มีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่เกินกว่าขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่กำหนด

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

งานวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งข้อคำถามออกแบบอ้างอิงจากแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่

1) ปัจจัยด้านพฤติกรรม เช่น การเลี้ยงสัตว์เลี้ยง พฤติกรรมการอยู่อาศัยกับสัตว์เลี้ยง วัตถุประสงค์ในการซื้อ ทำเลที่ตั้งโครงการ สถานการณ์ก่อสร้าง ลักษณะผู้ประกอบการ ประเภทอาคารชุด รูปแบบห้องชุด ขนาดห้องชุดที่จะซื้อ ราคาห้องชุดที่จะซื้อ แหล่งเงินหลักในการซื้อ และอื่น ๆ

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เช่น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

3) ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบัน ลักษณะการพักอาศัยในปัจจุบัน และอื่น ๆ

ในการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้เริ่มต้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดและร่างแบบสอบถามให้ครอบคลุมทุกตัวแปรที่ศึกษา จากนั้นได้นำแบบร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง ก่อนนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำจนมีความสมบูรณ์ แล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจริงในพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน 30 ชุด เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s alpha coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.72 (ผ่านเกณฑ์ระดับที่ยอมรับได้คือตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป) เมื่อเครื่องมือผ่านการตรวจสอบคุณภาพอย่างครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจึงได้จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Form

**ตารางที่ 1** การกำหนดการจัดกลุ่มตัวแปรตาม

| สถานะการครอบครองอาคาร | สถานะการเลี้ยงสัตว์ | การจัดกลุ่มตัวแปรตาม (Logit Response Variable |
|---|---|---|
| 1. ครอบครองอาคารชุดที่อนุญาตเลี้ยงสัตว์เลี้ยงได้ | เลี้ยงสัตว์แล้ว/มีแผนจะเลี้ยงสัตว์ | 1 (กลุ่มสนใจ) |
| 2. มีแผนจะซื้ออาคารชุดที่อนุญาตเลี้ยงสัตว์เลี้ยงได้ | เลี้ยงสัตว์แล้ว/มีแผนจะเลี้ยงสัตว์ | 1 (กลุ่มสนใจ) |
| 3. ครอบครองอาคารชุดที่ไม่อนุญาตเลี้ยงสัตว์เลี้ยง | ไม่เลี้ยงสัตว์/ไม่มีแผนจะเลี้ยงสัตว์ | 0 (กลุ่มไม่สนใจ) |
| 4. มีแผนจะซื้ออาคารชุดที่ไม่อนุญาตเลี้ยงสัตว์เลี้ยง | ไม่เลี้ยงสัตว์/ไม่มีแผนจะเลี้ยงสัตว์ | 0 (กลุ่มไม่สนใจ) |

**3. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

โดยวิธีการเก็บข้อมูลผ่านการตอบแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient Sampling) ผ่าน Google Form ซึ่งมุ่งเน้นไปที่ผู้บริโภคที่มีความตั้งใจหรือมีแผนจะซื้ออาคารชุดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล**

สำหรับการศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของอาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและลักษณะส่วนบุคคล เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยอธิบายถึงลักษณะทั่วไปของโครงการและลักษณะส่วนบุคคลในด้านต่าง ๆ สถิติที่ใช้ค่าสถิติพื้นฐานแบบความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เป็นต้น

ในส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประเภทอาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของไลเคิร์ท (Likert Scale) มาตรส่วนประเมินค่า 5 ตัวเลือก คือ 1 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อน้อยที่สุด และมีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุด คือ 5 คะแนน และนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย และการแปลผลในการคำนวนความกว้างของอันตรภาคชั้น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) เพื่อประมาณค่าความน่าจะเป็น ซึ่งเป็นแบบจำลองที่มีตัวเลือกสองทาง (Binary

Response Model) ใช้สำหรับหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variable) กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) ซึ่งตัวแปรตามจะมีค่าเพียง 2 ค่าคือ 0 และ 1 เท่านั้น คือ ตัดสินใจกับไม่ตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ จะพิจารณาใช้ตัวแปรส่วนบุคคล ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด และตัวแปรด้านพฤติกรรมเป็นตัวแปรอิสระ เพื่อให้สามารถระบุได้ว่า ปัจจัยใดมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อโอกาสการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ก่อนจะนำไปคำนวณกลับเป็นค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) ที่แสดงถึงค่าความน่าจะเป็นในการตัดสินซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงได้เมื่อปัจจัยอิสระนั้นเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย หรือเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอ้างอิง (Base Group)

โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุในรูปแบบของแบบจำลองโลจิท ซึ่งมีรูปแบบ ดังนี้

$$\ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = \beta_0 + \sum \beta_i X_i + \sum \beta_j M_j + \sum \beta_k Z_k + \varepsilon$$

โดย

P = ความน่าจะเป็นของการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (ค่าความน่าจะเป็นที่อยู่ระหว่าง 0 ถึง 1)

1 - P = ความน่าจะเป็นของการตัดสินใจไม่ซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (ค่าความน่าจะเป็นที่อยู่ระหว่าง 0 ถึง 1)

$X_i$ = กลุ่มตัวแปรของปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ซึ่งเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน (เมื่อ i = 1, 2, 3, ..., 400)

$M_j$ = กลุ่มตัวแปรของปัจจัยที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน (เมื่อ j = 1, 2, 3, ..., 400)

$Z_k$ = กลุ่มตัวแปรของปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน (เมื่อ k = 1, 2, 3, ..., 400)

$\varepsilon$ = ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

**1. พฤติกรรมของผู้ซื้อ/วางแผนจะซื้ออาคารชุดที่เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร**

**ตารางที่ 2** การกระจายของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะส่วนบุคคล

| ลักษณะส่วนบุคคล | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **เพศ** | | |
| หญิง | 242 | 60.50 |
| ชาย | 151 | 37.75 |
| LGBTQIA+ | 7 | 1.75 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **กลุ่มอายุ** | | |
| 25-30 ปี | 122 | 30.50 |
| 31-45 ปี | 171 | 42.75 |
| 46 ปีขึ้นไป | 107 | 26.75 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

**ตารางที่ 2** การกระจายของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะส่วนบุคคล (ต่อ)

| ลักษณะส่วนบุคคล | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **ระดับการศึกษา** | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 115 | 28.75 |
| ปริญญาตรี | 180 | 45.00 |
| ปริญญาโท | 96 | 24.00 |
| สูงกว่าปริญญาโท | 9 | 2.25 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **สถานภาพสมรส** | | |
| โสด | 150 | 37.50 |
| สมรสอยู่ด้วยกัน | 203 | 50.75 |
| สมรสแยกกันอยู่ | 26 | 6.50 |
| หย่าร้าง/หม้าย (มีบุตรไม่มีบุตร) | 21 | 5.25 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **รายได้รายบุคคลต่อเดือน** | | |
| ไม่เกิน 20,000 บาท | 26 | 6.50 |
| 20,001-30,000 บาท | 41 | 10.25 |
| 30,001-40,000 บาท | 106 | 26.50 |
| 40,001-60,000 บาท | 74 | 18.50 |
| 60,001-80,000 บาท | 51 | 12.75 |
| มากกว่า 80,000 บาท | 102 | 25.50 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **ภูมิลำเนาเดิม** | | |
| ภาคกลาง | 177 | 44.25 |
| ภาคเหนือ | 49 | 12.25 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 122 | 30.50 |
| ภาคใต้ | 52 | 13.00 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.50 ซึ่งสอดคล้องกับบทบาทหลักของผู้หญิงในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยและความใส่ใจดูแลสัตว์เลี้ยง โดยส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานอายุ 31 –45 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.75 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.00 และมีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 50.75 ซึ่งสะท้อนถึงความพร้อมด้านวุฒิภาวะ การอยู่ในช่วงสร้างครอบครัว และแนวโน้มการให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงในฐานะสมาชิกในบ้าน ด้านรายได้พบว่าส่วนใหญ่อยู่ที่ 30,001–40,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.50 โดยภาพรวมมีรายได้ระดับปานกลางถึงสูงซึ่งมีกำลังซื้อเพียงพอสำหรับตลาดอาคารชุด นอกจากนี้ ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.25 แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในเมืองใหญ่ ที่ส่งผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดในเขตเมืองเพิ่มมากขึ้น

**ตารางที่ 3** การกระจายของกลุ่มตัวอย่างตามพฤติกรรมการซื้อ

| พฤติกรรมการซื้อ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **วัตถุประสงค์หลัก** | | |
| ต้องการเก็บไว้เพื่อให้ลูกหลาน | 42 | 10.50 |
| เพื่อใช้เป็นที่พักอาศัยหลัก | 252 | 63.00 |
| เพื่อใช้ลงทุน (เช่น ขายเก็งกำไร หรือปล่อยเช่า) | 90 | 22.50 |
| อื่น ๆ | 16 | 4.00 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **เขตที่ตั้ง** | | |
| กลุ่มพื้นที่กรุงเทพกลาง | 61 | 15.25 |
| กลุ่มพื้นที่กรุงเทพเหนือ | 124 | 31.00 |
| กลุ่มพื้นที่กรุงเทพตะวันออก | 83 | 20.75 |
| กลุ่มพื้นที่กรุงเทพใต้ | 90 | 22.50 |
| กลุ่มเขตกรุงธนเหนือ | 34 | 8.50 |
| กลุ่มเขตกรุงธนใต้ | 8 | 2.00 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **ห้องชุดมือหนึ่งมือสอง** | | |
| ห้องชุดมือสอง | 192 | 48.00 |
| ห้องชุดใหม่ | 208 | 52.00 |
| **รวม** | 400 | 100.00 |
| **รูปแบบห้อง** | | |
| Studio | 56 | 14.00 |
| 1 ห้องนอนแบบกระจกกั้น | 93 | 23.25 |
| 1 ห้องนอนแบบประตูทึบกั้น | 41 | 10.25 |
| 1 ห้องนอน และ 1 ห้องอเนกประสงค์ | 85 | 21.25 |
| 2 ห้องนอน | 73 | 18.25 |
| 3 ห้องนอน หรือ อื่น ๆ | 52 | 13.00 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **ขนาดเนื้อที่ภายในห้อง** | | |
| ไม่เกิน 30 ตารางเมตร | 127 | 31.75 |
| 31 – 38 ตารางเมตร | 79 | 19.75 |
| 39 – 45 ตารางเมตร | 92 | 23.00 |
| 46 – 55 ตารางเมตร | 63 | 15.75 |
| 56 – 70 ตารางเมตร | 30 | 7.50 |
| มากกว่า 70 ตารางเมตร | 9 | 2.25 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัยจริงมากกว่าซื้อเพื่อการลงทุน สะท้อนว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต ความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวัน และสภาพแวดล้อมของโครงการ รวมถึงเงื่อนไขที่เอื้อต่อการเลี้ยงสัตว์เลี้ยง ด้านทำเล ความต้องการส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ ตอนเหนือ ใต้ และตะวันออก แสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อสนใจทำเลรอบนอกพื้นที่กรุงเทพฯ ที่สามารถเดินทางเข้าในพื้นที่ธุรกิจหรือกรุงเทพฯ ชั้นในได้สะดวกและมีราคาจับต้องได้มากกว่าพื้นที่ชั้นใน สำหรับประเภทห้องชุด พบว่าห้องชุดมือหนึ่งได้รับความนิยมมากกว่ามือสองเล็กน้อย บ่งชี้ว่าผู้ซื้อยังมองเรื่องความใหม่ของโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสำคัญ ขณะที่ห้องชุดมือสองยังเป็นทางเลือกของผู้ที่ต้องการความคุ้มค่าด้านราคา ส่วนรูปแบบห้องที่ได้รับความนิยมคือห้อง 1 ห้องนอนที่มีการแบ่งพื้นที่ชัดเจน

และห้องที่มีพื้นที่อเนกประสงค์ แสดงว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญกับการใช้พื้นที่อย่างเป็นสัดส่วนและปรับใช้ได้หลายรูปแบบ นอกจากนั้น ยังมีแนวโน้มเลือกห้องขนาดเล็กไม่เกิน 30 ตารางเมตร และห้องขนาด 39–45 ตารางเมตร สะท้อนว่าผู้ซื้อพิจารณาควบคู่กันทั้งงบประมาณและพื้นที่ใช้สอยที่เพียงพอต่อการอยู่อาศัยจริง

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์: ทำเลที่ตั้งของโครงการ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการสำหรับสัตว์เลี้ยง (n = 400)

| ทำเลที่ตั้งของโครงการ | $\bar{x}$ | *S.D.* | แปลค่า |
|---|---|---|---|
| 1. ใกล้สถานีรถไฟฟ้าในระยะเดินได้ (ไม่เกิน 400 เมตร) | 3.84 | 1.18 | มาก |
| 2. ใกล้ถนนหลัก/ทางพิเศษ | 3.67 | 1.15 | มาก |
| 3. ใกล้สถานที่ทำงาน | 3.72 | 1.22 | มาก |
| 4. ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก | 3.78 | 1.03 | มาก |
| 5. สภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการมีความปลอดภัย | 3.89 | 1.11 | มาก |
| **ค่าเฉลี่ย** | **3.78** | **1.15** | **มาก** |
| **สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ (สำหรับสัตว์เลี้ยง)** | $\bar{x}$ | *S.D.* | **แปลค่า** |
| 1. สระว่ายน้ำสำหรับสัตว์เลี้ยง | 3.33 | 1.35 | ปานกลาง |
| 2. สวนหย่อมสำหรับสัตว์เลี้ยง | 3.33 | 1.28 | ปานกลาง |
| 3. คาเฟ่สำหรับสัตว์เลี้ยง | 3.46 | 1.32 | ปานกลาง |
| 4. ลู่วิ่งจ๊อกกิ้งสำหรับบริเวณสัตว์เลี้ยง | 3.37 | 1.33 | ปานกลาง |
| 5. ศูนย์ดูแลสัตว์เลี้ยงครบวงจร | 3.43 | 1.36 | ปานกลาง |
| **ค่าเฉลี่ย** | **3.38** | **1.33** | **ปานกลาง** |

จากตารางที่ 4 ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์: ทำเลที่ตั้งของโครงการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการมีความปลอดภัย รองลงมาคือ ใกล้สถานีรถไฟฟ้าในระยะเดินได้ ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวกใกล้สถานที่ทำงาน และใกล้ถนนหลัก/ทางพิเศษ ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับความสำคัญมาก แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมมากที่สุด ตามด้วยการเดินทางที่สะดวกและการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์: สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการสำหรับสัตว์เลี้ยง พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้โดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คาเฟ่สำหรับสัตว์เลี้ยง รองลงมาคือ ศูนย์ดูแลสัตว์เลี้ยงครบวงจร ลู่วิ่งจ๊อกกิ้งสำหรับบริเวณสัตว์เลี้ยง และสระว่ายน้ำสำหรับสัตว์เลี้ยง และสวนหย่อมสำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสถานที่พักผ่อนและบริการดูแลสัตว์เลี้ยงมากกว่าการออกกำลังกายของสัตว์เลี้ยง

**2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร**

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านพฤติกรรมด้วยการทดสอบด้วยสถิติ Chi – Square ดังสรุปในตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ 1) ห้องชุดมือสอง 2) รูปแบบ 1 ห้องนอน แบบกั้นประตูทึบ และ 3) ช่วงราคาอาคารชุด 7-10 ล้านบาท ซึ่งสรุปได้ว่าพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ของผู้บริโภคในกลุ่มนี้ ถูกขับเคลื่อนด้วยปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของห้องและกำลังซื้อเป็นหลัก ในขณะที่ปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ เช่น ทำเลที่ตั้ง อายุอาคาร ชื่อเสียงผู้ประกอบการ หรือวัตถุประสงค์การซื้อกลับไม่ใช่เงื่อนไขหลักที่ทำให้การตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว

**ตารางที่ 5** สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Chi – Square ของปัจจัยด้านพฤติกรรมต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้

| กลุ่มผลการทดสอบ | ปัจจัยด้านพฤติกรรม (ตัวแปร) | P – Value (ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05) | พฤติกรรมของกลุ่มที่ตัดสินใจซื้อสูงสุด |
|---|---|---|---|
| กลุ่มที่มีนัยสำคัญ (มีความสัมพันธ์) | 1. ห้องชุดใหม่ / มือสอง | 0.015 | สนใจซื้อ ห้องชุดมือสอง (82.81%) มากกว่าห้องใหม่ |
| | 2. รูปแบบห้องชุด | 0.036 | สนใจซื้อ 1 ห้องนอน (กั้นประตูทึบ) (92.68%) สูงสุด รองลงมาคือ 2 ห้องนอน |
| | 3. ราคา | 0.048 | สนใจซื้อช่วงราคา 7-10 ล้านบาท (92.31%) สูงที่สุด |

หมายเหตุ : ทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองโลจิท (Logit Model) พบว่า ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ 1) สิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสัตว์เลี้ยง เช่น การมีสระว่ายน้ำ สวน คาเฟ่ ลู่วิ่ง และศูนย์ดูแลสัตว์เลี้ยงภายในโครงการ 2) กลุ่มผู้บริโภคที่มี รายได้เฉลี่ยส่วนบุคคลต่อเดือนอยู่ในช่วง 80,001-100,000 บาท และ 3) การได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านบทความแนะนำ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ช่วยดึงดูดและกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อได้มากขึ้น ในทางตรงข้าม ปัจจัยที่มีผลเชิงลบต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ 1) ลักษณะของโครงการที่เป็นห้องชุดใหม่ (มือหนึ่ง) 2) การมีสามี ภรรยา หรือคนรัก เข้ามาเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลร่วมในการตัดสินใจ 3) การรับรู้คุณค่าเมื่อเทียบกับราคา ทั้งในด้านความเหมาะสมของทำเล คุณภาพ ขนาด ทัศนียภาพ และภาระค่าส่วนกลาง ล้วนส่งผลเชิงลบเช่นเดียวกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าหากผู้บริโภคมีเกณฑ์การประเมินความคุ้มค่าที่เข้มงวด หรือรู้สึกว่าต้นทุนที่ต้องจ่ายไม่สอดคล้องกับคุณค่าที่ได้รับ จะกลายเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความลังเล ชะลอ หรือปฏิเสธการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในโครงการนั้น ๆ ดังสรุปจากค่าผลกระทบส่วนเพิ่มแสดงในตารางที่ 6

**ตารางที่ 6** ผลการวิเคราะห์ค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ด้วยสมการ Binary Logistic Regression ด้วยเทคนิค stepwise method

| ตัวแปร | ค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) | ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) | ค่าสถิติ z | ระดับนัยสำคัญ (P-Value) | 95% CI (ขอบเขตล่าง) | 95% CI (ขอบเขตบน) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **ห้องชุดที่วางแผนจะซื้อ** (ห้องชุดมือสอง) | | | | | | |
| ห้องชุดใหม่ | -0.088 | 0.0383 | -2.30 | 0.021 | -0.1631 | -0.013 |
| **บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ** (ตนเอง) | | | | | | |
| บิดา/มารดา | -0.0037 | 0.0539 | -0.07 | 0.946 | -0.1094 | 0.1021 |
| ญาติ/พี่น้อง | -0.0924 | 0.0766 | -1.21 | 0.228 | -0.2426 | 0.0578 |
| สามี/ภรรยา/คนรัก | -0.0883 | 0.0443 | -1.99 | 0.046 | -0.1752 | -0.0014 |
| ลูก | -0.1623 | 0.1038 | -1.56 | 0.118 | -0.3658 | 0.0412 |
| นายหน้า/ตัวแทน | -0.0274 | 0.0868 | -0.32 | 0.752 | -0.1975 | 0.1427 |
| เพื่อน/ผู้บังคับบัญชา/ครู/อาจารย์ | -0.1898 | 0.2073 | -0.92 | 0.360 | -0.5961 | 0.2165 |
| ผู้เขียน/นักรีวิว | -0.0476 | 0.1507 | -0.32 | 0.752 | -0.3429 | 0.2478 |

**ตารางที่ 6** ผลการวิเคราะห์ค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ด้วยสมการ Binary Logistic Regression ด้วยเทคนิค stepwise method (ต่อ)

| ตัวแปร | ค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) | ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) | ค่าสถิติ z | ระดับนัยสำคัญ (P-Value) | 95% CI (ขอบเขตล่าง) | 95% CI (ขอบเขตบน) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ** (แหล่งข้อมูลจากโครงการ) | | | | | | |
| เจ้าของห้อง | -0.092 | 0.0690 | -1.33 | 0.182 | -0.2271 | 0.0432 |
| นายหน้า/ตัวแทน | 0.0171 | 0.0674 | 0.25 | 0.799 | -0.1150 | 0.1492 |
| สถาบันการเงิน | 0.0328 | 0.0842 | 0.39 | 0.697 | -0.1322 | 0.1977 |
| ป้ายโฆษณาประกาศ | 0.0957 | 0.1174 | 0.82 | 0.415 | -0.1344 | 0.3257 |
| บุคคลใกล้ชิด | 0.0393 | 0.0737 | 0.53 | 0.594 | -0.1052 | 0.1839 |
| กลุ่มออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดีย | 0.0078 | 0.0600 | 0.13 | 0.896 | -0.1097 | 0.1254 |
| บทความแนะนำ | 0.2122 | 0.0547 | 3.88 | 0.000 | 0.1050 | 0.3195 |
| รีวิวผู้ซื้อ | 0.066 | 0.0603 | 1.10 | 0.273 | -0.0521 | 0.1841 |
| **รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** (ไม่เกิน 20,000 บาท) | | | | | | |
| 20,001 - 30,000 บาท | 0.0648 | 0.0679 | 0.96 | 0.340 | -0.0682 | 0.1979 |
| 30,001 - 40,000 บาท | 0.0001 | 0.0667 | 0 | 0.998 | -0.1305 | 0.1308 |
| 40,001 - 60,000 บาท | 0.1097 | 0.0691 | 1.59 | 0.112 | -0.0256 | 0.2451 |
| 60,001 - 80,000 บาท | 0.1076 | 0.0779 | 1.38 | 0.167 | -0.0450 | 0.2602 |
| 80,001 - 100,000 บาท | 0.1789 | 0.0767 | 2.33 | 0.020 | 0.0286 | 0.3293 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 0.127 | 0.0702 | 1.81 | 0.070 | -0.0106 | 0.2646 |
| ค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณค่าเมื่อเทียบกับราคา | -0.1223 | 0.0256 | -4.77 | 0.000 | -0.1724 | -0.0721 |
| ค่าเฉลี่ยของสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสัตว์เลี้ยง | 0.1723 | 0.0177 | 9.72 | 0.000 | 0.1376 | 0.2071 |

**ตารางที่ 7** ตารางภาพรวมแบบจำลองปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ด้วยสมการ Binary Logistic Regression ด้วยเทคนิค stepwise method เปรียบเทียบกับแบบจำลองที่ไม่มีตัวแปรอิสระ

| ภาพรวมแบบจำลอง | ค่าสถิติ |
|---|---|
| Log-Likelihood ของแบบจำลองที่ไม่มีตัวแปรอิสระ (มีเฉพาะค่าคงที่) | -213.2655 |
| Log-Likelihood ของแบบจำลองด้วยเทคนิค stepwise method | -134.4845 |
| LR Test ($\chi^2$) | 157.56 |
| องศาอิสระ | 24 |
| p-value | 0.0000 |
| McFadden's Pseudo $R^2$ = | 0.3694 |

จากตารางที่ 7 เมื่อพิจารณาค่าสถิติ LR Test เท่ากับ 157.56 โดยมีองศาอิสระ เท่ากับ 24 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.0000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองโลจิทที่มีตัวแปรอิสระด้วยเทคนิค stepwise method มีความเหมาะสมและมีนัยสำคัญทางสถิติในภาพรวม หมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลองสามารถร่วมกันอธิบายความน่าจะเป็นของตัวแปรการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้

เมื่อพิจารณาค่า McFadden's Pseudo $R^2$ เท่ากับ 0.3694 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองนี้มีประสิทธิภาพในการอธิบายข้อมูลได้ร้อยละ 36.94 เมื่อเปรียบเทียบกับแบบจำลองที่มีเฉพาะค่าคงที่

**ตารางที่ 8** สรุปตัวแปรที่มีผลต่อความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ในพื้นที่กรุงเทพมหานครด้วยสมการ Logistic Regression

| สัญลักษณ์ | ความหมาย | ทิศทาง | แนวคิด/ทฤษฎี/ข้อค้นพบใหม่ |
|---|---|---|---|
| q_3_newvsused.1 | ลักษณะห้องชุดใหม่ | - | สอดคล้องกับ ปิยวัฒน์ เชิดเพชรรัตน์ (2567) ในประเด็นด้านความคุ้มค่าและลักษณะทางกายภาพ โดยกลุ่มคนรักสัตว์มองว่าพื้นที่ใช้สอยที่กว้างขวางกว่าในโครงการมือสองคือปัจจัยเชิงบวกที่ตอบโจทย์สุขภาวะของสัตว์เลี้ยงและลดความรู้สึกอุดอู้ได้ดีกว่าโครงการสร้างใหม่ในปัจจุบัน |
| q_13_decisioninflencer.3 | สามี/ภรรยา/คนรัก เป็นบุคคลที่มีอิทธิพล | - | สอดคล้องกับ เชี่ยวชาญ ไพศาลธีระจิต (2563) และ มติมันต์ เชาว์ปัญญานนท์ (2566) พบว่ากลุ่มผู้ที่อยู่อาศัยลำพังจะมีความตั้งใจเข้าพักในโครงการที่อยู่อาศัยเฉพาะกลุ่มสูงกว่า |
| q_14_infosource.7 | แหล่งข้อมูลจากบทความแนะนำ | + | สอดคล้องกับ Foo (2023) และ Wuthipong (2023) พบว่า แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ (ในแง่ของการเข้าถึงข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจด้วยตนเอง หรือคำแนะนำที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น จากตัวแทนขาย) คือปัจจัยหลักที่ช่วยสร้างความมั่นใจและลดความเสี่ยงในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ |
| demo_income.5 | รายได้เฉลี่ยส่วนบุคคล 80,001100,000 บาทต่อเดือน | + | สอดคล้องกับ Wuthipong (2023) พบว่า ตลาดอาคารชุดระดับราคาสูงอิทธิพลของปัจจัยด้านราคาจะลดลงเมื่อผู้ซื้อมีกำลังซื้อที่เข้มแข็ง |
| mkt_price_value_avg | การรับรู้คุณค่าเมื่อเทียบกับราคา | - | ข้อค้นพบใหม่ ซึ่งแตกต่างจากงานศึกษาของ มารุต อินทาหลา (2559) ที่พบว่า ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพจะมีผลเชิงบวก |
| mkt_pet_facilities_avg | สิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสัตว์เลี้ยง | + | ชาญชัย จุฑาธรรมภรณ์ (2557) วรพล กาญจน์กมล และยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2563) รวมถึง Thaldumrong (2024) พบว่า ศักยภาพและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เป็นตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย แม้งานวิจัยดังกล่าวจะมุ่งเน้นไปที่สิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไป แต่เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยนี้ สะท้อนว่า พื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยง ได้กลายเป็นหนึ่งในสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้บริโภคยุคใหม่ให้คุณค่าไม่ต่างจากพื้นที่ส่วนกลางประเภทอื่น |

หมายเหตุ: เครื่องหมายบวก (+) หมายถึง เพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อ ขณะที่เครื่องหมายลบ (-) หมายถึง โอกาสในการตัดสินใจซื้อลดลง เมื่อตัวแปรอิสระเปลี่ยนแปลง 1 หน่วย หรือ เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอ้างอิง

## อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษาด้วยแบบจำลองโลจิท สามารถจำแนกตามกรอบแนวคิดได้ดังนี้

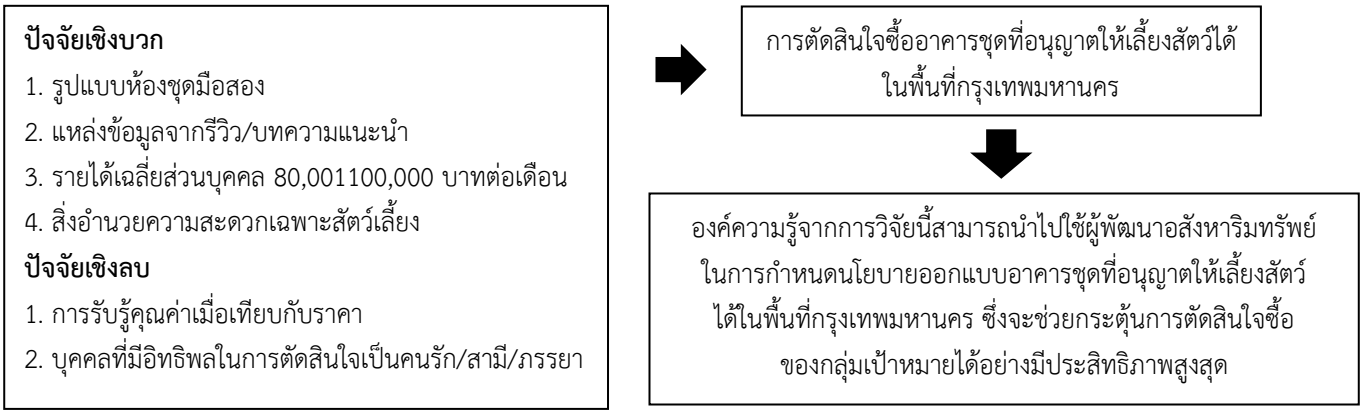
1) ด้านลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ระดับรายได้ต่อเดือนและการมีผู้ร่วมตัดสินใจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ 80,001–100,000 บาทต่อเดือน มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งเมื่อพิจารณาจากค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) พบว่า การที่ผู้บริโภคมีรายได้อยู่ในช่วงดังกล่าวจะช่วยเพิ่มความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อสูงถึงร้อยละ 17.89 เมื่อเทียบกับกลุ่มรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท สะท้อนให้เห็นถึงกลุ่มรายได้ดังกล่าวมีความมั่นคงทางการเงินเพียงพอต่อการรับภาระค่าส่วนกลางและค่าใช้จ่ายในการดูแลสัตว์เลี้ยงที่มักสูงกว่าปกติ สอดคล้องกับงานศึกษาของ Wuthipong

(2023) ที่ระบุว่า ในตลาดอาคารชุดระดับราคาสูง อิทธิพลของปัจจัยด้านราคาจะลดลงเมื่อผู้ซื้อมีกำลังซื้อที่เข้มแข็ง ในทางกลับกัน การมีคู่ครองหรือผู้มีอิทธิพลร่วมตัดสินใจกลับส่งผลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ โดยสถานภาพดังกล่าวทำให้ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อลดลงถึงร้อยละ 8.83 เมื่อเทียบกับการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง เนื่องจากความซับซ้อนในการประนีประนอมความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เชี่ยวชาญ ไพศาลธีระจิต (2563) และมติมันต์ เชาว์ปัญญานนท์ (2566) ที่พบว่า กลุ่มคนโสดหรือผู้ที่อยู่อาศัยลำพังมีแนวโน้มตัดสินใจได้รวดเร็วและมีความตั้งใจเข้าพักในโครงการเฉพาะกลุ่มสูงกว่า

2) ด้านพฤติกรรม พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและลักษณะของโครงการมีผลต่อโอกาสในการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการรับข้อมูลผ่านบทความแนะนำหรือรีวิวที่น่าเชื่อถือส่งผลเชิงบวกต่อความน่าจะเป็นอย่างมาก ซึ่งค่าผลกระทบส่วนเพิ่มชี้ว่า พฤติกรรมการหาข้อมูลด้วยวิธีดังกล่าว ช่วยเพิ่มความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อร้อยละ 21.22 เมื่อเทียบกับแหล่งข้อมูลจากโครงการ เนื่องจากอสังหาริมทรัพย์สำหรับสัตว์เลี้ยงเป็นการตัดสินใจที่มีความเสี่ยงและมีกฎระเบียบซับซ้อน ผู้บริโภคจึงต้องการข้อมูลที่น่าเชื่อถือเพื่อลดความเสี่ยง สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Foo (2023) และ Wuthipong (2023) อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านรูปแบบโครงการกลับพบว่าห้องชุดสร้างใหม่ (มือหนึ่ง) มีโอกาสถูกเลือกน้อยกว่าห้องชุดมือสอง โดยความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อโครงการใหม่ลดลงร้อยละ 8.80 ซึ่งต่อยอดจากงานวิจัยของปิยวัฒน์ เชิดเพชรรัตน์ (2567) เนื่องจากห้องชุดใหม่มักมีข้อจำกัดด้านพื้นที่ใช้สอยที่เล็กลงเมื่อเทียบในระดับราคาที่เท่ากัน กลุ่มคนรักสัตว์จึงให้น้ำหนักกับพื้นที่ใช้สอยที่กว้างขวางในโครงการมือสองที่ตอบโจทย์สุขภาวะของสัตว์เลี้ยงและลดความรู้สึกอุดอู้ได้ดีกว่า

3) ด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากโครงการทั่วไปอย่างสิ้นเชิง โดยปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสัตว์เลี้ยง เช่น สระว่ายน้ำสัตว์เลี้ยง ซึ่งค่าผลกระทบส่วนเพิ่มชี้ให้เห็นว่า ทุก ๆ ระดับความสำคัญของสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะช่วยเพิ่มความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อสูงถึงร้อยละ 17.23 ซึ่งสนับสนุนงานวิจัยของชาญชัย จุฑาธรรมภรณ์ (2557) วรพล กาญจน์กมล และยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2563) รวมถึง Thaldumrong (2024) ในทางตรงกันข้าม การรับรู้คุณค่าเมื่อเทียบกับราคากลับส่งผลในทิศทางลบ โดยลดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อลงร้อยละ 12.23 ซึ่งขัดแย้งกับมารุต อินทาหลา (2559) เนื่องมาจากโครงการประเภท Pet-Friendly มักมีการตั้งราคาส่วนเพิ่ม ทำให้ผู้บริโภคที่ประเมินความคุ้มค่าตามมาตรฐานทั่วไปรู้สึกว่าไม่คุ้มค่า ตลาดนี้จึงเป็นกลุ่มเฉพาะที่ตัดสินใจซื้อด้วยคุณค่าทางอารมณ์มากกว่า

## องค์ความรู้ใหม่




**ภาพที่ 2** องค์ความรู้ใหม่

จากภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่แสดงได้ว่า รูปแบบโครงการประเภทห้องชุดสร้างใหม่ (มือหนึ่ง) ส่งผลเชิงลบต่อความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถตีความได้ว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มและพึงพอใจที่จะเลือกซื้อโครงการมือสองมากกว่า เนื่องจากมักมีพื้นที่ใช้สอยที่กว้างขวาง ลดความรู้สึกอุดอู้

และมีระบบการจัดการของนิติบุคคลที่ชัดเจนลงตัวแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลของผู้บริโภคกลุ่มนี้ที่ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลจากรีวิวหรือบทความแนะนำ เชิงลึกเพื่อสร้างความมั่นใจก่อนตัดสินใจ สอดคล้องหลักกับกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมายหลักดังกล่าวที่มีรายได้เฉลี่ยส่วนบุคคลในระดับสูงถึง 80,001-100,000 บาทต่อเดือน ทำให้มีความยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของตนเองและสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากโครงการนั้นมีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสัตว์เลี้ยงที่ตอบโจทย์การใช้งานได้จริง ในทางตรงกันข้ามปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบและอาจเป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจซื้อคือ การรับรู้คุณค่าเมื่อเทียบกับราคา เนื่องจากโครงการที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้มักมีการตั้งราคาส่วนเพิ่ม ทำให้ผู้ซื้อที่ประเมินความคุ้มค่าด้วยมาตรฐานของอาคารชุดทั่วไปอาจรู้สึกว่าไม่คุ้มค่ากับเม็ดเงินที่เสียไป นอกจากนี้หากบุคคลที่มีอิทธิพลในการร่วมตัดสินใจเป็นคนรัก สามี หรือภรรยา โอกาสในการตัดสินใจซื้อจะยิ่งลดลง เนื่องจากกระบวนการพิจารณาจะมีความซับซ้อนขึ้น ต้องประนีประนอมและผสานความต้องการของทั้งสองฝ่ายให้ลงตัว ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มคนโสดที่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อเพื่อสนองความต้องการของตนเองและสัตว์เลี้ยงได้อย่างรวดเร็วและเด็ดขาดกว่า จากองค์ความรู้ดังกล่าว ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดเป็น นโยบายการพัฒนาโครงการอาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ได้ โดยเริ่มจากการออกแบบพื้นที่ส่วนตัว ที่กว้างขวางเพื่อลดความอุดอู้ เน้นใช้ผังห้องแบบ 1 ห้องนอนที่มีการกั้นประตูทึบ เพื่อช่วยควบคุมกลิ่นและเสียงให้เป็นสัดส่วน ควบคู่ไปกับการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางสำหรับสัตว์เลี้ยงที่ใช้งานได้จริงและปลอดภัย เช่น สวนพักผ่อนและพื้นที่ขับถ่าย นอกจากนี้ ในด้านการเลือกวัสดุและการตั้งราคาควรใช้วัสดุพรีเมียมที่ทนทานต่อรอยขีดข่วนและทำความสะอาดง่าย เพื่อชูจุดขายด้านคุณค่าทางอารมณ์และคุณภาพชีวิต ซึ่งสอดรับกับกลุ่มเป้าหมายผู้มีรายได้สูงที่พร้อมจ่ายในราคาส่วนเพิ่ม ท้ายที่สุดในด้านการสื่อสารการตลาด ควรเน้นการทำการตลาดผ่านสื่อประเภทรีวิว บทความเจาะลึก หรือจากผู้ที่อยู่อาศัยจริงเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

## สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัย สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค: จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-Square พบว่า ปัจจัยถูกขับเคลื่อนด้วยแนวคิดการแสวงหาความคุ้มค่าเชิงพื้นที่ โดยผู้บริโภคให้น้ำหนักกับอาคารชุดมือสองมากกว่าโครงการใหม่ เนื่องจากต้องการพื้นที่ใช้สอยที่กว้างขวางเพื่อสุขภาวะของสัตว์เลี้ยงและลดความรู้สึกอุดอู้ภายใต้งบประมาณที่จำกัด สอดคล้องกับการจัดลำดับความสำคัญของฟังก์ชันการใช้งานที่เน้นรูปแบบห้องชุดแบบ 1 ห้องนอนที่มีการกั้นประตูทึบเป็นสัดส่วน เพื่อควบคุมด้านสุขอนามัยและเสียงรบกวนของสัตว์เลี้ยงและผู้พักอาศัย

2. ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ: จากการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิท (Logit Model) สรุปได้ว่าปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้น (เชิงบวก) ให้เกิดการตัดสินใจซื้ออย่างชัดเจน คือ การเป็นผู้มีรายได้เฉลี่ยส่วนบุคคลในระดับสูง (80,001100,000 บาท) การได้รับอิทธิพลจากบทความรีวิว และการที่โครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสัตว์เลี้ยงอย่างครบครัน ในทางตรงข้าม ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค (เชิงลบ) ต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ การเลือกพิจารณาเฉพาะอาคารชุดโครงการใหม่ การมีผู้ร่วมตัดสินใจ (เช่น สามี/ภรรยา/คนรัก) ที่อาจมีความเห็นต่าง และที่สำคัญที่สุดคือ การรับรู้คุณค่าเมื่อเทียบกับราคา โดยผู้บริโภคมองว่าโครงการเฉพาะกลุ่มนี้มีการบวกราคาส่วนเพิ่มที่สูงเกินไปจนขาดความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับฟังก์ชันและวัสดุที่ได้รับจริง

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสัตว์เลี้ยงและการรับรู้ข้อมูลผ่านบทความรีวิวส่งผลเชิงบวกต่อความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อสูงสุด ดังนั้น ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์จึงควรเน้นการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางให้มีฟังก์ชันการใช้งานที่ชัดเจนและจับต้องได้สำหรับสัตว์เลี้ยง เช่น สระว่ายน้ำเฉพาะ ลู่วิ่ง หรือสวนสัตว์เลี้ยง

ควบคู่ไปกับการสื่อสารการตลาดที่เน้นบทความแนะนำและรีวิวเชิงลึกจากผู้ที่อยู่อาศัยจริงที่มีสัตว์เลี้ยง ซึ่งจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและลดความเสี่ยงในการตัดสินใจได้ดีกว่าการทำโฆษณาแบบดั้งเดิม

1.2 ผลการศึกษา พบว่า โครงการประเภทห้องชุดสร้างใหม่ (มือหนึ่ง) ส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจซื้อเมื่อเทียบกับโครงการมือสอง เนื่องจากข้อจำกัดด้านพื้นที่ใช้สอย ดังนั้น ผู้พัฒนาโครงการใหม่จึงควรนำกลยุทธ์พื้นที่ใช้สอยในห้องชุดที่ยืดหยุ่นมาใช้ เพื่อแข่งขันกับโครงการอาคารชุดมือสอง โดยการออกแบบห้องชุดใหม่ให้มีความโปร่ง และสามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่เพื่อรองรับกรงหรืออุปกรณ์สัตว์เลี้ยงได้ดีขึ้น เพื่อชดเชยความรู้สึกอุดอู้และตอบสนองสุขภาวะที่ดีของสัตว์เลี้ยง

1.3 ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้คุณค่าเมื่อเทียบกับราคาส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากผู้บริโภคมักรู้สึกว่าราคาส่วนเพิ่มของโครงการที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์นั้นไม่คุ้มค่า ดังนั้น ผู้พัฒนาโครงการอาคารชุดควรปรับกลยุทธ์ด้านราคาโดยมุ่งเน้นการนำเสนอความคุ้มค่าที่จับต้องได้ เพื่อลดความกังวลด้านความคุ้มค่าของผู้ซื้อ เช่น การรวมแพ็กเกจบริการดูแลสัตว์เลี้ยง ระบบระบายอากาศและกรองฝุ่นพิเศษ หรือใช้วัสดุกันรอยขีดข่วนเกรดพรีเมียมรวมเข้าไปในราคาขาย ซึ่งจะช่วยแสดงให้เห็นว่าราคาที่จ่ายเพิ่มขึ้นนั้นคุ้มค่า และสอดรับกับกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีรายได้สูงที่พร้อมจ่ายหากเห็นคุณค่าที่ชัดเจน

**2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป**

2.1 ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังพื้นที่ปริมณฑลหรือจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญ

2.2 ควรเพิ่มการศึกษาเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่พักอาศัยอยู่จริงในโครงการ Pet-Friendly เพื่อเข้าใจปัญหาหลังการเข้าอยู่ เช่น ปัญหาเรื่องเสียง กลิ่น หรือความขัดแย้งกับลูกบ้านที่ไม่ได้เลี้ยงสัตว์

2.3 ควรศึกษาผลกระทบของการจัดเก็บค่าส่วนกลาง และความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของสัตว์เลี้ยง (เช่น สุนัข แมว หรือสัตว์แปลก) ต่อความต้องการฟังก์ชันภายในอาคารชุดที่แตกต่างกัน เพื่อการออกแบบที่ตรงจุดยิ่งขึ้น

**เอกสารอ้างอิง**


ชาญชัย จุฑาธรรมภรณ์. (2557). *แนวทางการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยรวมสำหรับผู้เลี้ยงสุนัข.* (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

เชี่ยวชาญ ไพศาลธีระจิต. (2563). ลักษณะอาคารชุดและสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารชุดที่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์ในกรุงเทพมหานคร. *สาระศาสตร์: วารสารสถาปัตยกรรมและการออกแบบ, 3*(1), 41-53.

ญาณิกา จัดเจน. 2560. *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมศุภาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ทิฆัมพร ดอกบัว. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลก่อนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: เอส. อาร์. พริ้นติ้ง แมสโปรดักส์.

ปิยวัฒน์ เชิดเพชรรัตน์ .(2567). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียมมือสอง*. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

เพื่อน เพ็ทช็อป. (2564). *สัตว์เลี้ยงทำให้คุณรู้สึกดีได้จริงหรือ?*. สืบค้นจาก http://www.friendpetshop.com/webboard/viewtopic/32.

มติมันต์ เชาว์ปัญญานนท์. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเข้าพักในโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ (Retirement Community) ของเจเนอเรชั่นวายและเจเนอเรชั่นซี*. (การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).

มารุต อินทาหลา. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุด ในเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี*. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

วรพล กาญจนกมล และ ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 12 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม* (น. 9-10). นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2566). *คอนโดฯ คนรักสัตว์ โตเงียบ อสังหาฯรายใหญ่เล็กขยับลงทุนรับดีมานด์ หลังเทรนด์คนรุ่นใหม่เลี้ยงสัตว์แก้เหงามาแรง*. สืบค้นจาก https://www.reic.or.th/News/RealEstate/467657.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). *ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงของไทย ปี 2567 เติบโตโดดเด่น ทั้งในและต่างประเทศ ตามความนิยมมีสัตว์เลี้ยง*. สืบค้นจาก https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Pet-Food-IAO104-19-09-24.aspx.

Bangkok Metropolitan Administration. (2025). *Bangkok Metropolitan Administration Ordinance on Animal Keeping and Release Control 2024*. Retrieved from https://www.bangkokpost.com/thailand/general/2895027/bangkoks-city-hall-to-enact-new-pet-policy.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed). New York: John Wiley and Sons.

Foo, Y. Q. (2023). *Factors Affecting Singaporean Purchase Intent of Condominium in Bangkok, Thailand*. (Master of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce).

Rakuten Insight. (2022). *Share of people who owned pets in Thailand as of January 2022*. Retrieved 1 May 2025. from https://www.statista.com/statistics/1321166/thailand-pet-ownership-rate/.

Thaldumrong, P. (2024). Exploring the factors influencing Chinese consumers' condominium purchase decision. *ABAC Journal, 44(1), 32-55.*

The Nation Thailand. (2024*). 'Pet humanisation' trend playing a big role in expanding Thailand's pet market*. Retrieved from https://www.nationthailand.com/blogs/business/investment/40041496.

TTB Analytics. (2024). *Thailand's pet market analysis 2024. TTB Analytics*. Retrieved from https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/ttba-pet-market-202.

Wuthipong, C. (2023*). Factors influencing consumer purchasing decisions in resale condominium market in Bangkok*. (Master of Management, Mahidol University).

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

**Research Article**

# Guideline for Developing Smart Transport and Mobility System in the Prototype Area to Support Tourism in Eastern Tourism Development Region of Thailand

**Chackrit Duangphastra**[1*]

[1] *Chulalongkorn Business School, Chulalongkorn University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: chackrit@cbs.chula.ac.th*

## ABSTRACT

This study aims to examine demand and forms of smart transport and mobility system and recommend guidelines for developing smart transport and mobility system in the prototype area in Eastern Tourism Development Region of Thailand. The study employed a mixed method research approach incorporating both qualitative and quantitative methodologies. The findings revealed that the Eastern Coast Tourism Development Zone or the Active Beach Tourism demonstrated the greatest potential for developing smart transport for tourism compared with other development zones within the Eastern Tourism Development Region. The most feasible transportation route within the study area should be centered in Chonburi Provice, especially Pattaya, due to its readiness in terms of policy support, infrastructure availability, and tourism volume. The proposed transportation routes should therefore originate from or destine at Pattaya, serving as the hub connecting to secondary tourism destinations located along the coastline. The introduction of smart transport and mobility within the prototype area consists of three major strategic initiatives, jointly driven by central government agencies together with public and private sectors in the Eastern Coast Tourism Development Zone including the development of smart transport and mobility technologies, the improvement of smart transport infrastructure and facilities to support tourism activities, and the enhancement of capacity of transport operators and service personnel to adapt to evolving travel and technological contexts.

**Keywords:** Transport System, Smart Mobility, Tourism, Eastern Region

Received: 28 April 2026;
Revised: 27 May 2026;
Accepted: 4 June 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

# แนวทางการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในพื้นที่ต้นแบบ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออกของประเทศไทย

**จักรกฤษณ์ ดวงพัสตรา**[1*]

[1] *คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: chackrit@cbs.chula.ac.th*

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการ รูปแบบการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะ และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในพื้นที่ต้นแบบในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออกของประเทศไทยโดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า เขตพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลตะวันออกหรือแอคทีฟบีชเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมากที่สุดในการพัฒนาการขนส่งอัจฉริยะเพื่อการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับเขตพัฒนาอื่นในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออก แนวเส้นทางของระบบขนส่งที่เป็นไปได้มากที่สุดในพื้นที่ควรใช้จังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะเมืองพัทยา เนื่องจากมีความพร้อมด้านนโยบาย โครงสร้างพื้นฐาน และปริมาณการท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทางที่เสนอควรเริ่มต้นหรือจุดสิ้นสุดที่เมืองพัทยาที่เชื่อมไปยังพื้นที่รองอื่น ๆ ตามแนวแหล่งท่องเที่ยวริมทะเล การขับเคลื่อนการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในพื้นที่ต้นแบบประกอบด้วยแผนงาน 3 ด้าน ซึ่งขับเคลื่อนโดยหน่วยงานภาครัฐในส่วนกลางและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลตะวันออก ได้แก่ การพัฒนาเทคโนโลยีการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งอัจฉริยะและการอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว และการยกระดับผู้ประกอบการและบุคลากรผู้ให้บริการขนส่ง เพื่อให้สามารถปรับตัวให้พร้อมต่อบริบทการเดินทางและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

**คำสำคัญ:** ระบบขนส่ง, การเดินทางอัจฉริยะ, การท่องเที่ยว, ภาคตะวันออก

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยและได้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายมาก ระบบการขนส่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางจากจุดต้นทางไปยังจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวได้ (Gajdosik, 2022; Page, 2025) โดยเฉพาะนานาประเทศ อาทิ จีน เกาหลีใต้ มาเลเซีย เนเธอร์แลนด์ สิงคโปร์ สเปน สวิตเซอร์แลนด์ และอิตาลี เป็นต้น ได้มีการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวให้มีความสะดวก ทันสมัย มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และให้ชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน (Machesani et al., 2023; Nurmalinda et al., 2025; Rahman & Dura, 2022; Ye et al., 2021) ภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคหลักของไทยที่มีปริมาณการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก อีกทั้งมีโครงข่ายการขนส่งเชื่อมโยงกับต่างประเทศ ขณะเดียวกันการเดินทางท่องเที่ยวในภาคตะวันออกยังคงเผชิญกับความท้าทายและปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ อาทิ การจราจรติดขัดในเมืองท่องเที่ยวหลัก การที่รถรับจ้างแย่งกันรับผู้โดยสารและนักท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวหลัก การให้บริการขนส่งทางน้ำเพื่อการท่องเที่ยวระหว่างฝั่งกับเกาะที่ขาดการจัดระเบียบที่ดีพอในเมืองท่องเที่ยวหลัก ตลอดจนการขาดความเชื่อมโยงของเส้นทางท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรอง เป็นต้น (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 1, 2568) ซึ่งปัญหาอุปสรรคดังกล่าวต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อยกระดับการขนส่งและการเดินทางให้มีประสิทธิภาพ

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก โดยแบ่งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวของ 12 จังหวัดในภาคตะวันออก เป็น 3 เขตตามความโดดเด่น เอกลักษณ์ และศักยภาพ

การท่องเที่ยว ได้แก่ (1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งตะวันออกหรือแอคทีฟบีช ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด (2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตชายฝั่งอ่าวไทย ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร และฉะเชิงเทรา และ (3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวผืนป่ามรดกโลกดงพญาเย็น - เขาใหญ่ ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว และจังหวัดสระบุรี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) โดยพื้นที่ดังกล่าวมีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากและมีความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น เขตจังหวัดชลบุรี - ระยอง เป็นพื้นที่การท่องเที่ยว B-Leisure ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวของกลุ่มธุรกิจ (เขมรัฐ เสริมสมบูรณ์ และเกิดศิริ เจริญวิศาล, 2565) เขตจังหวัดจันทบุรี - ตราด เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) มีการท่องเที่ยวทางทะเลนานาชาติ เมืองตากอากาศคลาสสิคที่ทันสมัย ย่านเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ เมืองมรดกทางประวัติของชายฝั่งตะวันออก หมู่เกาะ และท่องเที่ยวชายแดนเขตเศรษฐกิจพิเศษ เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) เขตจังหวัดสมุทรสาคร และสมุทรสงคราม เน้นการท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (นิจพร แสงสุขเอี่ยม, 2565; ณิชมน ภมร และพัชรี ตันติวิภาวิน, 2564) ทำให้แต่ละจังหวัดในพื้นที่ดังกล่าวต้องพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพระบบการขนส่งและเดินทางเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวให้เกิดความปลอดภัย เชื่อถือได้ สนับสนุนการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทั้งระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในภาค เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวและบริการต่อเนื่องทั้งระบบ

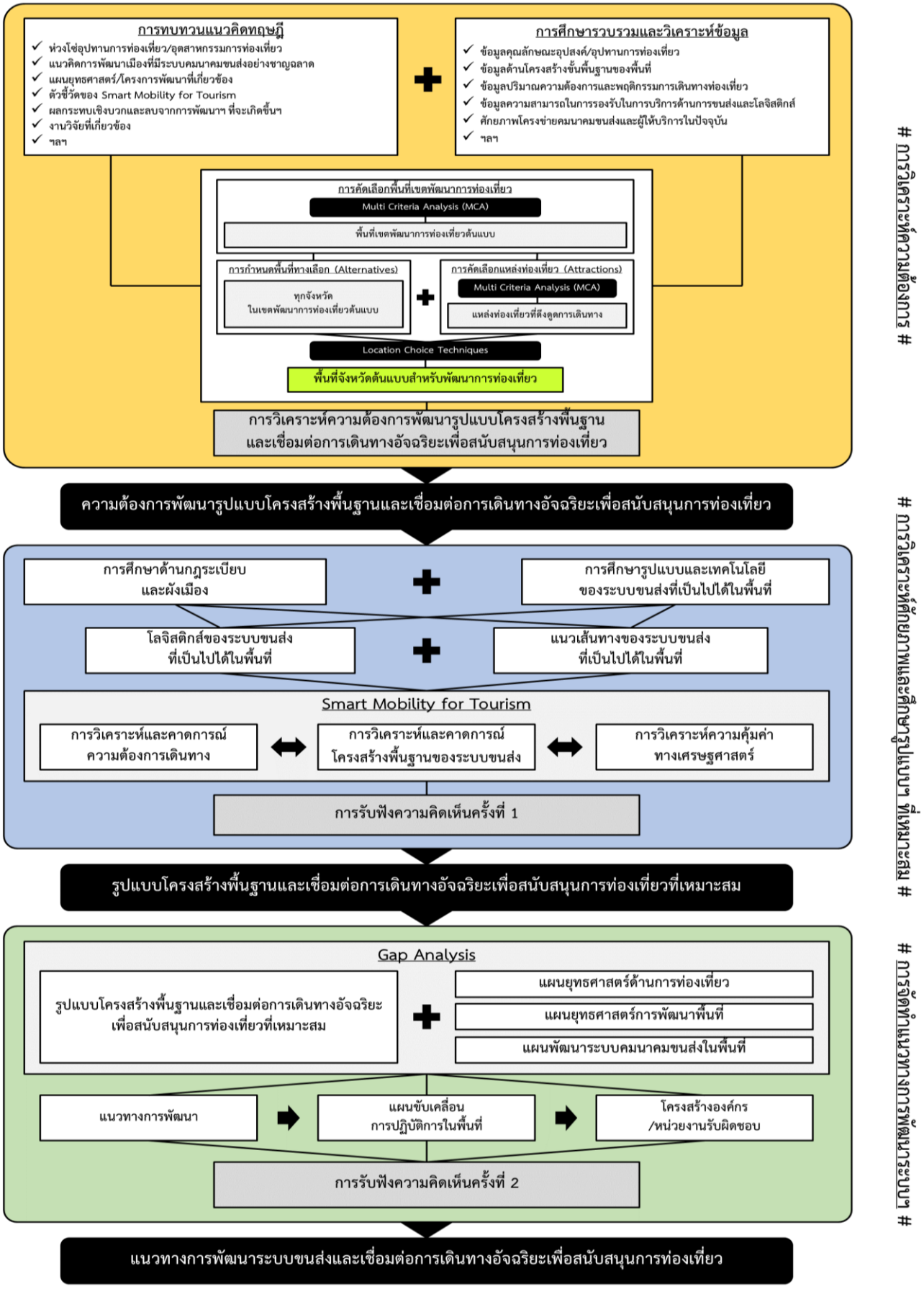
ที่ผ่านมา การศึกษาด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และเส้นทางการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการศึกษาการพัฒนาระบบการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะ ซึ่งเป็นการจัดการการเดินทางเพื่อลดความแออัดด้านการจราจร เพิ่มความเร็วในการเดินทาง เพิ่มความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการใช้รถยนต์ส่วนตัว โดยผู้เดินทางสามารถออกแบบวิธีการเดินทางได้ตามความเหมาะสม (Machesani et al., 2023) ทำให้ต้องมีการศึกษาการพัฒนาระบบการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเพื่อหาพื้นที่ต้นแบบที่มีศักยภาพและเสนอแนวทางการพัฒนาระบบการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออก
3. เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออก

## การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยด้านการขนส่งและเดินทางอัจฉริยะเพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยขอบเขตการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ การจัดการความต้องการของผู้เดินทางท่องเที่ยว เส้นทาง ยานพาหนะ โครงสร้างพื้นฐานการขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ให้บริการขนส่งและกฎระเบียบกำกับและส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยว (Sharpley, 2012) โดยการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเป็นการจัดการการเดินทางเพื่อลดความแออัดด้านการจราจร เพิ่มความเร็วในการเดินทาง เพิ่มความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการใช้รถยนต์ส่วนตัว โดยผู้เดินทางสามารถออกแบบวิธีการเดินทางได้ตามความเหมาะสม อาทิ การใช้การขนส่งสาธารณะทดแทนการใช้รถยนต์ส่วนตัว การแบ่งปันการใช้ยานพาหนะร่วมกัน การเดินทางด้วยจักรยาน การใช้แอพพลิเคชั่นในการจองเดินทางได้ในเวลาที่ต้องการ การนำเทคโนโลยีมาใช้สื่อสารระหว่างผู้ขับขี่กับผู้บริหารระบบจราจร และการออกแบบบัตรโดยสารและบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวได้ในบัตรเดียวกัน (Aarella et al., 2021; Flugge, 2017; Hussain et al., 2023; Kovacic. 2022; Machesani et al., 2023; Tung et al., 2020)




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยแสดงตามภาพที่ 1 เริ่มจาก (1) การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (2) การศึกษารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (3) การนำแนวคิดทฤษฎีและข้อมูลทุติยภูมิมาเพื่อคัดกรองพื้นที่ต้นแบบจากทั้งหมด 3 เขต ใน 12 จังหวัด จากนั้นในส่วนการศึกษาความต้องการพัฒนารูปแบบโครงสร้างพื้นฐานและเชื่อมต่อการเดินทางอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ใช้การดำเนินการศึกษากฎระเบียบ รูปแบบและเทคโนโลยีที่เป็นไปได้ สภาพการขนส่งในพื้นที่ แนวเส้นทางของระบบขนส่งที่เป็นไปได้ การวิเคราะห์และคาดการณ์ความต้องการการเดินทางและโครงสร้างพื้นฐานระบบขนส่ง และการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ ต่อมาในส่วนของการประเมินรูปแบบโครงสร้างพื้นฐานและการเชื่อมต่อการเดินทางอัจฉริยะจะใช้การวิเคราะห์ช่องว่าง และขั้นสุดท้ายนำมาจัดทำแนวทางการพัฒนาระบบขนส่งและเดินทางอัจฉริยะ และแผนปฏิบัติการในพื้นที่ต้นแบบในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออก โดยการดำเนินการวิจัยนี้ได้จัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่เพื่อให้เกิดการยอมรับและสามารถนำไปปฏิบัติได้

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

### 1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การศึกษาครั้งนี้มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวประกอบด้วยผู้แทนหน่วยงานรัฐในส่วนกลางที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 5 คน ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงคมนาคม การรถไฟแห่งประเทศไทย กรมการขนส่งทางบก โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงตามบทบาทและหน้าที่ของผู้แทนหน่วยงานภาครัฐในการกำกับและส่งเสริมการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว และผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เป็นตัวแทนจากเขตพัฒนาการท่องเที่ยว 3 เขตในพื้นที่ 12 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ (1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกหรือแอคทีฟบีช ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด (2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชายฝั่งอ่าวไทย ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร และฉะเชิงเทรา และ (3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝืนป่ามรดกโลกดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว และสระบุรี จำนวนรวม 80 คน ซึ่งเป็นผู้แทนที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนมอบหมายให้เข้าร่วมการให้ข้อมูล รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด 85 คน

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย (1) การใช้แบบสอบถามปลายเปิดโดยกำหนดคำถามหลักตามวัตถุประสงค์การวิจัยและกรอบองค์ประกอบของการจัดการระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ (2) การจัดการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดโดยกำหนดปัญหาและหัวข้อให้ชัดเจนและกระตุ้นให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ไขปัญหาในการจัดการระบบขนส่งและการเดินทางเพื่อรองรับการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ระบุความต้องการและลำดับความสำคัญในการพัฒนา และ (3) การสังเกต โดยการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางและการใช้บริการโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรอบรับการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้การเก็บข้อมูลจากการทำแบบสอบถามปลายเปิดโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ควบคู่การจัดการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เข้าร่วมการประชุมจำนวน 80 คน ตลอดจนการเก็บข้อมูลโดยการสังเกตพฤติกรรมและลักษณะการเดินทางของผู้เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ใน 12 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว และสระบุรี โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตจากสถานที่ที่มีปริมาณการเดินทางของนักท่องเที่ยวมาก อาทิ สถานีขนส่งผู้โดยสาร ท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยว ท่าอากาศยาน และจุดจอดรถสาธารณะที่รับส่งผู้ใช้บริการตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของแต่ละจังหวัด

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้หลากหลายวิธีการประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ตามองค์ประกอบของการจัดการระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อสรุปความหมายอย่างเป็นระบบโดยการตรวจสอบตีความ และจัดกลุ่มข้อมูลเพื่อค้นหารูปแบบหรือแก่นสาระที่เกิดจากการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิ การสัมภาษณ์ และการจัดประชุมกลุ่มย่อย (2) การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกระดับมหภาคด้วยแบบจำลอง PESTLE (3) การวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคเพื่อนำมาจัดทำข้อเสนอแนะ (4) การใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process) ของปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยนโยบายภาครัฐและการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี ปัจจัยโลจิสติกส์ และปัจจัยเศรษฐกิจ เพื่อคัดเลือกพื้นที่ต้นแบบในพัฒนาระบบขนส่งและเดินทางอัจฉริยะเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และ (5) การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ระหว่างสภาพปัจจุบันของการเดินทางในพื้นที่ต้นแบบกับเป้าหมายที่ต้องการยกระดับสู่การขนส่งและการเดินทาง อัจฉริยะและนำมาใช้จัดทำข้อเสนอแนะ

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

**1. ความต้องการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออก**

จากการประเมินด้วยแบบจำลอง PESTLE ตามตารางที่ 1 พบว่า เขตพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกที่มีศักยภาพและต้องการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อรองรับการท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลตะวันออกหรือแอคทีฟบีช (จังหวัดที่มีความโดดเด่นมากที่สุด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี) รองลงมา ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝืนป่ามรดกโลกดงพญาเย็น - เขาใหญ่ และเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชายฝั่งอ่าวไทย ตามลำดับ

**ตารางที่ 1** ผลการประเมินความพร้อมของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออกด้วย PESTLE

| มิติการประเมิน | เขตพัฒนาการท่องเที่ยว | ลักษณะสำคัญของพื้นที่ | ความพร้อม |
|---|---|---|---|
| **Politics (P) นโยบายและการเมือง** | ฝั่งทะเลตะวันออก (Active Beach) | รัฐบาลมีโครงการส่งเสริมการลงทุนและโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการเดินทางและขนส่งครบทุกรูปแบบทั้งการเดินทางทางถนน ราง รถไฟความเร็วสูง น้ำ และอากาศ และระบบขนส่งภายในเขตเมือง โดยเฉพาะในจังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา) ที่เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวหลัก อีกทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน เช่น เมืองพัทยา และระยอง มีนโยบายและความต้องการชัดเจนที่ต้องการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ | มากที่สุด |
| | ท่องเที่ยววิถีชายฝั่งอ่าวไทย | มีนโยบายส่งเสริมการเป็นเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ แต่ยังไม่มีความเด่นชัดในการกำหนดนโยบายและโครงการส่งเสริมการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (ยกเว้นกรณีจังหวัดฉะเชิงเทรา) ในภาพรวมจังหวัดไม่มีความโดดเด่นในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมากนัก และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางแบบเช้าไปเย็นกลับไม่มีการพำนักค้างคืน | น้อย |
| | ท่องเที่ยวผืนป่ามรดกโลกดงพญาเย็นเขาใหญ่ | มีการกำหนดแผนงานที่เน้นด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ยังไม่มีความเด่นชัดในการกำหนดนโยบายและโครงการส่งเสริมการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวอัจฉริยะ อีกทั้งในภาพรวมยังมีปัญหาอุปสรรคด้านโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งทางถนนที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว | ปานกลาง |

**ตารางที่ 1** ผลการประเมินความพร้อมของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออกด้วย PESTLE (ต่อ)

| มิติการประเมิน | เขตพัฒนาการท่องเที่ยว | ลักษณะสำคัญของพื้นที่ | ความพร้อม |
|---|---|---|---|
| **Economy (E) เศรษฐกิจ** | ฝั่งทะเลตะวันออก (Active Beach) | เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดของภาคตะวันออก โดยเฉพาะจังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา) และจังหวัดตราด (เกาะช้าง) ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของไทยและภูมิภาค มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและความพร้อมในการเข้าร่วมพัฒนาการขนส่งอัจฉริยะเพื่อการท่องเที่ยว | มากที่สุด |
| | ท่องเที่ยววิถีชายฝั่งอ่าวไทย | มีเศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคอุตสาหกรรมการผลิตเป็นหลัก และมีการพึ่งพาภาคการท่องเที่ยวไม่มากนัก อีกทั้งมีผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการให้บริการท่องเที่ยวมีจำนวนไม่มาก | น้อย |
| | ท่องเที่ยวผืนป่ามรดกโลกดงพญาเย็นเขาใหญ่ | มีเศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคอุตสาหกรรมการผลิตและภาคบริการที่เน้นการรองรับสินค้าเป็นหลัก (เช่น การกระจายสินค้า การจัดจำหน่ายสินค้า) และพึ่งพาภาคการท่องเที่ยวไม่มากนัก ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและขนส่งส่วนใหญ่เป็นชุมชนและกิจการรายย่อย มีเงินทุนและความสามารถในการพัฒนาจำกัด | ปานกลาง |
| **Social (S) สังคม** | ฝั่งทะเลตะวันออก (Active Beach) | ประชากรในจังหวัดหลัก ได้แก่ ระยอง และชลบุรี มีรายได้ต่อหัวมากที่สุดเมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นในภาคตะวันออก ผู้ประกอบการมีการรวมตัวเป็นสมาคม/ชมรมด้านการท่องเที่ยวและการให้บริการขนส่งในทุกจังหวัด | มากที่สุด |
| | ท่องเที่ยววิถีชายฝั่งอ่าวไทย | ในภาพรวม ประชากรมีรายได้พึ่งพาการผลิตในภาคอุตสาหกรรม มีรายได้ต่อหัวในระดับปานกลาง (น้อยกว่า Active Beach) ผู้ประกอบการยังขาดการรวมตัวเป็นสมาคม/ชมรมด้านการท่องเที่ยวและการให้บริการขนส่ง (ยกเว้นสมุทรสงคราม) | ปานกลาง |
| | ท่องเที่ยวผืนป่ามรดกโลกดงพญาเย็นเขาใหญ่ | ในภาพรวม ประชากรมีรายได้ที่พึงพาการผลิตในภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม มีรายได้ต่อหัวน้อยที่สุดในภาคตะวันออก ผู้ประกอบการยังขาดการรวมตัวเป็นสมาคม/ชมรมด้านการท่องเที่ยวและการให้บริการขนส่ง (ยกเว้นกรณีนครนายก) | ปานกลาง |
| **Technology (T)** | ฝั่งทะเลตะวันออก (Active Beach) | มีความโดดเด่นในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารการท่องเที่ยวและการขนส่ง เช่น การนำยานพาหนะประหยัดพลังงาน การติดตั้งเสาไฟฟ้าอัจฉริยะ การพัฒนา Transit Oriented Development (TOD) เพื่อรองรับการเดินทางท่องเที่ยว การพัฒนาระบบ ITS เพื่อใช้จัดการจราจรในเขตเมือง และการพัฒนาแอพพลิเคชั่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เมืองพัทยา | มากที่สุด |
| | ท่องเที่ยววิถีชายฝั่งอ่าวไทย | มีการนำเทคโนโลยีมาใช้จัดการในการผลิตภาคอุตสาหกรม แต่ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้จัดการการท่องเที่ยว (ยกเว้นกรณีฉะเชิงเทรามีการแนวคิดพัฒนายานพาหนะประหยัดพลังงาน และการพัฒนาท่าเรืออัจฉิรยะในแม่น้ำ) | ปานกลาง |
| | ท่องเที่ยวผืนป่ามรดกโลกดงพญาเย็นเขาใหญ่ | ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการขนส่งและการจัดการท่องเที่ยว เนื่องจากการให้บริการส่วนใหญ่เป็นของชุมชนและผู้ประกอบการที่ยังขาดเงินทุนและทักษะการนำเทคโนโลยีมาใช้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวและขนส่ง | น้อย |
| **Legal (L) กฎหมาย** | ฝั่งทะเลตะวันออก (Active Beach) | กฎหมายผังเมืองเอื้อต่อการพัฒนาการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองท่องเที่ยว ขณะที่ความท้าทายอยู่ที่การจัดการให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่มีอยู่ เช่น การปฏิบัติตามกฎหมายจราจร กฎหมายการขนส่งทางบก ที่มีผู้ไม่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการขนส่งสาธารณะเข้ามาให้บริการนักท่องเที่ยว | ปานกลาง |
| | ท่องเที่ยววิถีชายฝั่งอ่าวไทย | กฎหมายผังเมืองเอื้อต่อการพัฒนาการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองท่องเที่ยว ขณะที่ความท้าทายอยู่ที่การจัดการให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่มีอยู่ เช่น การปล่อยมลพิษจากภาคอุตสาหกรรม (โดยเฉพาะสมุทรปราการ สมุทรสาคร และฉะเชิงเทรา) | ปานกลาง |
| | ท่องเที่ยวผืนป่ามรดกโลกดงพญาเย็นเขาใหญ่ | กฎหมายผังเมืองเอื้อต่อการพัฒนาการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองท่องเที่ยว ขณะที่ความท้าทายอยู่ในการจัดการให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่มีอยู่ เช่น การปล่อยมลพิษจากภาคอุตสาหกรรม (โดยเฉพาะจังหวัดสระบุรี) | ปานกลาง |

**ตารางที่ 1** ผลการประเมินความพร้อมของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออกด้วย PESTLE (ต่อ)

| มิติการประเมิน | เขตพัฒนาการท่องเที่ยว | ลักษณะสำคัญของพื้นที่ | ความพร้อม |
|---|---|---|---|
| **Environment (E) สิ่งแวดล้อม** | ฝั่งทะเลตะวันออก (Active Beach) | เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ส่งผลให้การจัดการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวเผชิญความท้าทายด้านปัญหาการจราจรติดขัด มลพิษจากรถยนต์ โดยเฉพาะในจังหวัดที่มีกิจกรรมการผลิตมาก เช่น ระยอง ชลบุรี ขณะที่จังหวัดอื่น ๆ ได้แก่ จันทบุรี และตราด ไม่มีปัญหาสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว | ปานกลาง |
| | ท่องเที่ยววิถีชายฝั่งอ่าวไทย | เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ส่งผลให้การจัดการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวเผชิญความท้าทายด้านปัญหาการจราจรติดขัด มลพิษจากรถยนต์ โดยเฉพาะในจังหวัดที่มีกิจกรรมการผลิตมาก เช่น สมุทรปราการ สมุทรสาคร ฉะเชิงเทรา ขณะที่จังหวัดสมุทรสงครามไม่มีปัญหาสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว | ปานกลาง |
| | ท่องเที่ยวผืนป่ามรดกโลกดงพญาเย็นเขาใหญ่ | เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ส่งผลให้การจัดการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวเผชิญความท้าทายด้านปัญหาการจราจรติดขัด มลพิษจากรถยนต์ โดยเฉพาะในจังหวัดที่มีกิจกรรมการผลิตและการค้ามาก เช่น สระบุรี สระแก้ว ปราจีนบุรี ขณะที่จังหวัดนครนายกไม่มีปัญหาสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว | ปานกลาง |

นอกจากนี้ ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับผลการคัดเลือกพื้นที่ศึกษาต้นแบบโดยใช้การประเมินจากเกณฑ์การพิจารณา 4 เกณฑ์หลัก ที่ประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เข้าร่วมประชุมและวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ได้แก่ (1) เกณฑ์ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐและการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม (2) เกณฑ์ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี (3) เกณฑ์ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ และ (4) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยกำหนดระดับของเกณฑ์การพิจารณาของแต่ละปัจจัย สามารถแปลผลการพิจารณา ดังนี้ ระดับ A แปลผลได้ว่าสูงมาก ระดับ B แปลผลได้ว่าสูง ระดับ C แปลผลได้ว่าปานกลาง ระดับ D แปลผลได้ว่าต่ำ และระดับ E แปลผลได้ว่าต่ำมาก โดยการประเมินการคัดเลือกพื้นที่ของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกที่เหมาะสมต่อการนำมาใช้เป็นพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาระบบการขนส่งและเดินทางอัจฉริยะจากเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมด 3 เขต ดังแสดงตามตารางที่ 2 ซึ่งสรุปได้ว่าเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด มีความเหมาะสมมากที่สุด ซึ่งผลการประเมินดังกล่าวสอดคล้องกับข้อสรุปตามแบบจำลอง PESTLE ด้วยเช่นเดียวกัน

**ตารางที่ 2** การประเมินการคัดเลือกพื้นที่ศึกษาของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

| เขตพัฒนาการท่องเที่ยว | ด้านนโยบายภาครัฐและส่วนร่วมของสังคม | | | | | ด้านโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี | | | | | ด้านโลจิสติกส์ | | | | | ด้านเศรษฐกิจ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | A | B | C | D | E | A | B | C | D | E | A | B | C | D | E | A | B | C | D | E |
| ฝั่งทะเลตะวันออก | ✓ | | | | | ✓ | | | | | ✓ | | | | | ✓ | | | | |
| ท่องเที่ยววิถีชายฝั่งอ่าวไทย | | | ✓ | | | ✓ | | | | | | | ✓ | | | ✓ | | | | |
| ท่องเที่ยวฝืนป่ามรดกโลกดงพญาเย็น-เขาใหญ่ | | ✓ | | | | | | ✓ | | | | | ✓ | | | | ✓ | | | |

ในการประเมินน้ำหนักของปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาระบบการขนส่งและเดินทางอัจฉริยะการศึกษาใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic hierarchy process: AHP) โดยรวบรวมข้อมูลจากตัวแทนภาครัฐและเอกชนจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด จำนวนทั้งหมด 20 คน โดยผลจากการประเมินน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยนโยบายภาครัฐและการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี ปัจจัยโลจิสติกส์

และปัจจัยเศรษฐกิจ และวิเคราะห์อัตราความสอดคล้อง (Consistency Ratio: CR) ได้ค่าน้อยกว่า 0.1 ซึ่งเป็นค่าที่สามารถยอมรับได้ (Frish et al., 2025) สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐและการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมมีน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.515 ด้านโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี มีน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.187 ด้านโลจิสติกส์มีน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.157 และด้านเศรษฐกิจมีน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.141 แสดงให้เห็นว่า ผลลัพธ์จากการคำนวณด้วย AHP ปรากฏว่า ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐและการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญ

| เกณฑ์ตัดสินใจ | น้ำหนักความสำคัญ | ลำดับความสำคัญ |
|---|---|---|
| ด้านนโยบายภาครัฐและการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม | 51.50 | 1 |
| ด้านโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี | 18.70 | 2 |
| ด้านโลจิสติกส์ | 15.70 | 3 |
| ด้านเศรษฐกิจ | 14.10 | 4 |

**2. รูปแบบการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออก**

ในส่วนของรูปแบบการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกที่ได้ถูกคัดเลือกเป็นพื้นที่ต้นแบบนั้น จากการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่โดยในการพิจารณาจากข้อมูลกฎระเบียบและผังเมือง รูปแบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบเชื่อมต่อการเดินทางทางถนน ราง น้ำและอากาศ สภาพการขนส่งในพื้นที่ เทคโนโลยีที่เป็นไปได้ แนวเส้นทางของการเดินทางที่เป็นไปได้ในการพัฒนาระบบการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะ การวิเคราะห์และคาดการณ์ความต้องการการเดินทางและโครงสร้างพื้นฐานระบบขนส่ง ตลอดจนการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ และนำมาสังเคราะห์และประเมินความน่าเชื่อถือว่าวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแห่งและตรวจสอบความถูกต้องเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ พบว่า รูปแบบระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะ (Smart Mobility) ที่มีความเหมาะสมต่อการนำมาปรับใช้ ได้แก่

2.1 การติดตั้งระบบการขนส่งอัจฉริยะ (Intelligent Transport) ควบคู่กับระบบควบคุมสัญญาณไฟจราจรอัตโนมัติ (Area Traffic Control) ควบคู่กับการพัฒนาระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และเทคโนโลยีสื่อสาร

2.2 การพัฒนาพื้นที่โดยรอบสถานีรถไฟความเร็วสูง (Transit Oriented Development – TOD) ประกอบด้วยบริการรถไฟความเร็วสูง กิจกรรมผสมผสาน (Mixed Use) ที่มีย่านการค้าอยู่ในพื้นที่ติดกับสถานีรถไฟความเร็วสูง พื้นที่สันทนาการ และมีระบบขนส่งต่อเนื่องจากสถานีศูนย์กลางเมืองหลักระดับภูมิภาค (พัทยา) ได้แก่ ระบบขนส่งมวลชนเบา รถโดยสารด่วนพิเศษ รถโดยสารและรถสองแถวบริการขนส่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และระบบจอดแล้วจร

2.3 การพัฒนาบริการขนส่งสาธารณะทางรางในเขตเมือง (Urban Rail Transit) เพื่อให้บริการรองรับการเดินทางสัญจรของผู้โดยสารและการท่องเที่ยวภายในเขตเมือง โดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่มีปริมาณผู้โดยสารที่เดินทางมากกว่า 3,250 คนต่อช่องทางการจราจรต่อชั่วโมง

2.4 การพัฒนาบัตรโดยสารและบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวในบัตรเดียวกัน (Travel Card) ซึ่งเป็นบัตรโดยสารที่ใช้ในการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ “ล้อ ราง เรือ” ได้ภายในบัตรเดียวกันที่มีกำหนดระยะเวลาการใช้บริการกำหนด อีกทั้งยังใช้เป็นบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการยกเว้นและส่วนลดค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น พิพิธภัณฑ์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น

2.5 การแบ่งปันการใช้รถยนต์ร่วมกัน (Car Sharing) เพื่อลดการลงทุนซื้อและใช้รถยนต์ส่วนตัวเพื่อการเดินทางสัญจรและท่องเที่ยว โดยเป็นการให้บริการเฉพาะสมาชิกผู้ที่ลงทะเบียนไว้ในระบบที่จะแบ่งปันการใช้รถยนต์เป็นรายชั่วโมง รายวัน หรือรายสัปดาห์ และรับและคืนรถจากจุดที่กำหนดไว้ในตัวเมือง และส่งมอบให้สมาชิกรายอื่นที่ต้องการใช้รถยนต์ต่อไป

2.6 การนำยานยนต์ประหยัดพลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมาใช้ในการเดินทาง ตลอดจนการพัฒนาทางจักรยานและการปั่นจักรยานท่องเที่ยว การจัดทำสถานีเช่าและแบ่งปันการใช้จักรยาน รวมถึงการพัฒนาสถานีอัดประจุไฟฟ้าเพื่อรองรับยานยนต์ไฟฟ้าและรถเมล์ไฟฟ้าเพื่อสร้างความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2.7 การจัดทำอาคารจอดรถอัตโนมัติ (Automatic Car Parking System) ที่มีจำนวนช่องจอดมากกว่า 50 คันขึ้นไป เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว ช่วยลดการสูญเสียเวลาในการหาที่จอดรถ โดยอาคารจอดรถอัตโนมัติเป็นเทคโนโลยีผสมผสานระหว่างการยกพร้อมกับการเคลื่อนที่ระหว่างชั้น

2.8 การจัดทำแอพพลิเคชั่นจองการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อใช้งานจากสมาร์ทโฟนรองรับการทำงานได้ 4 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษารัสเซีย มีระบบเสียงนำทาง Voice Guidance บอกรายละเอียดในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีบริการจองรถรับจ้างสาธารณะที่ถูกกฎหมายและขึ้นทะเบียนกับจังหวัดท่องเที่ยว มีระบบชำระเงินออนไลน์ การแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวหลัก (เมืองพัทยา) และเมืองท่องเที่ยวรอง (พัทยา สัตหีบ ระยอง และจันทบุรี ผ่านถนนบูรพาชลทิศ)

2.9 การพัฒนาท่าเรืออัจฉริยะ (Smart Pier) ที่มีการออกแบบท่าเรือให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่โดยรอบ และมีจุดเชื่อมต่อการเดินทางเข้ากับการขนส่งทางรางและทางถนน มีพื้นที่รองรับคนทุกกลุ่ม มีป้ายแนะนำการเดินทางและป้ายแนะนำเส้นทาง มีการพัฒนาพื้นที่ริมท่าเรือเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และมีการใช้พลังงานอย่างชาญฉลาดในพื้นที่ภายในอาคารและด้านนอก เช่น การติดตั้งแผงโซล่าเซลล์เพื่อผลิตพลังงานใช้เอง และการนำเสาไฟฟ้าอัจฉริยะมาใช้สามารถปรับแสงไฟส่องสว่างได้ตามระดับที่เหมาะสมแบบอัตโนมัติ

2.10 การเดินทางด้วยจักรยาน (Bike Commuting) เพื่อส่งเสริมความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเหมาะสำหรับการเดินทางในเมืองพื้นที่ราบ โดยผู้บริหารเมืองจัดทำเส้นทางจักรยานเพื่อความปลอดภัยในการขับขี่และสนับสนุนการใช้จักรยานในการเดินทางในเขตเมือง ตลอดจนจัดให้มีบริการเช่าจักรยาน

แนวเส้นทางของระบบการขนส่งและเดินทางอัจฉริยะที่เป็นไปได้มากที่สุดในพื้นที่ควรใช้จังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะเมืองพัทยา เป็นศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากมีความพร้อมด้านนโยบาย โครงสร้างพื้นฐาน และปริมาณการท่องเที่ยว และควรเป็นจุดเริ่มต้นหรือจุดสิ้นสุดการเดินทางตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงจากเมืองพัทยาที่เป็นศูนย์กลาง ไปยังพื้นที่รองอื่นตามแนวแหล่งท่องเที่ยวริมทะเล โดย (1) แนวเส้นทางหลักที่สามารถพัฒนาได้ระยะแรก ได้แก่ เส้นทางพัทยา-ศรีราชา-อำเภอเมือง และเส้นทางพัทยา-สัตหีบ-ระยอง (ตามแนวถนนบูรพาชลทิศระยะที่ 1) (2) แนวเส้นทางหลักที่สามารถพัฒนาได้ระยะกลาง ได้แก่ เส้นทางพัทยา—สัตหีบ - ระยอง (ตามแนวถนนบูรพาชลทิศระยะที่ 1) – จันทบุรี (ตามแนวถนนบูรพาชลทิศระยะที่ 2) – ตราด และ (3) แนวเส้นทางหลักที่สามารถพัฒนาได้ระยะยาว ได้แก่ เส้นทางพัทยา—สัตหีบ - ระยอง– จันทบุรี– ตราด – กัมพูชา (เกาะกง) – เวียดนามใต้ ตามแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจภาคใต้ตามกรอบอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งเป็นการเดินทางทางรถยนต์และทางเรือเชื่อมโยงระหว่างเขตท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกกับประเทศเพื่อนบ้าน

**3. แนวทางการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในพื้นที่ต้นแบบเพื่อใช้เป็นต้นแบบขับเคลื่อนการพัฒนาในพื้นที่อื่นในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออกที่เหมาะสม**

จากการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่และส่วนกลางที่เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยว การให้บริการโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ผู้ประกอบการและบุคลากรให้บริการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่น สามารถสรุปแผนปฏิบัติการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในพื้นที่ต้นแบบ (แอคทีฟบีช) เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออก ประกอบด้วย 3 แผนงานหลัก 15 แผนงานย่อย ประกอบด้วย

3.1 แผนงานที่ 1: การพัฒนาเทคโนโลยีการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะ เพื่อนำเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมมาใช้จัดการการขนส่งและการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ ดังนี้

1) ส่งเสริมให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีการพัฒนาระบบการขนส่งอัจฉริยะ

2) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาแอพพลิเคชั่นการจองและติดตามการเดินทาง

3) ส่งเสริมให้มีการบริการแบ่งปันยานพาหนะร่วมกัน

4) ส่งเสริมให้มีการจัดทำบัตรโดยสารและบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในบัตรเดียวกัน

โดยในการขับเคลื่อนการพัฒนาตามแผนงานที่ 1 มีหน่วยงานสำคัญ ได้แก่ เมืองพัทยา เทศบาลเมืองศรีราชา เทศบาลนครระยอง ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี ขนส่งจังหวัดชลบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง และคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก

3.2 แผนงานที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งอัจฉริยะและการอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐส่วนกลางและท้องถิ่นพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีศักยภาพตามแนวเส้นทาง ดังนี้

1) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาระบบให้บริการขนส่งสาธารณะระบบรางในเขตเมืองท่องเที่ยวที่มีปริมาณการเดินทางมาก

2) ยกระดับการให้ข้อมูลการเดินทางตามสถานีขนส่งหลักที่มีผู้โดยสารมาใช้บริการมาก

3) สนับสนุนให้ภาครัฐและเอกชนที่เป็นเจ้าของสถานที่ที่เป็นย่านท่องเที่ยวหรือย่านที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าออกมากพัฒนาอาคารจอดรถอัจฉริยะ

4) จัดให้มีที่จอดรถเฉพาะสำหรับยานยนต์บางประเภท

5) ยกระดับท่าเรือผู้โดยสารหลักให้เป็นท่าเรืออัจฉริยะ

6) จัดทำเส้นทางจักรยานในเส้นทางที่มีปริมาณการจราจรไม่หนาแน่นและมีความปลอดภัย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตชุมชนที่อยู่ตามรายทาง และสร้างความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

7) ส่งเสริมการติดตั้งกล้องวงจรปิดในพื้นที่ท่องเที่ยวและสถานีขนส่งที่มีปริมาณการเดินทางท่องเที่ยวมาก

โดยในการขับเคลื่อนการพัฒนาตามแผนงานที่ 2 มีหน่วยงานสำคัญ ได้แก่ เมืองพัทยา เทศบาลเมืองศรีราชา เทศบาลนครระยอง ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี ขนส่งจังหวัดชลบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง องค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดตราด

3.3 แผนงานที่ 3 การยกระดับผู้ประกอบการและบุคลากรผู้ให้บริการขนส่ง เพื่อให้สามารถปรับตัวให้พร้อมต่อบริบทการเดินทางและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง ดังนี้

1) ส่งเสริมให้ผู้ให้บริการขนส่งสาธารณะหรือผู้ให้บริการรถเช่าเหมาเพื่อการทัศนาจรปรับตัวตามยุคสังคมไร้เงินสด

2) จัดการฝึกอบรมพัฒนาให้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากรผู้ปฏิบัติงานด้านการให้บริการขนส่ง

3) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนส่งมีการใช้ยานพาหนะเพื่อประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4) จัดกิจกรรมการประสานงานและการจับคู่ธุรกิจเพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อการเดินทางข้ามแดนระหว่างไทยกับกัมพูชา

โดยในการขับเคลื่อนการพัฒนาตามแผนงานที่ 3 มีหน่วยงานสำคัญ ได้แก่ กรมการขนส่งทางบก กรมเจ้าท่า และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

**1. ความต้องการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่** จากข้อค้นพบของการศึกษาที่เสนอให้เมืองที่มีความพร้อมในการพัฒนาการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ เมืองพัทยา รองลงมา ได้แก่ เมืองศรีราชา และเมืองระยอง มีความสอดคล้องกับ Chung et al. (2021), Anagnostopoulou et al. (2019) และ Marchesani et al. (2023) ที่พบว่า การท่องเที่ยวอัจฉริยะเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของเมืองอัจฉริยะ โดยที่การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในสาขาเศรษฐกิจที่ใช้ขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ของชุมชน โดยเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะมีความแตกต่างกับเมืองท่องเที่ยวทั่วไป โดยเฉพาะต้องเป็นเมืองที่มีความพร้อมด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกด้วยระบบสื่อสาร มีความพร้อมรองรับบริบทดิจิทัล มีความยั่งยืนในการพัฒนา และมีความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ (Haililah et al., 2024; Xiaoshen et al., 2025) และมีความสอดคล้องกับบริบทนานประเทศ อาทิ จีน เกาหลีใต้ มาเลเซีย เนเธอร์แลนด์ สิงคโปร์ สเปน สวิตเซอร์แลนด์ และอิตาลี เป็นต้น ได้มีการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวให้มีความสะดวกและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน (Machesani et al., 2023; Nurmalinda et al., 2025; Rahman & Dura, 2022; Ye et al., 2021)

**2. รูปแบบการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่** การพัฒนาการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อการท่องเที่ยวเป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมาใช้จัดการระบบขนส่งเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยสามารถนำเทคโนโลยีอัจฉริยะมาใช้อำนวยความสะดวกในการจัดการจราจรและจัดการเดินทาง การดูแลความปลอดภัยในการเดินทาง การส่งเสริมการใช้ยานพาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การแบ่งปันการใช้ประโยชน์จากยานพาหนะ การใช้ระบบบัตรโดยสารเดินทางร่วม เป็นต้น ทั้งนี้ ข้อค้นพบจากการศึกษาบริบทของความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เขตท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกที่ต้องการยกระดับการพัฒนาระบบการขนส่งเพื่อลดช่องว่าง (Gap) จากสภาพปัจจุบันไปยังสภาพที่ต้องการในอนาคตยังมีความสอดคล้องกับกรณีศึกษาการพัฒนาระบบการขนส่งและเดินทางท่องเที่ยวอัจฉริยะของภูมิภาคยุโรปที่มีการส่งเสริมให้นำเทคโนโลยีมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยจักรยานและยานพาหนะไฟฟ้าหรือยานพาหนะที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อย การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้ระบบการขนส่งสาธารณะ (โดยเฉพาะการขนส่งทางราง) แทนการขับรถยนต์ส่วนตัว การส่งเสริมเส้นทางและบริการขนส่งสาธารณะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมและไม่สร้างความแออัดคับคั่งให้แหล่งท่องเที่ยวมากเกินไป การใช้บัตรโดยสารร่วมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ควบคู่กับแหล่งท่องเที่ยวและร้านค้าในชุมชนที่เข้าร่วมโปรแกรมส่งเสริมการจำหน่ายกับบัตรโดยสารร่วม การส่งเสริมการเดินทางที่มีความปลอดภัย การจัดระเบียบการบริการรถบริการขนส่งสาธารณะและรถรับจ้างบริการนักท่องเที่ยว และการจัดระเบียบสถานที่จอดรถในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น (European Commission, 2020; Mantero, 2021; Samkova & Navratil, 2023)

**3. แนวทางและแผนปฏิบัติการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในพื้นที่** ข้อเสนอแนะในแผนงานที่ได้รับโครงการศึกษามีความสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ Smart Mobility ที่กำหนดโดยคณะกรรมการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (สำนักงานเศรษฐกิจดิจิทัล, 2565) โดยเน้นการมีการเข้าถึงโครงข่ายการคมนาคมขนส่ง ความสะดวกสบายการใช้สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ การประสิทธิภาพการบริหารจัดการขนส่งและจราจร ความปลอดภัยด้านคมนาคมขนส่ง และการส่งเสริมการใช้ยานพาหนะเพื่อลดมลพิษ โดยในการขับเคลื่อนการพัฒนาในพื้นที่จะต้องให้ความสำคัญกับการการกำหนดนโยบายและขับเคลื่อนของภาครัฐภายใต้การมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม ซึ่งมีความสอดคล้องกับกรณีส่วนใหญ่ของประเทศกำลังพัฒนา (McKenzie, 2025; Wang, 2025)

## องค์ความรู้ใหม่

ที่ผ่านมา การศึกษาด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และเส้นทางการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการศึกษาการพัฒนาระบบการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยองค์ความรู้ใหม่อันเป็นผลจากการวิจัยเกิดจากการประยุกต์แนวคิดการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะที่มีการใช้แพร่หลายในการยกระดับการเป็นเมืองอัจฉริยะมาประยุกต์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเมืองและการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดในภูมิภาคเดียวกัน โดยการพัฒนาระบบการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะนั้น ไม่ได้ให้สำคัญแต่เพียงเรื่องการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการการเดินทางเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับการสร้างความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประหยัดพลังงาน และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากอุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยวในพื้นที่




**ภาพที่ 2** องค์ความรู้ใหม่

## สรุปผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ภาคตะวันออก คัดเลือกพื้นที่ต้นแบบเพื่อเสนอรูปแบบและแนวทางการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในพื้นที่ต้นแบบที่เหมาะสม โดยจากการศึกษาพบว่า เขตพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลตะวันออกหรือแอคทีฟบีช โดยการขับเคลื่อนการปรับเปลี่ยนจากการให้บริการขนส่งและเดินทางแบบดั้งเดิมไปสู่การให้บริการขนส่งและเดินทางอัจฉริยะควรให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายของรัฐและการสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคประชาสังคมในพื้นที่

รูปแบบการพัฒนาระบบการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในพื้นที่ต้นแบบ ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความหลากหลายที่ครอบคลุมทั้งการการติดตั้งระบบการขนส่งอัจฉริยะ การพัฒนาพื้นที่โดยรอบสถานีรถไฟความเร็วสูง (TOD) การพัฒนาบริการขนส่งสาธารณะทางรางในเขตเมือง การพัฒนาบัตรโดยสารและบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวในบัตรเดียวกัน การแบ่งปันการใช้รถยนต์ร่วมกัน การนำยานยนต์ประหยัดพลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมาใช้ในการเดินทาง การจัดทำอาคารจอดรถอัตโนมัติ การจัดทำแอพพลิเคชั่นการจองการเดินทางท่องเที่ยว การพัฒนาท่าเรืออัจฉริยะ และการเดินทางด้วยจักรยาน โดยแนวเส้นทางของระบบการขนส่งและเดินทางอัจฉริยะที่เป็นไปได้มากที่สุดในพื้นที่ควรใช้จังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะเมืองพัทยา เป็นศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากมีความพร้อมด้านนโยบาย โครงสร้างพื้นฐาน และปริมาณการท่องเที่ยว และควรเป็นจุดเริ่มต้นหรือจุดสิ้นสุดการเดินทางตามเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงจากเมืองพัทยาที่เป็นศูนย์กลาง ไปยังพื้นที่รองอื่น ๆ ตามแนวแหล่งท่องเที่ยวริมทะเล

ในส่วนของแนวทางการพัฒนาระบบขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในพื้นที่ต้นแบบมีการขับเคลื่อนด้วย 3 แผนงานหลัก ประกอบด้วยแผนงานการพัฒนาเทคโนโลยีการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะ แผนงานการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งอัจฉริยะและการอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และแผนงานการยกระดับผู้ประกอบการและบุคลากรผู้ให้บริการขนส่ง

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในส่วนของการลงทุนพัฒนาการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะในพื้นที่เขตเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลตะวันออกหรือแอคทีฟบีชให้เกิดความสมบูรณ์จะต้องดำเนินผลักดันด้านนโยบายให้เป็นรูปธรรม ได้แก่

1.1 การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานการเดินทางและการขนส่ง โดยเฉพาะการพัฒนารถไฟความเร็วสูงและพื้นที่รอบสถานีขนส่งสาธารณะ (TOD) ซึ่งต้องเป็นการดำเนินการตามกฎหมายการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและเอกชน การลงทุนพัฒนาท่าอากาศยานอู่ตะเภา การลงทุนพัฒนาบริการขนส่งสาธารณะทางรางในเขตเมืองจะต้องดำเนินการตามกฎหมายร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและเอกชน และการก่อสร้างและบำรุงถนนที่ต้องอยู่ภายใต้การลงทุนของหน่วยงานภาครัฐ การจัดทำช่องทางจักรยานที่ต้องดำเนินการโดยรัฐเนื่องจากถือเป็นส่วนหนึ่งของทางหลวงหรือทางหลวงชนบท

1.2 การลงทุนเทคโนโลยีอัจฉริยะในการเดินทางที่มีความหลากหลายทั้ งที่เป็นการลงทุนและการดำเนินงานของภาครัฐและเอกชน ตัวอย่างเทคโนโลยีอัจฉริยะในการเดินทางที่ภาครัฐส่วนท้องถิ่นหรือส่วนกลางต้องเป็นผู้ดำเนินการเนื่องจากมีผลต่อความปลอดภัยและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการเดินทาง เช่น ระบบการขนส่งอัจฉริยะ บัตรโดยสารและบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในบัตรเดียวกัน ขณะที่เทคโนโลยีอัจฉริยะการเดินทางบางประเภทซึ่งเอกชนสามารถเป็นผู้ดำเนินการได้ เช่น แอพพลิเคชั่นจองการเดินทางท่องเที่ยว การแบ่งปันการใช้รถยนต์ร่วมกัน อาคารจอดรถอัตโนมัติ ยานยนต์ประหยัดพลังงาน และการพัฒนาสถานีจ่ายไฟฟ้าสำหรับยานยนต์ประหยัดพลังงาน เป็นต้น

1.3 การพัฒนาทักษะและความสามารถทางการแข่งขันผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นยกระดับทักษะและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นหน้าที่ร่วมกันของภาครัฐและเอกชน โดยภาครัฐจัดให้มีมาตรการส่งเสริมให้เอกชนผู้ประกอบการและผู้ให้บริการเดินทางและท่องเที่ยว เช่น การฝึกอบรมพัฒนาผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ การส่งเสริมและสนับสนุนการประชาสัมพันธ์การเดินทางท่องเที่ยวในเส้นทางเป้าหมาย การจัดทำป้ายแนะนำเส้นทาง และการให้สินเชื่อเพื่อการปรับปรุงยานพาหนะให้ทันสมัย เป็นต้น

### 2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไปในอนาคตควรมีการศึกษาเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและบุคลากรต่อความท้าทายการนำเทคโนโลยีการขนส่งและการเดินทางอัจฉริยะมาใช้ การศึกษาเพื่อแก้ไขอุปสรรคด้านการให้บริการขนส่งสาะรณะแก่นักท่องเที่ยวโดยไม่มีใบอนุญาตประกอบการและใบอนุญาตขับขี่รถยนต์สาธารณะ การศึกษาการจัดระเบียบการให้บริการขนส่งสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวหลัก การศึกษาการจัดการภัยพิบัติและน้ำท่วมในสถานที่ท่องเที่ยว การศึกษาการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งและการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการศึกษาเพื่อให้อุตสาหกรรมและแหล่งท่องเที่ยวอยู่ภายในเขตพื้นที่พัฒนาเดียวกันได้

## เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: กลุ่มนโยบายและแผน กองยุทธศาสตร์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

_____. (2565). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566-2570)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

เขมรัฐ เสริมสมบูรณ์ และ เกิดศิริ เจริญวิศาล. (2565). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC). *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 9*(1), 165–180.

ณิชมน ภมร และ พัชรี ตันติวิภาวิน. (2564). การจัดการแหล่งชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม: กรณีศึกษาชุมชนท้องถิ่นตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 7*(2), 106-118.

นิจพร แสงสุขเอี่ยม. (2565). *การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยวิสาหกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษาชุมชนท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร*. (พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

สำนักงานเศรษฐกิจดิจิทัล. (2565). *คู่มือการจัดทำแผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ*. สืบค้นจาก https://www.depa.or.th/storage/app/media/file/1555477950.pdf.

สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 1. (2568). *แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 1 (พ.ศ. 2566 - 2570) ฉบับทบทวน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568*. ชลบุรี: กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 1 (ชลบุรี).

Aarella, S. G., Tripathy, A. K., Mohanty, S. P., & Kougianos, E. (2021). iTour2. 0: A smart tourism application for independent mobility of tourists. In *2021 19th OITS International Conference on Information Technology (OCIT)* (pp. 472-477). Bhubaneswar, India: IEEE.

Anagnostopoulou, E., Magoutas, B., Bothos, E., & Mentzas, G. (2019). Persuasive technologies for sustainable smart cities: The case of urban mobility. In *Companion Proceedings of The 2019 World Wide Web Conference* (pp. 73-82). San Francisco: Association for Computing Machinery Association.

Chung, N., Lee, H., Ham, J., & Koo, C. (2021). Smart tourism cities' competitiveness index: A conceptual model. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2021: Proceedings of the ENTER 2021 eTourism Conference* (pp. 433-438). Cham: Springer International Publishing.

European Commission. (2020). *Leading Examples of Smart Tourism Practices in Europe.* Retrieved from https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/system/files/2022-05/Best%20Practice%20Report_2022_Update.pdf.

Flugge, B. (2017). *Smart Mobility – Connecting Everyone: Trends, Concepts and Best Practices.* Berlin: Springer.

Frish, S., Talmor, I., Hadar, O., Shoshany, M., & Shapira, A. (2025). Enhancing consistency of AHP-based expert judgements: A new approach and its implementation in an interactive tool. *MethodsX, 14*, 103341.

Gajdosik, T. (2022). *Smart Tourism Destination Government: Technology and Design – Based Approach.* London: Routledge.

Haililah, T. G., Rahmanita, M., Ingkadijaya, R., & Alifahmi, H. (2024). Stakeholder collaboration model in building Jakarta's reputation as a smart tourism city destination. *European Modern Studies Journal, 8*(5), 19-31.

Hussain, S., Ahonen, V., Karasu, T., & Leviäkangas, P. (2023). Sustainability of smart rural mobility and tourism: A key performance indicators-based approach. *Technology in Society, 74*, 102287.

Kovačić, N. (2022). The acceptance of smart technologies in tourist regions with respect to mobility preferences of their visitors. *Transportation research procedia, 64*, 257-269.

Mantero, C. (2021). Sustainable, smart and safe mobility at the core of sustainable tourism in six European islands. In *Sustainable mobility for island destinations* (pp. 1-18). Cham: Springer International Publishing.

Marchesani, F., Masciarelli, F., & Bikfalvi, A. (2023). Cities (r) evolution in the smart era: smart mobility practices as a driving force for tourism flow and the moderating role of airports in cities. *International Journal of Tourism Cities, 9*(4), 1025-1045.

McKenzie, D. (2025). Is there still a role for direct government support to firms in developing countries?. *New Zealand Economic Papers, 59*(1), 24-29.

Nurmalinda, E., Rahmanita, M., & Tao, L. Z. (2025). Innovative strategies for smart tourism growth in Zhuhai, China. *International Journal of Scientific Research and Management, 13*(2), 1-08.

Page, S. J. (2025). *Tourism Management*. London: Routledge.

Rahman, S. A., & Dura, N. H. (2022). Malaysia smart tourism framework: Is smart mobility relevant?. *Kasetsart Journal of Social Sciences, 43*(4), 1009-1014.

Samková, L., & Navrátil, J. (2023). Significance of the public transport for tourism development in destinations. *The Central European Journal of Regional Development and Tourism, 15*(1), 158-189.

Sharpley, R. (2012). *Travel and Tourism*. London: Sage.

Tung, V. W. S., Cheong, T. M. F., & To, S. J. (2020). Tourism management in the era of smart mobility: a perspective article. *Tourism Review, 75*(1), 283-285.

Wang, H. J. (2025). Factors that influence adoption intentions toward smart city services among users. *Information Technology and Management, 26*(4), 609-623.

Ye, H., Sun, S., & Law, R. (2021). An investigation of developing smart tourism from the perspective of stakeholders. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 26*(10), 1156-1170.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

**Research Article**

# Intention to Use Virtual Banking Services in Bangkok and Metropolitan Areas

**Nuttapat Thongchai[1*] and Woradee Jongadsayakul[2]**

[1] *Master's degree student, Department of Business Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Associate Professor, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

* *Corresponding author. E-mail: nuttapat.th@ku.th*

## ABSTRACT

This study aims to (1) examine the levels of perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, and knowledge regarding the use of virtual banking services, and (2) investigate the intention to use virtual banking services, including the factors influencing such intention in Bangkok and its metropolitan areas. A quantitative research approach was employed, with data collected through an online questionnaire from 400 respondents using convenience sampling. The participants were Thai individuals aged 18 years and above who had access to technology and resided in Bangkok and its metropolitan area. The data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The results indicate that the majority of respondents are company employees aged between 34 and 35 years, holding a bachelor's degree, with an average monthly income of 43,736 baht. The overall mean scores of perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, and knowledge and understanding were at a high level. Regarding behavioral intention, respondents demonstrated an average probability of 59.82% to adopt virtual banking services within one year after establishment and expected to use an average of 4.82 financial products. The most preferred products included high-interest savings accounts, credit cards, and mutual funds. The regression results revealed that perceived usefulness and knowledge significantly influence the probability of adopting virtual banking services. Additionally, perceived usefulness, knowledge, and social influence significantly affect the expected number of financial products to be used. However, perceived ease of use, age, income, and education level did not exhibit statistically significant effects on usage intention. The findings suggest that enhancing perceived usefulness, strengthening user knowledge, and leveraging social influence are critical determinants of virtual banking adoption, particularly in the early stage of implementation. Policymakers should emphasize the dissemination of accurate information and the establishment of trust in system security, while service providers should develop customer-centric products and communication strategies that highlight service value and social influence to promote financial inclusion and sustainable digital economic development.

**Keywords:** Virtual Banking, Behavioral Intention to Use, Factors Influencing Virtual Banking Adoption

Received: 2 May 2026;
Revised: 30 May 2026;
Accepted: 4 June 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

# ความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

**ณัฐพัชร์ ธงชัย[1*] และ วรดี จงอัศญากุล[2]**

[1] นิสิตปริญญาโท ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

[2] รองศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: nuttapat.th@ku.th

**บทคัดย่อ**

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยทางสังคม และความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการธนาคารเสมือน และ (2) ศึกษาความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารเสมือน รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากคนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปที่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและอาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท อายุเฉลี่ย 34–35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 43,736 บาท โดยมีระดับการรับรู้ประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยทางสังคม และความรู้ความเข้าใจ มีคะแนนเฉลี่ยรวมระดับมาก สำหรับความตั้งใจใช้บริการพบว่ามีความน่าจะเป็นในการใช้บริการภายใน 1 ปี เฉลี่ยร้อยละ 59.82 และผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะใช้เฉลี่ย 4.82 ประเภท โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความสนใจสูงสุด ได้แก่ บัญชีออมทรัพย์ดอกเบี้ยสูง บัตรเครดิต และกองทุนรวม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการพบว่า การรับรู้ประโยชน์และความรู้ความเข้าใจส่งผลต่อความน่าจะเป็นในการใช้บริการ ขณะที่การรับรู้ประโยชน์ ความรู้ความเข้าใจ และปัจจัยทางสังคม ส่งผลต่อผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะใช้ อย่างไรก็ตาม ความง่ายในการใช้งาน อายุ รายได้ และระดับการศึกษา ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมการรับรู้ประโยชน์ ความรู้ความเข้าใจ และปัจจัยทางสังคม มีบทบาทสำคัญต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือน ภาครัฐควรส่งเสริมการให้ข้อมูลและสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย ขณะที่ผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารที่เน้นคุณค่าและปัจจัยทางสังคม เพื่อสนับสนุนการเข้าถึงบริการทางการเงินและการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ:** ธนาคารเสมือน, ความตั้งใจใช้บริการ, ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารเสมือน

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

## บทนำ

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจและภาคการเงิน ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ โดยเฉพาะ “ธนาคารเสมือน” (Virtual Bank) ซึ่งเป็นสถาบันการเงินที่ให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลทั้งหมดโดยไม่มีสาขาทางกายภาพ ธนาคารเสมือนสามารถให้บริการทางการเงินได้อย่างครบวงจรตลอด 24 ชั่วโมง และมีจุดเด่นด้านการลดต้นทุนการดำเนินงาน การเข้าถึงบริการที่สะดวก รวดเร็ว และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อยกระดับประสบการณ์ของผู้ใช้บริการและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการเงิน ในระดับนานาชาติ ธนาคารเสมือนได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จอย่างชัดเจน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566)

ตัวอย่างธนาคารเสมือนในต่างประเทศที่ได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จอย่างชัดเจน เช่น WeBank ในประเทศจีน KakaoBank ในประเทศเกาหลีใต้ และ ZA Bank ในเขตปกครองพิเศษฮ่องกง ซึ่งสามารถขยายการเข้าถึงบริการทางการเงินไปยังประชากรจำนวนมาก รวมถึงกลุ่มที่ไม่เคยเข้าถึงบริการทางการเงินมาก่อน และมีแพลตฟอร์มการให้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการแข่งขันในระบบธนาคาร

และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ (RTinsights, 2024) ความสำเร็จของธนาคารเสมือนในต่างประเทศดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของบริการทางการเงินดิจิทัลในการยกระดับประสิทธิภาพของระบบการเงินและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชน ซึ่งอาจเป็นแนวทางสำคัญต่อการพัฒนาระบบธนาคารเสมือนของประเทศไทยในอนาคต สำหรับประเทศไทย ภาครัฐได้เริ่มผลักดันการจัดตั้งธนาคารเสมือนอย่างเป็นรูปธรรม และมีกำหนดเปิดดำเนินการภายในปี พ.ศ. 2569 อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคบางส่วนยังมีข้อกังวลด้านความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และทักษะด้านดิจิทัล ซึ่งอาจส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานบริการธนาคารเสมือน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2568) ทั้งนี้ ความตั้งใจใช้บริการสามารถอธิบายได้ผ่านทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ที่ให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

และในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในต่างประเทศศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือน โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) เป็นกรอบแนวคิดหลัก (Lee & Lee, 2020; Mo & Chu , 2024) พบว่า การรับรู้ประโยชน์ ความไว้วางใจ คุณภาพระบบ การออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ ความปลอดภัย และภาพลักษณ์แบรนด์ เป็นปัจจัยสำคัญต่อความตั้งใจใช้งานบริการธนาคารเสมือน ขณะที่งานวิจัยในประเทศไทยพบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือนทางการเงินดิจิทัลของผู้บริโภค (Kaewnin, 2024; Sumetkotchkorn & Pongpittaya, 2024) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในบริบทประเทศไทยที่ศึกษาความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือนก่อนการเปิดดำเนินการจริงยังมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ดังนั้น การศึกษาความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือนของผู้บริโภคไทย โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยทางสังคม และความรู้ความเข้าใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือนซึ่งเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเสมือนในอนาคต แม้ว่าประเทศไทยจะอยู่ระหว่างการพัฒนาระบบธนาคารเสมือนอย่างเป็นรูปธรรม การศึกษาที่ความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภคไทยยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและมีศักยภาพในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินสูงและผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับภาครัฐในการส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินอย่างทั่วถึง และใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธนาคารเสมือนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกลยุทธ์การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยและทักษะดิจิทัลของผู้บริโภค อันจะช่วยสนับสนุนความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือนและการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศในอนาคต

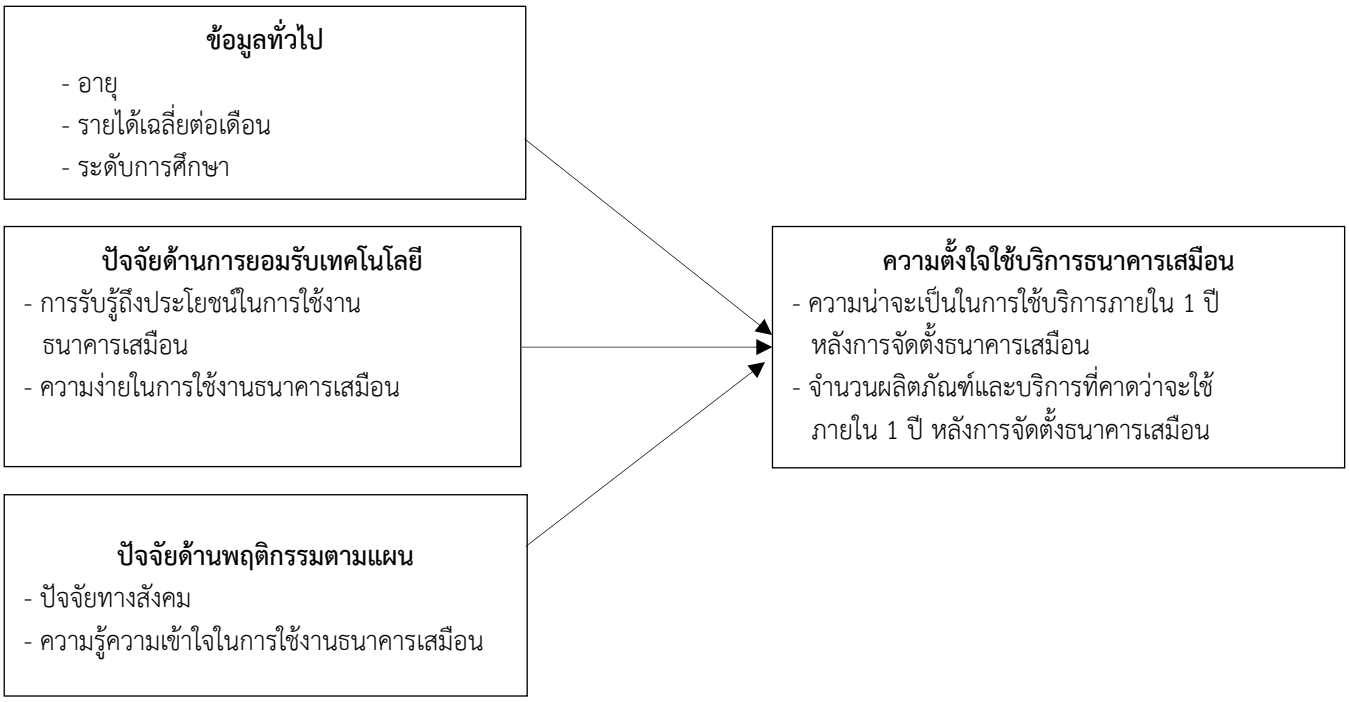
## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน รวมถึงปัจจัยทางสังคมและความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการธนาคารเสมือน

2. เพื่อศึกษาความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารเสมือนและปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารเสมือนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้พัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิดด้านการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยอาศัยทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งอธิบายว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี (Papagiannidis, 2022) ควบคู่กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าปัจจัยทางสังคมหรือบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยมีบทบาทต่อการกำหนดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของบุคคล นอกจากนี้ ยังได้นำแนวคิดด้านความรู้ความเข้าใจมาใช้ร่วมในการอธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน เนื่องจากระดับความรู้และความเข้าใจของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ (Papagiannidis, 2022) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยทางสังคม และความรู้ความเข้าใจ ล้วนมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารเสมือนทั้งในด้านความน่าจะเป็นในการใช้บริการและจำนวนผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่คาดว่าจะใช้ในอนาคต ดังนั้น การศึกษานี้จึงกำหนดกรอบแนวคิดโดยเชื่อมโยงปัจจัยดังกล่าวเพื่ออธิบายความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือนในบริบทของผู้บริโภค




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

**1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (รวมจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาครและนครปฐม) ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป(สำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครอง, 2568) สามารถเข้าถึงการใช้งานทางอินเตอร์เน็ต (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2568) และสามารถตอบแบบสอบถามออนไลน์ได้ ซึ่งจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 8,656,768 คน สามารถระบุจำนวนประชากรได้ (ตารางที่ 1)

**ตารางที่ 1** จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา

| จังหวัด | จำนวนประชากร ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป (คน) | อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีระดับสูง (ร้อยละ) | ประชากร ที่ใช้ในการศึกษา (คน) |
|---|---|---|---|
| กรุงเทพมหานคร | 4,535,624 | 96.22 | 4,364,177 |
| นนทบุรี | 1,106,491 | 96.45 | 1,067,210 |
| ปทุมธานี | 1,014,157 | 95.02 | 963,651 |
| สมุทรปราการ | 1,127,969 | 97.64 | 1,101,349 |
| สมุทรสาคร | 463,734 | 95.10 | 441,011 |
| นครปฐม | 757,630 | 94.95 | 719,370 |
| | | **รวมทั้งสิ้น** | **8,656,768** |

เพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงใช้สูตร Yamane (1967) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ ±5 ดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดยที่ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนโดยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับได้ไว้ที่ 0.05

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{8,656,768}{1+8,656,768(0.05)^2}$$

$$n = 399.98$$

ดังนั้น เพื่อให้การเก็บข้อมูลมีความครอบคลุมและเผื่อการสูญเสียข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การเก็บแบบสอบถามผู้วิจัยจะเก็บกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาแต่ละจังหวัด ดังนี้ กรุงเทพมหานคร 201 คน นนทบุรี 50 คน ปทุมธานี 45 คน สมุทรปราการ 51 คน สมุทรสาคร 20 คน และนครปฐม 33 คน (ตารางที่2)

**ตารางที่ 2** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

| จังหวัด | ประชากรที่ใช้ในการศึกษา (คน) | คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ | กลุ่มตัวอย่าง (คน) |
|---|---|---|---|
| กรุงเทพมหานคร | 4,364,177 | 50.41 | 201 |
| นนทบุรี | 1,067,210 | 12.33 | 50 |
| ปทุมธานี | 963,651 | 11.13 | 45 |
| สมุทรปราการ | 1,101,349 | 12.72 | 51 |
| สมุทรสาคร | 441,011 | 5.10 | 20 |
| นครปฐม | 719,370 | 8.31 | 33 |
| **รวม** | **8,656,768** | **100** | **400** |

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นการสำรวจผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Survey) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ จังหวัด อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส โดยใช้คำถามแบบเลือกตอบ ยกเว้นรายได้และอายุที่ให้ระบุข้อมูลได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของการใช้งานบริการธนาคารเสมือนเป็นคำถามที่ใช้วัดความสำคัญของผู้ตอบเกี่ยวกับการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน ตามกรอบแนวคิดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี โดยใช้มาตรวัดระดับความคิดเห็นแบบลิกเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ คะแนน 1-5 ได้แก่ ระดับ 1 คือ ความสำคัญน้อยที่สุด ระดับ 2 คือ ความสำคัญน้อย ระดับ 3 คือ ความสำคัญปานกลาง ระดับ 4 หมายถึง ความสำคัญมาก ระดับ 5 คือ ความสำคัญมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมและความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการธนาคารเสมือน โดยคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมจะจัดให้เป็นคำถามแบบเลือกตอบ เพื่อประเมินบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยใช้มาตรวัดระดับความคิดเห็นแบบลิกเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ คะแนน 1-5 ได้แก่ ระดับ 1 คือ ความคิดเห็นน้อยที่สุด ระดับ 2 คือ ความคิดเห็นน้อย ระดับ 3 คือ ความคิดเห็นปานกลาง ระดับ 4 หมายถึง ความคิดเห็นมาก ระดับ 5 คือ ความคิดเห็นมากที่สุด

และคำถามเกี่ยวกับระดับความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการธนาคารเสมือนจะมีทั้งหมด 14 ข้อ ๆ ละ 1 คะแนน โดยให้เลือกตอบว่าข้อความที่แสดงถูกต้องหรือไม่ เพื่อประเมินการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือน จะมีทั้งหมด 3 คำถาม คือ คำถามแรกและคำถามที่สองเกี่ยวกับความน่าจะเป็นที่ท่านจะใช้งานบริการธนาคารเสมือนภายใน 1 ปี โดยเป็นทั้งแบบเลือกตอบและแบบระบุข้อมูลร้อยละความน่าจะเป็นที่ท่านจะใช้งานบริการธนาคารเสมือน คำถามที่สามเป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการของธนาคารเสมือน เป็นคำถามที่ใช้เพื่อประเมินความตั้งใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการธนาคารเสมือนเมื่อมีการเปิดให้บริการในประเทศไทย รวมถึงการระบุประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบมีความสนใจจะใช้บริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกผลิตภัณฑ์และบริการได้มากกว่า 1 ประเภท

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และประธานการสอบ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา ภาษา และความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ก่อนนำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น จำนวน 30 คน เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในแต่ละตัวแปร จากการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า ค่าความเชื่อมั่นด้วยสถิติ Cronbach’s Alpha ของปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ เท่ากับ 0.899 ความง่ายในการใช้งาน เท่ากับ 0.928 และปัจจัยทางสังคม เท่ากับ 0.855 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและมีความสอดคล้องภายในอยู่ในระดับที่เหมาะสม สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงได้ สำหรับแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการธนาคารเสมือน เป็นข้อคำถามลักษณะถูก–ผิด จึงไม่ได้พิจารณาค่าความเชื่อมั่นด้วย Cronbach’s Alpha เป็นหลัก เนื่องจากเป็นการวัดความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ใช่การวัดทัศนคติหรือความคิดเห็น โดยข้อคำถามดังกล่าวใช้เพื่อประเมินระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบเกี่ยวกับการใช้งานธนาคารเสมือน

**3. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ในการเก็บข้อมูลจะแบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ คือ ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนทฤษฎี แนวคิดและเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์และอธิบายตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย รวมถึงการศึกษาผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารเสมือนในต่างประเทศ เพื่อนำมาประยุกต์เป็นต้นแบบสำหรับประเทศไทย โดยนำข้อมูลธนาคารเสมือน 3 ประเทศ ได้แก่ WeBank KakaoBank และ ZABank จากเว็บไซต์ของแต่ละธนาคาร เพื่อศึกษารูปแบบการให้บริการทางการเงินดิจิทัล นวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การเข้าถึงผู้ใช้บริการ และแนวทางการพัฒนาระบบธนาคารเสมือนที่ประสบความสำเร็จในต่างประเทศ อันเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์แนวโน้มและการพัฒนาธนาคารเสมือนของประเทศไทยในอนาคต

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ คือ ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูล โดยมีประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือชาวไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล สามารถเข้าถึงการใช้งานทางอินเตอร์เน็ตและสามารถตอบแบบสอบถามออนไลน์ได้ โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน ตุลาคม ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2568

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล**

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการประเมินระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยทางสังคม และความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการธนาคารเสมือนนำเสนอข้อมูลในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และอธิบายข้อมูลในการประเมินระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยทางสังคมและความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการธนาคารเสมือน โดยการประเมินระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และปัจจัยทางสังคม ตามรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยทางสังคมจากการใช้สูตรอันตรภาคชั้น (Interval Scale) คำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

ดังนั้น อันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.8 สามารถแปลความหมายได้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ความสำคัญหรือความคิดเห็น ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ความสำคัญหรือความคิดเห็น ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ความสำคัญหรือความคิดเห็น ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ความสำคัญหรือความคิดเห็น ระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ความสำคัญหรือความคิดเห็น ระดับน้อยที่สุด

ในส่วนของความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการธนาคารเสมือนโดยเกณฑ์การประเมินจากคำถามทั้งหมด 14 ข้อ ๆ ละ 1 คะแนนและจากการใช้สูตรอันตรภาคชั้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) คำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{14-0}{5}$$

$$= 2.8$$

ดังนั้น อันตรภาคชั้นเท่ากับ 2.8 สามารถแปลความหมายได้ ดังนี้

คะแนน 11.21 – 14.00 หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจมากที่สุด

คะแนน 8.41 – 11.20 หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจมาก

คะแนน 5.61 – 8.40 หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจปานกลาง

คะแนน 2.81 – 5.60 หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจน้อย

คะแนน 0.01 – 2.80 หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด

หากพบว่าตอบผิดทุกข้อจะได้ 0 คะแนน แสดงว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการธนาคารเสมือน

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อประเมินความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือนประเมินปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือนเพื่อพัฒนาแบบจำลองเชิงปริมาณโดยใช้การประมาณค่าโดยวิธีการ Ordinary Least Squares (OLS) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดรายละเอียดของแบบจำลองในการศึกษา 2 กรณี ดังนี้

$Y_1$ = ความน่าจะเป็นในการใช้บริการภายใน1ปีหลังการจัดตั้งธนาคารเสมือน

$Y_2$ = จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้ภายใน1ปีหลังการจัดตั้งธนาคารเสมือน

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_5 + \beta_6 x_6 + \beta_7 x_7 + \varepsilon$$

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_5 + \beta_6 x_6 + \beta_7 x_7 + \varepsilon$$

$x_1$ = การรับรู้ถึงประโยชน์ (คะแนน)

$x_2$ = ความง่ายในการใช้งาน (คะแนน)

$x_3$ = ปัจจัยทางสังคม (คะแนน)

$x_4$ = ความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน (คะแนน)

$x_5$ = อายุ (ปี)

$x_6$ = รายได้ (บาทต่อเดือน)

$x_7$ = ระดับการศึกษา (ตัวแปรหุ่น เมื่อ 0 = ต่ำกว่าปริญญาตรีหรือปริญญาตรี, 1 = สูงกว่าปริญญาตรี)

$\beta_0$ = ค่าคงที่ (1-7)

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7$ = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว

$\varepsilon$ = ค่าคลาดเคลื่อน (Error Term)

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

**1. ผลการประเมินระดับการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน รวมถึงปัจจัยทางสังคมและความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการธนาคารเสมือน**

การประเมินการรับรู้ถึงประโยชน์ พบว่าคะแนนเฉลี่ยรวมของการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานธนาคารเสมือนมีค่าเท่ากับ 4.0038 แสดงว่ามีการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานธนาคารเสมือนในระดับมาก ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกรรม เช่น ค่าเดินทางหรือค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 รองลงมา คือการช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินรวดเร็วขึ้น และการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เท่ากัน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำของการรับรู้ถึงประโยชน์ของธนาคารเสมือน ได้แก่ ธนาคารเสมือนช่วยให้การโอนเงินและรับเงินมีความปลอดภัยมากขึ้น และธนาคารเสมือนจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถวางแผนทางการเงินได้ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เท่ากัน และการส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินของกลุ่มเปราะบาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 หากต้องการเพิ่มระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ของผู้ใช้บริการธนาคารเสมือน ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและสื่อสารในข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำ โดยเฉพาะด้านการเข้าถึงบริการของกลุ่มเปราะบาง ความปลอดภัยของธุรกรรม และการสนับสนุนการวางแผนทางการเงิน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ยังมีช่องว่างในการรับรู้ และมีศักยภาพในการยกระดับการรับรู้โดยรวมได้มากขึ้น

การประเมินความง่ายในการใช้งาน พบว่า คะแนนเฉลี่ยรวมของการรับรู้ว่าบริการธนาคารเสมือนมีความง่ายในการใช้งานมีค่าเท่ากับ 3.9967 แสดงว่ามีการรับรู้ว่าบริการธนาคารเสมือนมีความง่ายในการใช้งานในระดับมาก ข้อที่มีการรับรู้ว่าบริการธนาคารเสมือนมีความง่ายในการใช้งานมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การเข้าสู่ระบบธนาคารเสมือน

ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันทำได้สะดวกรวดเร็วมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 รองลงมา คือ หน้าแรกของแอปพลิเคชันธนาคารเสมือนออกแบบให้เข้าใจง่ายและเข้าถึงบริการหลักได้ทันทีและระบบธนาคารเสมือนมีการแจ้งเตือนทุกครั้งเมื่อมีการทำธุรกรรมและการแก้ไขข้อมูลสำคัญต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เท่ากัน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำของการรับรู้ว่าบริการธนาคารเสมือนมีความง่ายในการใช้งาน ได้แก่ การรองรับช่องทางการเข้าใช้งานที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.94 การติดต่อ Call Center หรือเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การมีคู่มือหรือคำแนะนำออนไลน์ที่ช่วยเหลือผู้ใช้ได้ทันทีมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.74

การประเมินความคิดเห็นปัจจัยทางสังคม พบว่า คะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางสังคม มีค่าเท่ากับ 4.1090 แสดงว่าเห็นด้วยต่อปัจจัยทางสังคมในระดับมาก และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือโซเชียลมีเดียในการติดตามข่าวสารและแนวโน้มทางสังคม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.23 รองลงมา คือ ความชอบความสะดวกและความรวดเร็วในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.20 ถัดมา ได้แก่ การชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.10 การมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.92 หากต้องการเพิ่มความคิดเห็นปัจจัยทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ในด้านการเชื่อมโยงการใช้บริการธนาคารเสมือนกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งยังมีระดับความคิดเห็นต่ำกว่าด้านอื่น

การประเมินความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการธนาคารเสมือน พบว่า คะแนนความรู้ความเข้าใจเฉลี่ยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 9.6750 คะแนน ข้อที่ตอบถูก มากกว่าร้อยละ 90 คือ ธนาคารเสมือนสามารถให้บริการผ่านแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ ร้อยละ 96.25 รองลงมา คือ การส่งรายงานบัญชีผ่านอีเมลหรือแอปพลิเคชัน ร้อยละ 94.75 การเข้าถึงบัญชีต้องมีการยืนยันตัวตน เช่น OTP ร้อยละ 94.25 และข้อที่ตอบถูกน้อยกว่า ร้อยละ 50 ได้แก่ การรองรับธุรกรรมระหว่างประเทศ ร้อยละ 35.00 การฝากเงินสดผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารเสมือน ร้อยละ 30.75 และแนวทางการรับมือเมื่อถูกแก๊งคอลเซ็นเตอร์ ร้อยละ 8.50 หากต้องการเพิ่มระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้บริการธนาคารเสมือน ควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลและสร้างความเข้าใจโดยเฉพาะด้าน การป้องกันภัยทางการเงิน เช่น แก๊งคอลเซ็นเตอร์ การทำธุรกรรมเงินสด และการทำธุรกรรมระหว่างประเทศ ซึ่งยังเป็นช่องว่างสำคัญในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้งาน

**2. ผลการประเมินความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารเสมือนและปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารเสมือนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

เพื่อประเมินความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือน พบว่า ในกรณีที่ 1 ซึ่งวัดจากความน่าจะเป็นในการใช้บริการภายใน 1 ปีหลังการจัดตั้งธนาคารเสมือน ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ร้อยละ 59.82 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 27.20 โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0 และค่าสูงสุดเท่ากับ ร้อยละ 100

สำหรับกรณีที่ 2 ซึ่งวัดจากจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.67 โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0 และค่าสูงสุดเท่ากับ 21 จากทั้งหมด 22 รายการ สะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยมีแนวโน้มเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารเสมือนประมาณ 4–5 ประเภท โดยผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารเสมือนที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดว่าจะใช้เลือกใช้บริการมากที่สุด คือ บัญชีออมทรัพย์ดอกเบี้ยสูง คิดเป็นร้อยละ 73.50 รองลงมา ได้แก่ บัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 40.00 และกองทุนรวม คิดเป็นร้อยละ 32.75 ตามลำดับ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีสัดส่วนการเลือกใช้น้อย ได้แก่ สินเชื่อสำหรับผู้ประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 6.25 สินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SME คิดเป็นร้อยละ 8.25 และประกันธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.75 (ตารางที่ 3)

**ตารางที่ 3** ร้อยละผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ

| ผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้ | ร้อยละ |
|---|---|
| **บัญชีออมทรัพย์ดอกเบี้ยสูง** | 73.50 |
| **บัญชีเงินฝากระยะยาว 24 เดือน** | 19.00 |
| **บัญชีเงินฝากระยะยาว 36 เดือน** | 17.75 |
| **บัญชีเงินฝากประจำหลายสกุลเงิน** | 19.00 |
| **บัญชีเงินฝากสำหรับพ่อแม่ที่ออมเงินให้ลูกตั้งแต่แรกเกิด** | 10.25 |
| **บัญชีเงินฝากเพื่อเกษียณ** | 27.50 |
| **บัญชีเงินฝากสำหรับวัยเรียน** | 7.50 |
| **สินเชื่อส่วนบุคคลอนุมัติรวดเร็ว** | 14.50 |
| **สินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)** | 8.25 |
| **สินเชื่อยานยนต์** | 11.50 |
| **สินเชื่อสำหรับผู้ประกอบอาชีพอิสระ** | 6.25 |
| **สินเชื่อที่อยู่อาศัย** | 17.75 |
| **กองทุนรวม** | 32.75 |
| **หุ้น** | 30.75 |
| **ตราสารหนี้** | 16.50 |
| **สินทรัพย์ดิจิทัล** | 18.75 |
| **ประกันชีวิต** | 29.25 |
| **ประกันสุขภาพ** | 29.25 |
| **ประกันอุบัติเหตุ** | 22.75 |
| **ประกันธุรกิจ** | 3.75 |
| **บัตรเครดิต** | 40.00 |
| **บัตรเดบิต** | 26.00 |

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารเสมือนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า

<u>แบบจำลองที่ 1</u> ความน่าจะเป็นในการใช้บริการภายใน 1 ปีหลังการจัดตั้งธนาคารเสมือน ($Y_1$)

$$Y_1 = 2.882 + 5.894x_1 + 0.164x_2 + 2.467\ x_3 + 2.056\ x_4 + 0.096\ x_5 - 0.000008612x_6 - 0.890x_7$$

พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ ความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน มีรายละเอียดดังนี้ (ตามตารางที่ 4)

การรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 5.894 และมีค่า P-value เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่า เมื่อการรับรู้ถึงประโยชน์เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้ความน่าจะเป็นในการใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.894 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 2.056 และมีค่า P-value เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่า เมื่อความรู้ความเข้าใจในการใช้งานเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้ความน่าจะเป็นในการใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.056 หน่วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แบบจำลองที่ 2 จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารเสมือนที่คาดว่าจะใช้ภายใน 1 ปี ($Y_2$)

$$Y_2 = 0.107+0.672\ x_1-0.556x_2+0.663x_3+0.227x_4-0.027x_5+0.000002318x_6+0.629x_7$$

พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การรับรู้ถึงประโยชน์ ปัจจัยทางสังคม และความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน มีรายละเอียดดังนี้ (ตามตารางที่ 4)

การรับรู้ถึงประโยชน์มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.672 และมีค่า P-value เท่ากับ 0.077 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 แสดงให้เห็นว่า เมื่อการรับรู้ถึงประโยชน์เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้เพิ่มขึ้น 0.672 ผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญในระดับ 0.10

ปัจจัยทางสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.663 และมีค่า P-value เท่ากับ 0.075 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 แสดงให้เห็นว่า เมื่อปัจจัยทางสังคมเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้เพิ่มขึ้น 0.663 ผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.10

ความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.227 และมีค่า P-value เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่า เมื่อความรู้ความเข้าใจในการใช้งานเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้เพิ่มขึ้น 0.227 ผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากทั้ง 2 แบบจำลอง ค่า VIF ของทุกตัวแปรอิสระในแบบจำลองมีค่าต่ำกว่า 10 ทำให้ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity และค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.10 ตามเกณฑ์การพิจารณาทางสถิติตามแนวคิดของ Hair et al. (2010) นอกจากนี้ ค่า Durbin–Watson ของแบบจำลองที่ 1 และแบบจำลองที่ 2 เท่ากับ 1.792 และ 1.980 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าใกล้เคียง 2 แสดงว่าไม่พบปัญหาความสัมพันธ์กันของค่าคลาดเคลื่อน และจากการศึกษาทั้ง 2 แบบจำลอง ทั้งการรับรู้ประโยชน์ และความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน ส่งผลกับความน่าจะเป็นในการใช้บริการภายใน 1 ปีหลังจากการจัดตั้งธนาคารเสมือนและจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้ภายใน 1 ปี ในขณะที่ปัจจัยทางสังคมส่งผลกับจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้ภายใน 1 ปีอย่างเดียว

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารเสมือนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

| ตัวแปร | ความน่าจะเป็นในการใช้บริการภายใน 1 ปีหลังการจัดตั้งธนาคารเสมือน ($Y_1$) | | จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารเสมือนที่คาดว่าจะใช้ภายใน 1 ปี ($Y_2$) | |
|---|---|---|---|---|
| | ค่าสัมประสิทธิ์ | P-value | ค่าสัมประสิทธิ์ | P-value |
| ค่าคงที่ | 2.882 | 0.790 | 0.107 | 0.942 |
| การรับรู้ถึงประโยชน์ ( $x_1$) | 5.894 | 0.034** | 0.672 | 0.077* |
| ความง่ายในการใช้งาน ( $x_2$) | 0.164 | 0.950 | -0.556 | 0.118 |
| ปัจจัยทางสังคม ( $x_3$) | 2.467 | 0.365 | 0.663 | 0.075* |
| ความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน( $x_4$) | 2.056 | 0.011** | 0.227 | 0.040** |
| อายุ (ปี) ( $x_5$) | 0.096 | 0.494 | -0.027 | 0.156 |
| รายได้ (บาทต่อเดือน) ( $x_6$) | -0.000008612 | 0.630 | 0.000002318 | 0.343 |
| ระดับการศึกษา ( $x_7$) | -0.890 | 0.771 | 0.629 | 0.133 |

หมายเหตุ **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ,*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

## อภิปรายผล

ผลการศึกษาโดยภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารเสมือนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงาน โดยมีอายุเฉลี่ย 34-35 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 43,736 บาท ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ลักษณะดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มผู้ใช้บริการหลักเป็นผู้ที่มีศักยภาพในการเข้าถึงเทคโนโลยีและมีความพร้อมทางด้านการเงินในระดับที่เหมาะสม ทั้งนี้ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaewnin (2024) และ Sumetkotchkorn & Pongpittaya (2024) ที่พบว่า ผู้ใช้งานธนาคารเสมือนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาและรายได้อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง โดยกลุ่มนี้เป็นประชากรวัยทำงานที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีทางการเงินดิจิทัล ทั้งนี้ บริบทของประเทศไทยในปัจจุบันมีการใช้งาน Mobile Banking และระบบชำระเงินดิจิทัลอย่างแพร่หลาย ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับบริการทางการเงินผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น และเอื้อต่อการยอมรับธนาคารเสมือนในอนาคต

เมื่อพิจารณาแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารเสมือนมีการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานมีคะแนนเฉลี่ยรวมจัดอยู่ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนถึงระดับการยอมรับเทคโนโลยีที่สูงของกลุ่มตัวอย่าง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sumetkotchkorn & Pongpittaya (2024) ที่พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานมีคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ในขณะเดียวกันเมื่อพิจารณาตามแนวคิดพฤติกรรมตามแผน (TPB) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางสังคมและมีความรู้ความเข้าใจในการใช้งานธนาคารเสมือนอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยทางสังคมสะท้อนถึงอิทธิพลของบุคคลรอบข้างที่อาจมีผลต่อความตั้งใจใช้ใช้บริการ ขณะที่ความรู้ความเข้าใจในการใช้งานสะท้อนถึงความสามารถของผู้บริโภคในการเรียนรู้และใช้งานเทคโนโลยีทางการเงินดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม ซึ่งอาจช่วยส่งเสริมความมั่นใจในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเสมือนในอนาคต

สำหรับตัวแปรด้านอายุ รายได้ และระดับการศึกษา พบว่าไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจสะท้อนให้เห็นว่าการเข้าถึงบริการทางการเงินดิจิทัลของประเทศไทยเริ่มกระจายตัวในวงกว้างมากขึ้น และไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้สูงหรือผู้มีการศึกษาสูงเท่านั้น เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลและสมาร์ตโฟนได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของประชาชนในหลายกลุ่มประชากร

ในด้านความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความน่าจะเป็นในการใช้บริการภายใน 1 ปีหลังการจัดตั้งธนาคารเสมือนคิดเป็นร้อยละ 59.82 และคาดว่าจะใช้ผลิตภัณฑ์และบริการภายใน 1ปีหลังจากจัดตั้งธนาคารเสมือนเฉลี่ย 4.82 ผลิตภัณฑ์ หรือประมาณ 4–5 ผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความสนใจมากที่สุด ได้แก่ บัญชีออมทรัพย์ดอกเบี้ยสูง บัตรเครดิต และกองทุนรวม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลตอบแทนหรือสิทธิประโยชน์ทางการเงินโดยตรง ขณะที่ผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อและประกันธุรกิจได้รับความสนใจในสัดส่วนที่น้อยกว่า ทั้งนี้ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee & Lee (2020) และ Mo & Chu (2025) ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ทางการเงินและความคุ้มค่าเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการ

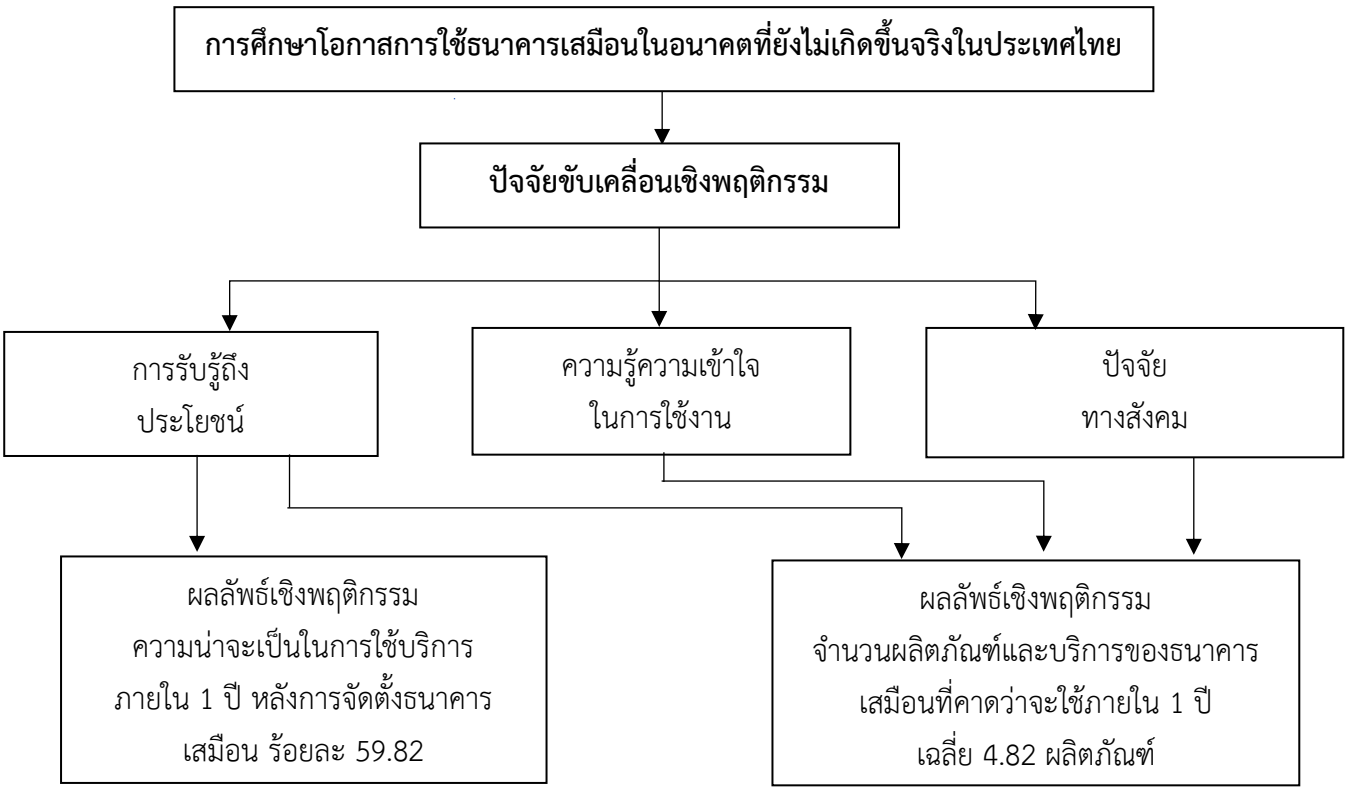
สำหรับผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือน พบว่า ในแบบจำลองที่ 1 ซึ่งพิจารณาความน่าจะเป็นในการใช้บริการธนาคารเสมือนภายใน 1 ปีหลังจากจัดตั้ง การรับรู้ถึงประโยชน์ และความรู้ความเข้าใจในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความน่าจะในการใช้บริการธนาคารเสมือนภายใน 1 ปีหลังจากจัดตั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kaewnin (2024) และ Peslapunt & Netiniyom (2024) ที่ชี้ให้เห็นว่าความสะดวกและประโยชน์ในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเสมือน

ขณะที่แบบจำลองที่ 2 ซึ่งพิจารณาจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้ภายใน 1 ปีหลังจากจัดตั้งพบว่าความรู้ความเข้าใจในการใช้งานมีอิทธิพลต่อจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนให้เห็นว่าผู้ที่มีความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีมากขึ้น มีแนวโน้มเลือกใช้บริการที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Akbari et al. (2025) นอกจากนี้ การรับรู้ถึงประโยชน์ และปัจจัยทางสังคมมีอิทธิพลต่อจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้ภายใน 1 ปีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 แสดงให้เห็นว่าแม้ปัจจัยดังกล่าวอาจไม่ได้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเริ่มใช้บริการธนาคารเสมือน แต่มีบทบาทในการส่งเสริมการขยายการใช้บริการในเชิงปริมาณ ผู้บริโภค

ที่รับรู้ถึงประโยชน์ของบริการ และได้รับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้างมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารเสมือนในจำนวนที่เพิ่มขึ้น จากเดิมที่อาจใช้เพียงบริการพื้นฐานไปสู่การใช้บริการที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mo and Chu (2025) ที่พบว่าอิทธิพลทางสังคมต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือน

## องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือน สามารถจำแนกองค์ความรู้ใหม่ได้ ดังนี้




**ภาพที่ 2** องค์ความรู้ใหม่

จากภาพที่ 2 ความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือนของผู้บริโภคไทยเกิดจากปัจจัยขับเคลื่อนเชิงพฤติกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ ความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน และปัจจัยทางสังคม โดยผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และความรู้ความเข้าใจในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความน่าจะเป็นในการใช้บริการธนาคารเสมือนภายใน 1 ปี หลังการจัดตั้ง ขณะที่การรับรู้ถึงประโยชน์ ความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน และปัจจัยทางสังคม มีอิทธิพลต่อจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารเสมือนที่ผู้บริโภคคาดว่าจะใช้ภายใน 1 ปี สะท้อนให้เห็นว่า โอกาสในการใช้ธนาคารเสมือนในบริบทประเทศไทยไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับระดับความเข้าใจในการใช้งานและอิทธิพลจากสังคมรอบข้าง ซึ่งมีบทบาทต่อการตัดสินใจใช้บริการและการขยายการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัลในอนาคต

## สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัย สามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน อายุเฉลี่ย 34–35 ปี ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 43,736 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยทางสังคม และความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการธนาคารเสมือนอยู่ในระดับมาก

สำหรับความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือน พบว่า ผู้บริโภคมีความน่าจะเป็นในการใช้บริการธนาคารเสมือนภายใน 1 ปีคิดเป็นร้อยละ 59.82 และคาดว่าจะใช้บริการเฉลี่ย 4–5 ผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลตอบแทนทางการเงินโดยตรง เช่น บัญชีออมทรัพย์ดอกเบี้ยสูง บัตรเครดิต และกองทุนรวม มากกว่าผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อและประกัน

ส่วนผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารเสมือน พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และความรู้ความเข้าใจในการใช้งานส่งผลต่อความน่าจะเป็นในการใช้บริการภายใน 1 ปีหลังจากจัดตั้ง ขณะที่การรับรู้ถึงประโยชน์ ความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน และปัจจัยทางสังคมส่งผลต่อจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้ภายใน 1 ปี

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะ

1.1 การรับรู้ประโยชน์มีผลทางบวกต่อความน่าจะเป็นในการใช้บริการธนาคารเสมือนใน 1 ปีหลังจัดตั้ง และจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้ภายใน 1 ปีหลังจัดตั้งธนาคารเสมือน ดังนั้น ในอนาคตหากจะให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการธนาคารเสมือนและจำนวนผลิตภัณฑ์ธนาคารเสมือนจำนวนมากขึ้นธนาคารเสมือนอาจเพิ่มการส่งเสริมในเรื่องของการรับรู้ประโยชน์ ดังนี้

1.1.1 ส่งเสริมการเข้าถึงบริการของกลุ่มเปราะบาง โดยพัฒนาแพลตฟอร์มที่ใช้งานง่าย รองรับผู้สูงอายุ ผู้มีรายได้น้อย และประชาชนในพื้นที่ชนบท ควบคู่กับการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านดิจิทัล เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและเพิ่มโอกาสทางการเงิน

1.1.2 สื่อสารมาตรการด้านความปลอดภัยให้ชัดเจน เช่น การยืนยันตัวตนหลายขั้นตอน การแจ้งเตือนธุรกรรมแบบเรียลไทม์ และการป้องกันภัยไซเบอร์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและลดความกังวลของผู้ใช้

1.1.3 พัฒนาฟีเจอร์สนับสนุนการวางแผนการเงิน เช่น การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่าย การให้คำแนะนำเฉพาะบุคคล และการเชื่อมโยงบัญชีจากหลายแหล่ง รวมถึงการเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มอื่น เพื่อเพิ่มความสะดวกและการใช้งานในชีวิตประจำวัน

1.2 ปัจจัยทางสังคมมีผลทางบวกต่อจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้ภายใน 1 ปีหลังจัดตั้งธนาคารเสมือน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของปัจจัยทางสังคม พบว่าข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำ คือ การให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการใช้กระดาษ จึงควรส่งเสริมและสื่อสารให้ชัดเจน ดังนี้

1.2.1 ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะการให้บริการในรูปแบบดิจิทัลเพื่อลดการใช้ทรัพยากร เช่น กระดาษ และสนับสนุนแนวทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1.2.2 สื่อสารคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้เชิงบวก และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการที่หลากหลายมากขึ้น

1.4 ความรู้ความเข้าใจมีผลทางบวกต่อความน่าจะเป็นในการใช้บริการธนาคารเสมือนใน 1 ปีหลังจัดตั้ง และจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะใช้ภายใน 1 ปีหลังจัดตั้งธนาคารเสมือนหากอนาคตอยากให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการธนาคารเสมือนและจำนวนผลิตภัณฑ์ธนาคารเสมือนจำนวนมากขึ้น ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่ผู้บริโภคตอบผิดหรือมีความเข้าใจคลาดเคลื่อน ดังนี้

1.4.1 สื่อสารขอบเขตบริการ เงื่อนไข และขั้นตอนการใช้งานให้ถูกต้อง ชัดเจน และเข้าใจง่าย เพื่อลดความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ใช้

1.4.2 จัดทำสื่อความรู้ในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย เช่น อินโฟกราฟิก วิดีโอสั้น หรือสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในการใช้งานจริง

**2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป**

หากธนาคารเสมือน (Virtual Bank) มีการเปิดให้บริการจริงในประเทศไทย งานวิจัยในอนาคตอาจขยายขอบเขตการศึกษาไปสู่การประเมินผลลัพธ์หลังการใช้งานของผู้บริโภค โดยครอบคลุมทั้งด้านความพึงพอใจ ประสบการณ์การใช้งาน และคุณภาพการให้บริการ เช่น ความรวดเร็ว ความเสถียร และความปลอดภัยของระบบ ควบคู่กับการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้งาน อาทิ ความซับซ้อนของระบบหรือข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีของผู้ใช้ รวมถึงศึกษาพฤติกรรมการใช้งานในระยะยาวและความภักดีของลูกค้า เพื่อให้เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการเปรียบเทียบกับธนาคารพาณิชย์ดั้งเดิมในด้านประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ รวมทั้งศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากการพัฒนาธนาคารเสมือนเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบายและการปรับปรุงการให้บริการในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการศึกษาครั้งต่อไปอาจเพิ่มตัวแปร เช่น อายุ รายได้ ระดับการศึกษา หรือประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมและความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภค รวมทั้งอาจขยายพื้นที่การศึกษาไปยังภูมิภาคอื่นของประเทศไทยเพื่อเปรียบเทียบการยอมรับและการใช้บริการธนาคารเสมือนในแต่ละพื้นที่ได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

**เอกสารอ้างอิง**

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). *ถอดรหัส VIRTUAL BANK ข้อมูลที่ผู้ให้และผู้ใช้บริการควรรู้*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/Phrasiam-66-1/the-knowledge-66-1-2.html.

_____. (2568). *ประกาศรายชื่อผู้ผ่านการคัดเลือกที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังอนุมัติจัดตั้งธนาคารเสมือน*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/th/news-and-media/news/news-20250619.html.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2568). *รายงานผลการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2568 ไตรมาสที่ 1*. สืบค้นจาก https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/survey_detail/jJ.

สำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครอง. (2568). *สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร (รายเดือน)*. สืบค้นจาก https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage.

Akbari, M., Mahmoudzadeh Vashan, M., & Hakimpour, H. (2025). The identification of factors influencing the adoption of virtual banking and its consequences. *International journal of nonlinear analysis and applications, 16*(9), 57-71.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th ed.). New York: Pearson Education.

Kaewnin, T. (2024). Factors affecting consumers' adoption of virtual banks in Thailand. *ABAC Journal, 44*(4), 500–516.

Lee, S., & Lee, J. (2020). Why people adopt the virtual bank?-an empirical study on motivational factors. *Journal of Digital Convergence, 18*(12), 205-216.

Mo, W. Y., & Chu, P. K. H. (2025). Virtual Bank Usage Intention in Hong Kong: Exploring System Quality, UI Design, Security, Service Quality, Utilitarian Expectations, Word-of-Mouth, Brand Image and Rewards. *European Journal of Business and Management Research, 10*(2), 16-27.

Papagiannidis, S. (2022). *TheoryHub Book: A Theory Resource for Students and Researchers Alike*. Retrieved from https://cyberpsy.us/wp-content/uploads/2025/12/TheoryHubBook.pdf.

Peslapunt, T., & Netiniyom, P. (2024). The New Virtual Bank and Its Advantages on Thai Financial. *Procedia of Multidisciplinary Research, 2*(7), 48-56.

RTinsights. (2024). *Transforming the Financial Sector: The Impact of Automation in Banking*. Retrieved from https://www.rtinsights.com/transforming-the-financial-sector-the-impact-of-automation-in-bankingcom/.

Sumetkotchkorn, S., & Pongpittaya, A. (2024). Acceptance and Decision to Use Virtual Bank by Users in Bangkok. *International Journal of Innovative Science and Research Technology, 9*(5), 1931–1938.

Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis*. (2nd ed.). New York: Harper & Row.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

**Research Article**

# Determinants of Climate-Smart Agricultural Practice Adoption by Thai Rice Farmers in Suphan Buri Province

**Janejira Ongvisespaiboon[1*] Thanaporn Athipanyakul[2] and Chakrit Potchanasin[2]**

[1] *Master's Student in Applied Economics for Agriculture and Environment, Department of Agricultural and Resource Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Department of Agricultural and Resource Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: Janejira.ongv@gmail.com*

## ABSTRACT

Climate-smart agriculture is one of the practices promoted by the Rice Department and related agencies for rice farmers to reduce greenhouse gas emissions. This study aims to analyze the factors influencing the adoption of climate-smart agricultural practices among rice farmers in Suphan Buri Province, which is one of the key rice-producing areas in the country. A purposive sample of 181 individuals was selected, and data was collected through structured questionnaires via face-to-face interviews from December 2023 to February 2024. A logistic model was used to analyze the factors influencing the adoption of climate-smart agricultural practices. The study found that contract farming, farmers' entrepreneurial skills, and spatial differences at the sub-district level significantly influenced the adoption of climate-smart agriculture at the 0.01 level. Membership in large-scale farmer groups, management skills, and farm size significantly influenced technology adoption at the 0.05 level. The distance from the farm to the nearest mill significantly influenced technology adoption at the 0.1 level. Therefore, to increase the adoption of climate-smart agricultural practices among rice farmers in Suphan Buri Province, efforts should focus on developing market mechanisms using contract farming tools, enhancing farmers' entrepreneurial and management skills, and promoting these practices among medium and large-scale farmers or farmer groups. Additionally, spatial differences should be considered to enhance the long-term sustainability of agricultural adaptation.

**Keywords:** Climate-Smart Agriculture (CSA), Adoption of practices, Suphan Buri

Received: 16 March 2026;
Revised: 14 June 2026;
Accepted: 15 June 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

# ปัจจัยที่กำหนดการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศของเกษตรกรไทยผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

**เจนจิรา องค์วิเศษไพบูลย์[1*] ธนาภรณ์ อธิปัญญากุล[2] และ จักรกฤษณ์ พจนศิลป์[2]**

[1] *นิสิตมหาบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์สำหรับเกษตรและสิ่งแวดล้อม ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

[2] *ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

[*] *Corresponding author. E-mail: Janejira.ongv@gmail.com*

**บทคัดย่อ**

เกษตรเท่าทันภูมิอากาศเป็นหนึ่งแนวปฏิบัติที่กรมการข้าวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งเสริมให้เกษตรกรผู้เพาะปลูกข้าวนำไปใช้เพื่อลดปัญหาการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันสภาพภูมิอากาศของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นหนึ่งในพื้นที่สำคัญด้านการผลิตข้าวของประเทศ โดยเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 181 ราย และเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามเชิงโครงสร้างด้วยการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าระหว่างเดือนธันวาคม 2566 ถึงกุมภาพันธ์ 2567 ใช้แบบจำลองโลจิตในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันสภาพภูมิอากาศ ผลการศึกษา พบว่า การทำเกษตรพันธสัญญา ทักษะของเกษตรกรด้านการเป็นผู้ประกอบการ และความแตกต่างเชิงพื้นที่ในระดับตำบล ส่งผลต่อการยอมรับเกษตรเท่าทันสภาพภูมิอากาศที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 สำหรับการเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ทักษะการจัดการ และขนาดพื้นที่เพาะปลูก ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านระยะทางจากแปลงไปยังโรงสีที่ใกล้ที่สุดส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ระดับนัยสำคัญ 0.1 ดังนั้น หากต้องการเพิ่มระดับการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันสภาพภูมิอากาศของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรีควรมุ่งพัฒนากลไกตลาดโดยใช้เครื่องมือด้านเกษตรพันธสัญญาในการขับเคลื่อน รวมถึงการเพิ่มทักษะของเกษตรกรด้านการเป็นผู้ประกอบการ และด้านการจัดการ เน้นส่งเสริมในเกษตรกรขนาดกลางและขนาดใหญ่หรือกลุ่มเกษตรกร นอกจากนี้ควรคำนึงถึงความแตกต่างเชิงพื้นที่เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการปรับตัวของภาคเกษตรอย่างยั่งยืนในระยะยาว

**คำสำคัญ:** เกษตรเท่าทันภูมิอากาศ, การยอมรับแนวปฏิบัติ, สุพรรณบุรี

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

## บทนำ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นประเด็นสำคัญระดับโลก การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมมนุษย์เป็นสาเหตุหลัก สำหรับประเทศไทยมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 422.39 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หากแบ่งตามภาคการปล่อยก๊าซ พบว่า ภาคพลังงานคิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาคือ ภาคอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 16.8 ภาคการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 14 และภาคของเสียคิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ (สุมิตรา ตั้งสมวรพงษ์, 2568) แม้ภาคพลังงานจะเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกหลักของประเทศ แต่ภาคเกษตรยังคงมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะในนาข้าวที่เป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคการเกษตรถึงร้อยละ 51.28 (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2565) ซึ่งเกิดจากการขังน้ำในนาข้าวและไนตรัสออกไซด์จากการใส่ปุ๋ยเกินความจำเป็น อีกทั้งการเผาตอซังและฟางข้าวยังเป็นแหล่งกำเนิด PM 2.5 มากที่สุดอีกด้วย (วิษณุ อรรถวานิช, 2566) ส่งผลต่อภาคการผลิตข้าวภายใต้ความแปรปรวนของภูมิอากาศ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์, 2568) หลายประเทศจึงส่งเสริมเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ (Climate-smart agriculture: CSA) เพื่อลดการปล่อยก๊าซ

เพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพการผลิต Agbenyo et al. (2022) สำหรับประเทศไทยได้ดำเนินการส่งเสริมแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ เช่น การทำนาแบบเปียกสลับแห้ง การปรับระดับพื้นที่ด้วยเลเซอร์ การจัดการปุ๋ยและการจัดตอซังและการฟางข้าว ภายใต้โครงการ Thai Rice NAMA (2561–2566) (ทวีศักดิ์ ใจคำสืบ และ โยษิตา อินทจักร์, 2568) แม้บางแนวปฏิบัติ เช่น การทำนาแบบเปียกสลับแห้งจะมีประสิทธิภาพเชิงเทคนิคสูงขึ้น (เบญจมาศ แจ้งใจดี, 2564) แต่ระดับการยอมรับของเกษตรกรยังต่ำ จากการศึกษาของ ธนาภรณ์ อธิปัญญากุล และคณะ (2564) และอุรัสยา แก้วคำ (2565) พบว่า การที่ระดับการยอมรับเทคโนโลยีเหล่านั้นอยู่ในระดับต่ำ ขึ้นกับหลายปัจจัย อาทิ ข้อจำกัดด้านต้นทุน ความซับซ้อน การเข้าถึงบริการ และ การส่งเสริมที่ไม่ต่อเนื่อง โดยการศึกษาผ่านตัวแปรการยอมรับในรูปแบบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกร

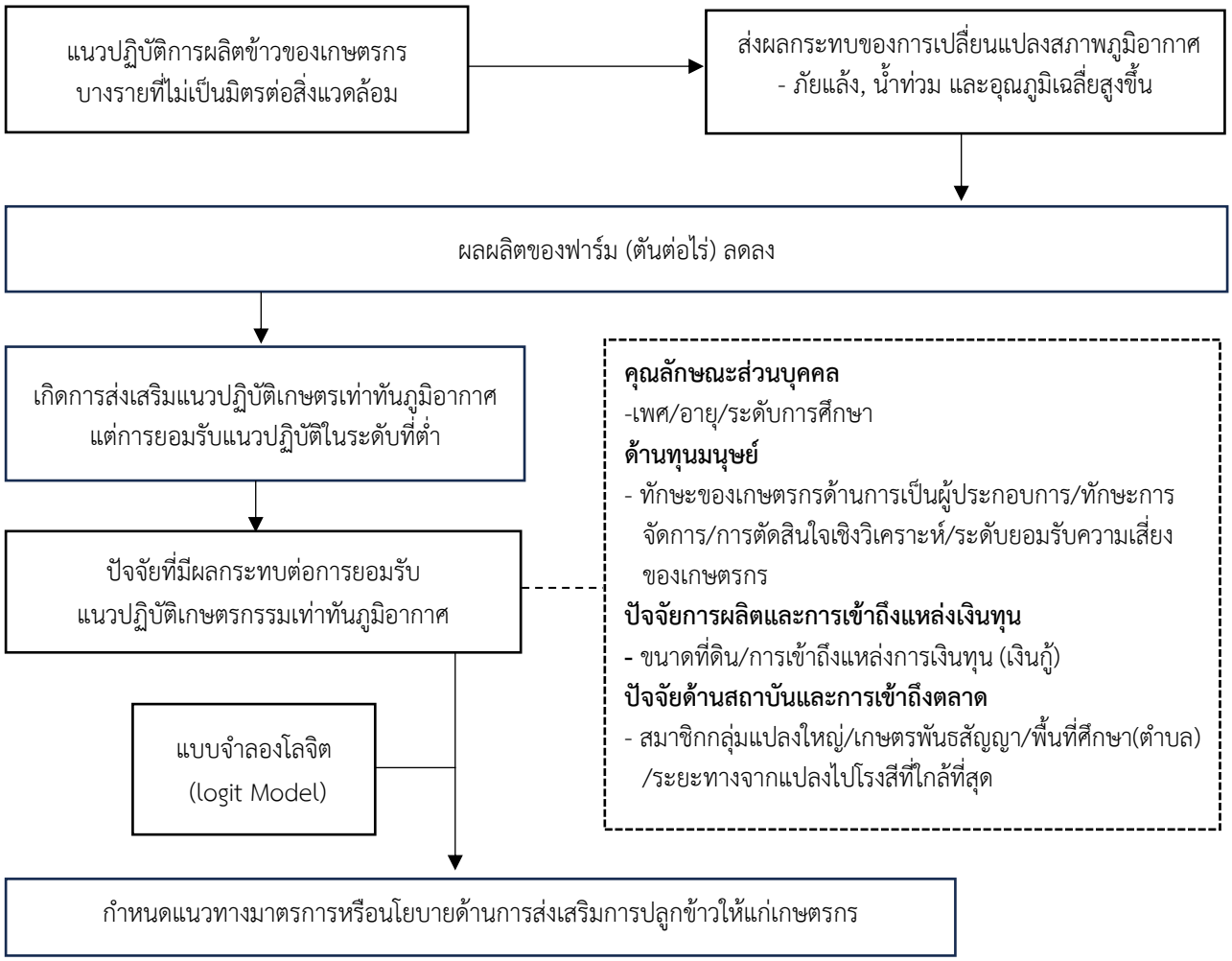
อย่างไรก็ตามงานศึกษาที่ผ่านมายังขาดการศึกษาปัจจัยด้านการตลาด และทุนทางมนุษย์ด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการของเกษตรกร ตลอดจนในการกำหนดนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีไม่ได้เน้นที่ระดับความสำคัญของเทคโนโลยี การวิจัยนี้มุ่งเน้นวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ โดยพัฒนาการวิจัยจากงานของ ธนาภรณ์ อธิปัญญากุล และคณะ (2564) โดยการเก็บข้อมูลในพื้นที่เดียวกัน คือ พื้นที่ที่มีการส่งเสริมแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศและการทำการเกษตรแบบสมาร์ท (Smart farming) ในจังหวัดสุพรรณบุรี และพัฒนาคำจำกัดความของการยอมรับเทคโนโลยีที่ต่างออกไป กล่าวคือ งานวิจัยดังกล่าววัดระดับการยอมรับเป็นคะแนนสะสมจากเทคโนโลยี 39 ชนิด แล้วแบ่งเกษตรกรออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ยอมรับน้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด แต่จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า แนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันสภาพภูมิอากาศมี 4 แนวปฏิบัติหลักด้วยกัน ประกอบด้วย การปรับระดับพื้นที่นาด้วยเลเซอร์ การทำนาแบบเปียกสลับแห้ง การจัดการธาตุอาหารพืชและการใช้ปุ๋ย และ การจัดการตอซังและฟางข้าวโดยการไถกลบ ซึ่งแต่ละแนวปฏิบัติมีความสำคัญแตกต่างกัน จากการทบทวนวรรณกรรม และเอกสารรายงานของ สถาบันวิจัย เศรษฐกิจป๋วย อึ้งภากร (2564) พบว่า แนวปฏิบัติเหล่านี้ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและ PM2.5 ได้มากในบริบทของการจัดการ นอกจากนี้แนวปฏิบัติดังกล่าวยังเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดิน ลดต้นทุนปุ๋ยในระยะยาว และเพิ่มเสถียรภาพผลผลิตภายใต้ความผันผวนของสภาพภูมิอากาศ (กัมพล ปั้นตะกั่ว, 2568) การวิจัยครั้งนี้จึงนิยาม "การยอมรับแนวปฏิบัติ (Adoption)" คือ เกษตรกรต้องยอมรับอย่างน้อย 2 แนวปฏิบัติจาก 4 แนวปฏิบัติข้างต้นโดยหนึ่งในนั้นต้องเป็นการไถและฝังกลบตอซังข้าว เนื่องจากการเผา ตอซังข้าวเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกและฝุ่น PM2.5 ที่สำคัญในกระบวนการผลิตข้าว และเป็นพฤติกรรมที่เกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงปฏิบัติอยู่แม้จะตระหนักถึงผลเสีย (Attavanich et al., 2026) ประกอบกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้กำหนดให้การเผาในแปลงเป็นเงื่อนไขตัดสิทธิ์การรับความช่วยเหลือจากรัฐทุกโครงการ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2568) การไถและฝังกลบตอซังจึงเป็นแนวปฏิบัติพื้นฐานที่มีนัยสำคัญทั้งเชิงสิ่งแวดล้อมและเชิงนโยบายโดยตรง ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นข้อเสนอแนะให้กับการกำหนดแนวทางการส่งเสริมการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศทั้งในนาข้าวและพืชอื่น ๆ ซึ่งหากเกษตรกรมีการยอมรับแนวปฏิบัติอย่างแพร่หลาย จะสามารถลดผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดจากแนวปฏิบัติของเกษตรกรได้ในระยะยาว

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแนวปฏิบัติเกษตรเท่าทันภูมิอากาศของเกษตรกรผู้ผลิตข้าวจังหวัดสุพรรณบุรี

## การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวปฏิบัติของการผลิตข้าวของเกษตรกรบางรายที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลกระทบก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เนื่องจาก การขังน้ำในนาข้าวตลอดเวลาทำให้เกิดก๊าซมีเทนจากการย่อยสลายสารอินทรีย์ในนาข้าว และการใช้ปุ๋ยเคมีที่มากเกินความจำเป็นทำให้เกิดก๊าซไนตรัสออกไซด์ รวมทั้งการเผาตอซังและฟางข้าวหลังการเก็บเกี่ยว ทำให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ส่งผลให้ก๊าซเรือนกระจกเพิ่มขึ้น (ข่าวสด, 2566) จึงมีการส่งเสริมแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ (CSA) เช่น การทำนาแบบเปียกสลับแห้ง การปรับระดับพื้นที่ด้วยเลเซอร์ การใส่ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน และการจัดการฟางและตอซัง (ทวีศักดิ์ ใจคำสืบ และ โยษิตา อินทจักร์, 2568) แม้เทคโนโลยีดังกล่าวมีประสิทธิภาพเชิงเทคนิค (เบญจมาศ แจ้งใจดี, 2564) แต่เกษตรกรกลับมีระดับการยอมรับต่ำ (ธนาภรณ์ อธิปัญญากุล และคณะ, 2564) งานศึกษาในอดีต Fiawoo et al. (2024), Liang et al. (2021), Agbenyo et al. (2022), Ogada et al. (2020), Asante et al. (2024) และ เบญจมาศ แจ้งใจดี (2564) มักอธิบายการยอมรับผ่านปัจจัยเศรษฐสังคมและทรัพยากรการผลิต เช่น อายุ การศึกษา ขนาดพื้นที่ แรงงาน เงินทุน และการเข้าถึงบริการส่งเสริม ซึ่งสะท้อนข้อจำกัดด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีได้ดี แต่ยังไม่สามารถอธิบายความแตกต่างของการตัดสินใจในกลุ่มเกษตรกรที่มีทรัพยากรใกล้เคียงกัน ดังนั้นการศึกษานี้จึงตั้งคำถามว่าความแตกต่างในการยอมรับเกิดจากข้อจำกัดด้านทรัพยากร หรือเกิดจากความสามารถในการตัดสินใจของเกษตรกร โดยกำหนดการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ (CSA) เป็นตัวแปรตาม ใช้ทักษะผู้ประกอบการเป็นตัวแปรอธิบายหลัก และควบคุมด้วยปัจจัยพื้นฐานโดยผ่านการใช้แบบจำลองโลจิตในการวิเคราะห์ถึงปัจจัยในการยอมรับแนวปฏิบัติเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ เพื่ออธิบายพฤติกรรมการยอมรับอย่างครอบคลุมและนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายที่มุ่งพัฒนาศักยภาพเกษตรกรมากกว่าการสนับสนุนปัจจัยการผลิตเพียงอย่างเดียว




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ประกอบกัน โดยมีวิธีการเก็บรวมรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

**1. ข้อมูลสำหรับการวิจัย**

1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source Data) ประกอบด้วยข้อมูลด้านสถานการณ์การผลิตข้าว พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตระดับจังหวัดจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และเอกสารแนวทางปฏิบัติทางการเกษตรและการจัดการตอซังและฟางข้าวจากกรมการข้าว รวมถึงงานวิจัยและบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีและทุนมนุษย์ เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยและใช้ประกอบการอภิปรายผลการศึกษา

1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source Data) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวในพื้นที่ศึกษาจังหวัดสุพรรณบุรีในฤดูกาลผลิต 2566/67 โดยเลือกพื้นที่ศึกษาของโครงการ "กลไกการขับเคลื่อนการเกษตรในภาคกลางสู่เกษตรสมัยใหม่ของประเทศไทย" โดยกลุ่มตัวอย่างอ้างอิงจากฐานข้อมูลของโครงการวิจัยดังกล่าว จากรายชื่อเกษตรกรทั้งสิ้น 245 ราย ซึ่งมีการเก็บข้อมูลทั้งหมด 3 ตำบลที่มีบริบทแตกต่างกัน ได้แก่ ตำบลสวนแตง อำเภอเมือง ซึ่งมีการรวมกลุ่มแปลงใหญ่ที่เข้มแข็ง และตำบลเดิมบาง ตำบลหัวเขา อำเภอเดิมบางนางบวช ซึ่งมีบริบทการรวมกลุ่มและโครงสร้างพื้นฐานที่แตกต่างออกไป โดยโครงการวิจัยดังกล่าวเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง การวิจัยนี้จึงเลือกใช้รายชื่อเกษตรกรจำนวน 245 ราย เป็นกรอบตัวอย่างและเลือกเก็บทุกราย แต่ในสถานการณ์จริงสามารถเก็บข้อมูลได้เพียง 181 ราย เนื่องจากการขาดหายเกิดจากการย้ายถิ่นฐาน เสียชีวิต หรือเลิกประกอบอาชีพเกษตรกรรม กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริม 108 ราย และไม่ได้รับการส่งเสริม 73 ราย

**2. เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล**

การวิจัยครั้งนี้รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง (Structured questionnaire) และใช้การสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-face Interview) แบ่งคำถามออกเป็น 9 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรและครัวเรือน ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ และการแก้ปัญหา ส่วนที่ 3 ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มและเครือข่ายเกษตรกรส่วนที่ 4 การรับรู้ ทัศนคติและการตัดสินใจเกี่ยวกับเทคโนโลยี ส่วนที่ 5 ทัศนคติหรือระดับการยอมรับความเสี่ยงวัดโดยใช้ระดับค่าคะแนน 0-10 ส่วนที่ 6 การถือครองที่ดินและการใช้ประโยชน์ที่ดิน ส่วนที่ 7 ผลผลิตและรายได้จากพืชและสัตว์ ส่วนที่ 8 สินทรัพย์และหนี้สินของครัวเรือน ส่วนที่ 9 ทักษะการเป็นผู้ประกอบการของเกษตรกร

**3. การวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยนี้ใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้แบบจำลองถดถอยโลจิต (Logit Model) ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแนวปฏิบัติของเกษตรกร โดยมีพื้นฐานจากแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีความพึงพอใจอย่างสุ่ม (Random Utility Theory) ซึ่งอธิบายการตัดสินใจจะเลือกทางเลือกที่คาดว่าจะได้รับความพึงพอใจสูงสุด (Maximized Expected Utility) ภายใต้ข้อจำกัดที่ตนเองเผชิญ โดยอรรถประโยชน์เชิงสุ่มของ บุคคลที่ n ($U_{rn}$) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่เห็นได้ชัดเจน (Deterministic Element or Systematic Component) ที่แสดงถึงอรรถประโยชน์ทางอ้อมของ $V_{rn}$) และสjวนที่ไมjสามารถอธิบายได้ คือ ส่วนของค่าความคลาดเคลื่อน (Stochastic Element or Random Component: $e_{rn}$) สามารถกำหนดสมการได้ดังนี้ (ธนาภรณ์ อธิปัญญากุล และคณะ, 2564)

$$U_{run} = V_{run} + e_{run} \quad (1)$$

โดยที่ $U_{run}$ คือ ระดับอรรถประโยชน์ทางอ้อมที่ได้รับจากทางเลือกที่ ru ของผู้บริโภคคนที่ n

$V_{run}$ คือ อรรถประโยชน์ทางอ้อมในส่วนที่กำหนดได้ชัดเจนจากทางเลือกที่ ru ของผู้บริโภคคนที่ n

$e_{run}$ คือ อรรถประโยชน์ทางอ้อมในส่วนที่อยู่ในรูปค่าคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นอย่างสุ่มจากทางเลือก ที่ ru ของผู้บริโภค คนที่ n

สมมติในการตัดสินใจของเกษตรกรมี *2* ทางเลือก คือ ยอมรับ และไม่ยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ กำหนดให้อรรถประโยชน์ของเกษตรกรที่ยอมรับ ($U_{\text{adopt}}$ ) และไม่ยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ ($U_{non\text{adopt}}$) ดังสมการต่อไปนี้

$$U_{\text{adopt}} = V_{\text{adopt}} + \varepsilon_{\text{adopt}} \quad (2)$$

$$U_{non\text{adopt}} = V_{non\text{adopt}} + \varepsilon_{non\text{adopt}} \quad (3)$$

ดังนั้น ค่าความน่าจะเป็นที่บุคคลจะตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง สมมติความน่าจะเป็นของการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ โดยเกษตรกรเผชิญ 2 ทางเลือก คือ สมมติตัวแปรทางเลือกของแนวปฏิบัติทางการเกษตร คือ *T* โดยกำหนด แนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ (T = 1) และแนวปฏิบัติทางการเกษตรแบบดั้งเดิม (T = 0) เพราะฉะนั้น ความน่าจะเป็นที่เกษตรกรจะยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ ก็ต่อเมื่ออรรถประโยชน์ที่เกษตรกรคาดหวังว่าจะได้จาก แนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศสูงกว่าแนวปฏิบัติทางการเกษตรแบบดั้งเดิม ($U_{T=1} - U_{T=0} > 0$) ดังสมการที่ 4

$$\begin{aligned} \text{Prob}(T = 1 \mid X) &= \text{Prob}(U_{T=1} > U_{T=0}) \\ &= \text{Prob}(U_{T=1} - U_{T=0} > 0) \end{aligned} \quad (4)$$

$$U_1 - U_{T=1} = (V_1 - V_{T=0}) + (e_1 - e_{T=0})$$

$$\Delta U = \Delta V + e$$

แทน $\Delta U$ ด้วย T* ดังนั้น โดย T =1 ถ้า T* > 0 และ T = 0 ถ้า T*≤ 0 โดยการตัดสินใจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายชนิดที่ถูกกำหนดโดย X และผลของการตัดสินใจของแต่ละปัจจัยที่กำหนดค่าความน่าจะเป็นของการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศกำหนดโดยเวคเตอร์ของพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่า ($\beta$)

$$T^* = X_n\beta + e_n \quad (5)$$

จากโครงสร้างสมการที่ *(5)* ถ้าสมมติว่า $e_n$ มีการแจกแจงตามการแจกแจงโลจิต จะได้ความน่าจะเป็นที่เกษตรกรคนที่ n จะเลือกทางเลือก “ยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ” ในรูป *(ประพิณวดี ศิริศุภลักษณ์, 2561)*

$$P_n = P(T = 1 \mid X_n) = \frac{1}{1 + e^{-(X_n\beta)}} \quad (6)$$

หรือสามารถเขียนในรูปแบบลอการิทึมของอัตราส่วนความน่าจะเป็น (log-odds) ได้ดังนี้

$$\ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \cdots + \beta_k X_{ki} \quad (7)$$

โดย $X_n$ คือเวกเตอร์ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น อายุ ระดับการศึกษา ขนาดแปลง ระดับการเข้าถึงข้อมูล และการมีส่วนร่วมในกลุ่มเกษตร ซึ่งสัมประสิทธิ์ $\beta$ จะเป็นตัววัดทิศทางและขนาดผลของแต่ละปัจจัยต่อความน่าจะเป็นของการยอมรับแนวปฏิบัติดังกล่าว

ดังนั้น แบบจำลองโลจิตจึงเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี กำหนดตัวแปรการยอมรับแนวปฏิบัติเป็นตัวแปรหุ่น โดย คือ ยอมรับแนวปฏิบัติอย่างน้อย 2 แนวปฏิบัติโดยหนึ่งในแนวปฏิบัตินั้นคือการจัดการตอซังและฟางข้าว สามารถอธิบายตัวแปรได้ดังตารางที่ 1 ดังนี้

**ตารางที่ 1** ตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแนวปฏิบัติเท่าทันภูมิอากาศ

| ตัวแปร | คำจำกัดความ | หน่วยวัด | สมมติฐาน |
|---|---|---|---|
| $Y_i$ | การยอมรับแนวปฏิบัติ i โดย i แทนด้วยตัวแปรหุ่น (Dummy variable) | กำหนดให้ 0 = แนวปฏิบัติทางการเกษตรแบบดั้งเดิม 1 = แนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ อย่างน้อย 2 แนวปฏิบัติโดยหนึ่งในแนวปฏิบัตินั้นคือ การจัดการตอซังและฟางข้าว | |
| **คุณลักษณะส่วนบุคคล (Socio-demographic factors)** | | | |
| Gender (G) | เพศของเกษตรกร แทนด้วยตัวแปรหุ่น (Dummy variable) | กำหนดให้ 0 = เพศชาย 1 = เพศหญิง | +/- |
| Age (A) | อายุของเกษตรกร | ปี | +/- |
| Education (E) | ระดับการศึกษาของเกษตรกร | ปี | + |
| **ทุนทางมนุษย์ (Human capital)** | | | |
| Entrepreneur Skill (ES) | ทักษะผู้ประกอบการ | คะแนน | + |
| Managerial Skills (M) | ทักษะการจัดการ | คะแนน | + |
| Decision Analysis (DA) | การตัดสินใจเชิงวิเคราะห์ | คะแนน | + |
| Risk Acceptance (R) | ระดับการยอมรับความเสี่ยงของเกษตรกร | คะแนน | - |
| **ปัจจัยการผลิตและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Production Factors and Credit Access)** | | | |
| Credit Access (CA) | การเข้าถึงแหล่งเงินทุน แทนด้วยตัวแปรหุ่น (Dummy variable) | กำหนดให้ 0 = ไม่เข้าถึงแหล่งเงินทุน 1 = เข้าถึงแหล่งเงินทุน | + |
| Land Size (LS) | ขนาดพื้นดินของเกษตรกร | ไร่ | +/- |
| **ปัจจัยด้านสถาบันและการเข้าถึงตลาด (Institutional Factors and Market Access)** | | | |
| Collaborative Farm Member (CFM) | สมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่ แทนด้วยตัวแปรหุ่น (Dummy variable) | กำหนดให้ 0 = ไม่เป็นสมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่ 1 = เป็นสมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่ | + |
| Contact farming (C) | เกษตรพันธสัญญา แทนด้วยตัวแปรหุ่น (Dummy variable) | กำหนดให้ 0 = ไม่มีเกษตรพันธสัญญา 1 = มีเกษตรพันธสัญญา | + |
| Distance (D) | ระยะทางจากแปลงไปโรงสีที่ใกล้ที่สุด | กิโลเมตร | + |
| Tambon (T) | พื้นที่ศึกษา (ตำบล) แทนด้วยตัวแปรหุ่น (Dummy variable) | กำหนดให้ 1 = ตำบล สวนแตง 2 = ตำบล หัวเขา 3 = ตำบล เดิมบาง | + |

ที่มา: คณะผู้จัดทำ (2568)

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

**1. ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ**

จากผลการวิเคราะห์ในครั้งนี้ พบว่าเกษตรกรในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 73 ราย (ร้อยละ 40.3) มีการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ (Adopters) และจำนวน 108 ราย (ร้อยละ 59.7) ไม่มีการยอมรับแนวปฏิบัติดังกล่าว (Non-adopters) ขณะที่เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 54.1 และมีอายุเฉลี่ย 59.57 ปี โดยมีระดับการศึกษาเฉลี่ย 6.58 ปี ในด้านคุณลักษณะด้านพฤติกรรม เกษตรกรมีระดับการยอมรับความเสี่ยงเฉลี่ย 5.58 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน และมีคะแนนทักษะผู้ประกอบการเฉลี่ย 6.14 จากคะแนนเต็ม 7 คะแนน ส่วนทักษะการจัดการและทักษะการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ย 4.06 และ 3.58 ตามลำดับ สำหรับปัจจัยด้านทรัพยากรพบว่าเกษตรกรร้อยละ 67.4 สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน มีขนาดพื้นที่ถือครองที่ดินเฉลี่ย 27 ไร่ และมีระยะทางเฉลี่ยจากแปลงเกษตรไปยังโรงสีที่ใกล้ที่สุดประมาณ 7.35 กิโลเมตร นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างกระจายอยู่ในตำบลสวนแตงร้อยละ 26.5 ตำบลหัวเขาร้อยละ 47.5 และตำบลเดิมบางร้อยละ 25.9 ขณะที่เกษตรกรร้อยละ 30.4 เป็นสมาชิกเกษตรแปลงใหญ่ และร้อยละ 18.8 มีการทำเกษตรพันธสัญญา ดังแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ

| ตัวแปร (Variables) | ค่าเฉลี่ย (Mean) | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Dev.) | ค่าต่ำสุด (Min) | ค่าสูงสุด (Max) |
|---|---|---|---|---|
| Adoption (การยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ) | 0.403 | 0.492 | 0 | 1 |
| Gender (เพศ) | 0.541 | 0.50 | 0 | 1 |
| Age (อายุ) | 59.569 | 10.994 | 29 | 86 |
| Education (ระดับการศึกษา) | 6.575 | 3.598 | 4 | 18 |
| Risk Acceptance (ระดับการยอมรับความเสี่ยงของเกษตรกร) | 5.575 | 3.301 | 0 | 10 |
| Entrepreneur Skill (ทักษะของเกษตรกรด้านการเป็นผู้ประกอบการ) | 6.137 | 1.122 | 1 | 7 |
| Managerial Skills (ทักษะการจัดการ) | 4.062 | 0.562 | 1.88 | 5 |
| Decision Analysis (ทักษะการตัดสินใจ) | 3.577 | 0.572 | 2.1 | 5 |
| Credit Access (การเข้าถึงแหล่งเงินทุน) | 0.674 | 0.470 | 0 | 1 |
| Land Size (ขนาดที่ดิน) | 27 | 19.363 | 1 | 104 |
| Tambon 1 (พื้นที่ศึกษา: ตำบล สวนแตง) | 0.265 | 0.443 | 0 | 1 |
| Tambon 2 (พื้นที่ศึกษา: ตำบล หัวเขา) | 0.475 | 0.501 | 0 | 1 |
| Tambon 3 (พื้นที่ศึกษา: ตำบล เดิมบาง) | 0.259 | 0.440 | 0 | 1 |
| Collaborative Farm Member (การเป็นสมาชิกเกษตรแปลงใหญ่) | 0.304 | 0.461 | 0 | 1 |
| Contact farming (เกษตรพันธสัญญา) | 0.188 | 0.392 | 0 | 1 |
| Distance (ระยะทางจากแปลงจากโรงสีที่ใกล้ที่สุด) | 7.347 | 5.578 | 0 | 47 |

ที่มา: จากการคำนวณของผู้วิจัย (2568)

**2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ**

ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิต (Logit Model) พบว่า แบบจำลองมีความเหมาะสมทางสถิติ โดยมีค่า Wald chi-square เท่ากับ 42.69 และมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 (p-value = 0.0001) แสดงว่าตัวแปรอิสระโดยรวมสามารถอธิบายความน่าจะเป็นในการยอมรับแนวปฏิบัติเกษตรเท่าทันภูมิอากาศได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยค่า Log pseudolikelihood ของแบบจำลองว่าง (Null model) เท่ากับ −121.99 และแบบจำลองเต็ม (Full model) เท่ากับ −84.75 ได้ค่า LR Chi-square เท่ากับ 74.48 (df = 14) มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 แสดงว่าแบบจำลองเต็ม (Full model) มีความเหมาะสมในการอธิบายข้อมูลดีกว่าแบบจำลองว่าง (Null model) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาผลการประมาณค่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ พบว่า ปัจจัยที่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ได้แก่ เกษตรพันธสัญญา ทักษะผู้ประกอบการ และพื้นที่ศึกษา (ตำบลหัวเขาและตำบลเดิมบาง) โดยเกษตรพันธสัญญามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับ หากเกษตรกรมีการทำเกษตรพันธสัญญากับทางผู้ซื้อ จะเพิ่มโอกาสในการยอมรับแนวปฏิบัติทางการเกษตรเท่าทันภูมิอากาศร้อยละ 49.1 ขณะที่ทักษะของเกษตรกรด้านการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มโอกาสในการยอมรับร้อยละ 12.7 ส่วนเกษตรกรที่ปลูกข้าวในตำบล หัวเขาและตำบล เดิมบางมีผลเชิงลบ จะลดโอกาสในการยอมรับร้อยละ 4.4 และ 37.6 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับตำบลสวนแตงซึ่งเป็นพื้นที่ฐาน ตัวแปรที่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การเป็นสมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่ ทักษะการจัดการ และขนาดพื้นที่ โดยหากเกษตรกรเป็นสมาชิกเกษตรแปลงใหญ่ จะเพิ่มโอกาสในการยอมรับร้อยละ 22.8 ทักษะการจัดการเพิ่มโอกาสในการยอมรับเทคโนโลยีร้อยละ 24.3 และขนาดพื้นที่เพิ่มร้อยละ 0.6 ต่อการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย ขณะที่ระยะทางไปโรงสีที่ใกล้ที่สุดมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.10 และมีผลเชิงลบ โดยลดความน่าจะเป็นร้อยละ 1.8 ต่อการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย ในทางตรงกันข้าม ตัวแปรด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การเข้าถึงสินเชื่อ การยอมรับความเสี่ยง และเครือข่ายการตัดสินใจ ไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านศักยภาพเชิงผู้ประกอบการ ความสามารถในการจัดการ และบริบทเชิงพื้นที่ เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการยอมรับแนวปฏิบัติเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ ดังแสดงในตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิต (Logit Model)

| Variables | Coefficients | Standard Error | Marginal effects |
|---|---|---|---|
| Gender | -0.457 | 0.259 | -0.104 |
| Education | 0.090 | 0.068 | 0.021 |
| Age | 0.001 | 0.020 | 0.0001 |
| Collaborative Farm Member | 0.998** | 0.437 | 0.228** |
| Contact Farming | 2.151*** | 0.576 | 0.491*** |
| Land Size | 0.028** | 0.011 | 0.006** |
| Credit Access | 0.679 | 0.429 | 0.155 |
| Distance | -0.081* | 0.043 | -0.018* |
| Entrepreneur Skill | 0.557*** | 0.212 | 0.127*** |
| Risk Acceptance | -0.039 | 0.064 | -0.009 |
| Managerial Skills | 1.065** | 0.488 | 0.243** |
| Decision Analysis | -0.600 | 0.493 | -0.137 |
| Tambon 2 (พื้นที่ศึกษา: ตำบล หัวเขา) | -1.916*** | 0.505 | -0.0440*** |
| Tambon 3 (พื้นที่ศึกษา: ตำบล เดิมบาง) | -1.586*** | 0.592 | -0.376*** |
| Constant | -6.375*** | 2.344 | - |

ที่มา: จากการคำนวณของผู้วิจัย (2568)

หมายเหตุ: ***, ** และ * หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.01, 0.05, และ 0.1 ตามลำดับ

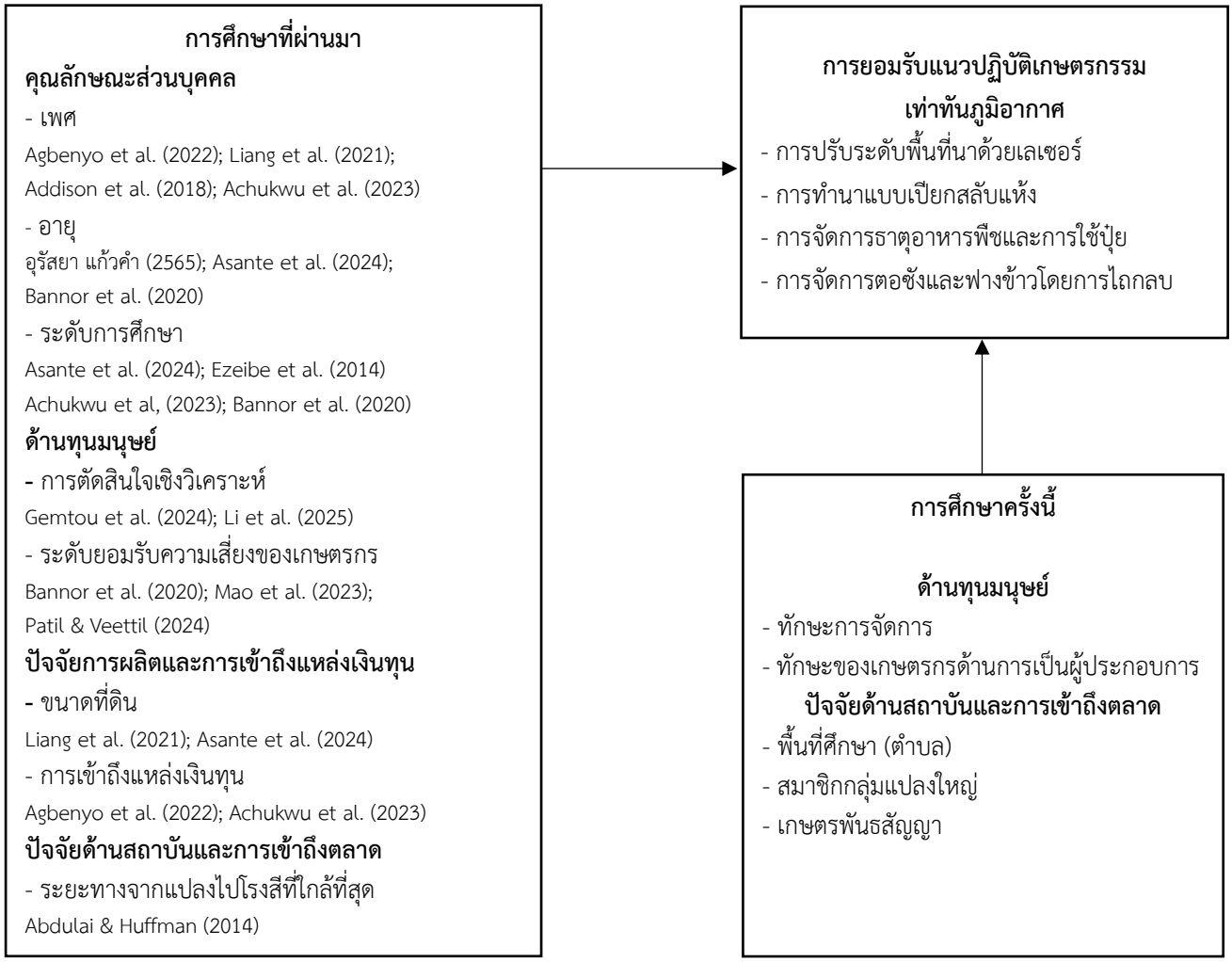
## อภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการยอมรับแนวปฏิบัติเกษตรกรรมเท่าทันภูมิอากาศคือการมีเกษตรพันธสัญญา เนื่องจากระบบพันธสัญญาสร้างแรงจูงใจทางราคาให้กับเกษตรกร ทำให้การลงทุนในแนวปฏิบัติใหม่มีความคุ้มค่ามากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Li & Wang (2025) และอุรัสยา แก้วคำ (2565) ทักษะของเกษตรกรด้านการเป็นผู้ประกอบการส่งผลเชิงบวกเพราะช่วยให้เกษตรกรประเมินต้นทุนและผลตอบแทนและจัดการความเสี่ยงได้ดีกว่า สอดคล้องกับ Umar et al. (2020) และ Ezeibe et al. (2014) การเป็นสมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่ส่งผลเชิงบวกเพราะสร้างช่องทางถ่ายทอดความรู้และลดต้นทุนการเรียนรู้รายบุคคล ขณะที่ขนาดพื้นที่และทักษะการจัดการส่งผลเชิงบวกเพราะเกษตรกรที่มีพื้นที่มากและวางแผนเป็นระบบมีศักยภาพในการลงทุนและปรับตัวได้มากกว่า สอดคล้องกับ Liang et al. (2021), Asante et al. (2024) และ Nuthall (2001) ในทางตรงกันข้าม เกษตรกรในตำบลหัวเขาและตำบลเดิมบางมีแนวโน้มยอมรับต่ำกว่าตำบลสวนแตง เนื่องจากการรวมกลุ่มที่ยังไม่เข้มแข็งทำให้ขาดกลไกสนับสนุนในพื้นที่ (อุรัสยา แก้วคำ, 2565)

สำหรับระยะทางไปโรงสีที่ใกล้ที่สุดมีผลเชิงลบต่อการยอมรับ ซึ่งขัดกับสมมติฐานเบื้องต้น เนื่องจากเกษตรกรที่อยู่ใกล้โรงสีสามารถจำหน่ายผลผลิตในระบบเดิมได้โดยไม่จำเป็นต้องปรับตัว ขณะที่เกษตรกรที่อยู่ไกลกว่ามีแรงกดดันด้านต้นทุนการขนส่งที่สร้างแรงจูงใจให้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมากกว่า สะท้อนว่าความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าถึงตลาดกับการยอมรับนวัตกรรมมีความซับซ้อนกว่าที่คาดไว้ สอดคล้องกับ Abdulai & Huffman (2014) และ Simtowe et al. (2011) ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำนา ไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเกษตรกรในพื้นที่ศึกษามีบริบทชีวิตและสภาพแวดล้อมทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน ทำให้ความแตกต่างระหว่างบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับน้อยกว่าการได้รับการฝึกอบรมและการเข้าร่วมกลุ่มเกษตรกร อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดด้านขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ค่อนข้างเล็ก การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงที่จำกัดการอ้างอิงผลไปยังพื้นที่อื่น การศึกษาในอนาคตควรขยายพื้นที่และพิจารณาใช้ข้อมูลแบบ panel data เพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายและการอ้างอิงผลในวงกว้างต่อไป

## องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยครั้งนี้มีองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการยอมรับของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นหนึ่งในพื้นที่สำคัญด้านการผลิตข้าวของประเทศ โดยผลการวิเคราะห์เมื่อเทียบกับงานวิจัยที่ผ่านมาการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจยอมรับ ได้แก่ การมีเกษตรพันธะสัญญา ทักษะผู้ประกอบการ และความแตกต่างเชิงพื้นที่ (ตำบล) ซึ่งสะท้อนว่าบริบทท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นปัจจัยกำหนดเชิงโครงสร้างอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ การเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่แสดงให้เห็นถึงบทบาทของกลไกสนับสนุนจากภาครัฐที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการยอมรับมากกว่าปัจจัยด้านทักษะการตัดสินใจเพียงลำพัง ขณะเดียวกัน ปัจจัยเชิงโครงสร้างอื่น ได้แก่ ขนาดพื้นที่เพาะปลูกและระยะทางไปยังโรงสีที่ใกล้ที่สุด ก็มีผลต่อความน่าจะเป็นของการยอมรับในทิศทางที่สอดคล้องกัน นอกเหนือจากนี้ งานวิจัยนี้ยังได้พัฒนานิยามของ "ผู้ยอมรับ (Adopters)" ขึ้นใหม่โดยกำหนดเงื่อนไขให้ครอบคลุมการไถกลบตอซัง ซึ่งเป็นแนวปฏิบัติสำคัญในบริบทเกษตรกรรมเท่าทันภูมิอากาศแต่มักไม่ได้รับการพิจารณาในงานวิจัยที่ผ่านมา การกำหนดนิยามดังกล่าวช่วยให้การวัดผลการยอมรับสะท้อนความเป็นจริงของการปรับตัวได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น (ภาพที่ 2)




**ภาพที่ 2** องค์ความรู้ใหม่

## สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างเกษตรกรจำนวน 181 คนใน 3 พื้นที่ พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยค่อนข้างสูง ระดับการศึกษาและขนาดครัวเรือนอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่ขนาดพื้นที่เพาะปลูกและระดับการยอมรับความเสี่ยงอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยใช้แบบจำลองโลจิต ในการประมาณค่า ผลการวิเคราะห์ พบว่า แบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของการยอมรับได้ในระดับค่อนข้างดี ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ เกษตรพันธสัญญา ขนาดที่ดิน ทักษะของเกษตรกรด้านการเป็นผู้ประกอบการและทักษะการจัดการ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่สะท้อนศักยภาพด้านทุนมนุษย์ของเกษตรกร โดยเฉพาะ เกษตรพันธสัญญาและทักษะการจัดการที่มีขนาดผลกระทบค่อนข้างสูง นอกจากนี้ ปัจจัยด้านพื้นที่ยังมีผลต่อการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญสะท้อนถึงความแตกต่างของบริบทในแต่ละพื้นที่ ขณะที่ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา การเข้าถึงสินเชื่อ และการยอมรับความเสี่ยง ไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ในภาพรวมผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าการยอมรับแนวปฏิบัติเกษตรกรรมเท่าทันภูมิอากาศไม่ได้ถูกกำหนดโดยคุณลักษณะส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านทักษะด้านการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการของเกษตรกร รวมถึงการเชื่อมโยงการตลาดให้กับเกษตรกร นอกจากนี้ยังพบว่า ในแต่ละพื้นที่อาจมีระดับการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกันขึ้นกับปัจจัยเกื้อหนุนที่เกิดขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

**1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย**

1.1 ภาครัฐควรใช้กลุ่มเกษตรแปลงใหญ่ซึ่งมีกระบวนการส่งเสริมอย่างเป็นระบบ เน้นความต่อเนื่องและมีการส่งเสริมแบบบูรณาการ โดยใช้ตลาดนำการผลิต เป็นช่องทางหลักในการส่งเสริมการยอมรับแนวปฏิบัติเกษตรกรรมเท่าทันภูมิอากาศ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าทั้งการเป็นสมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่และการมีเกษตรพันธสัญญาต่างมีผลเชิงบวกต่อการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญ

1.2 ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการและทักษะการจัดการฟาร์มให้กับเกษตรกร โดยผ่านทางการฝึกอบรมให้กับเกษตรกร เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าทั้งสองทักษะมีผลเชิงบวกต่อการยอมรับแนวปฏิบัติเกษตรกรรมเท่าทันภูมิอากาศอย่างมีนัยสำคัญ

1.3 จากผลการศึกษาจะเห็นว่าพื้นที่ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเกิดจากปัจจัยหลายด้านทั้งทางด้านผู้นำ ทักษะของเกษตรกร และอื่น ๆ ดังนั้น ในการส่งเสริมควรมีการดำเนินนโยบายแบบจำเพาะพื้นที่ (Area-based approach) เนื่องจากความแตกต่างเชิงพื้นที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญ จึงควรออกแบบมาตรการที่สอดคล้องกับบริบทระดับตำบล พร้อมพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงตลาดในพื้นที่ที่มีข้อจำกัดด้านระยะทาง

**2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป**

2.1 ควรมีการศึกษาต่อยอดโดยใช้ข้อมูลแบบอนุกรมเวลาหรือการวิจัยเชิงผสมผสาน เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการยอมรับแนวปฏิบัติเกษตรเท่าทันภูมิอากาศในระยะยาว

2.2 ควรศึกษาผลกระทบต่อการยอมรับแนวปฏิบัติเกษตรเท่าทันภูมิอากาศต่อระดับรายได้สุทธิในการเพาะปลูกข้าวของเกษตรกร เนื่องจากหากเกษตรกรมีการยอมรับแนวปฏิบัติแต่รายได้สุทธิไม่เพิ่ม ก็อาจจะขาดแรงจูงใจในการยอมรับ

## เอกสารอ้างอิง


กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2568). *ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง มาตรการบริหารจัดการป้องกันและแก้ไขปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็กไม่เกิน 2.5 ไมครอน (PM2.5) ภาคการเกษตร*. สืบค้นจาก https://www.doae.go.th/ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์/.

กัมพล ปั้นตะกั่ว. (2568). *มาตรการส่งเสริมการไถกลบ “ตอซัง” ในเขตชลประทาน*. สืบค้นจาก https://tdri.or.th/2025/05/sustainable-biomass-management-rice-sugarcane-part2/.

ข่าวสด. (2566). *การปลูกข้าวแบบดั้งเดิมก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจก*. สืบค้นจาก https://www.khaosod.co.th/technologychaoban/advertorial/article_325871.

ทวีศักดิ์ ใจคำสืบ และ โยษิตา อินทจักร์. (2568). การเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา: การทำคาร์บอนเครดิตในนาข้าว. ใน *การสัมมนาทางวิชาการประจำปี ครั้งที่ 10 เศรษฐกิจไทย–พร้อมรับ ปรับตัว แสวงหาโอกาสท่ามกลางโลกผันผวน* (น. 2–5). เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนาภรณ์ อธิปัญญากุล, สุภาวดี ขุนทองจันทร์ และ สุวรรณา สายรวมญาติ. (2564). *กลไกการขับเคลื่อนการเกษตรในภาคกลางสู่เกษตรสมัยใหม่ของประเทศไทย: กรณีศึกษา ข้าว* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

เบญจมาศ แจ้งใจดี. (2564). *การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการผลิตเชิงเทคนิคของการผลิตข้าวด้วยวิธีเปียกสลับแห้งในจังหวัดสุพรรณบุรี*. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

ประพิณวดี ศิริศุภลักษณ์. (2561). *เศรษฐมิติสำหรับนักเศรษฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ยูเพรส คอร์เปอร์เรชั่น.

วิษณุ อรรถวานิช. (2566). *ชำแหละนโยบายแก้ฝุ่น PM2.5 ในภาคเกษตร: อะไรคือต้นเหตุของความไม่ยั่งยืน*. สืบค้นจาก https://www.sdgmove.com/2023/05/17/sdg-insights-policy-pm2-5-agriculture/.

สถาบันวิจัยเศรษฐกิจ ป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2564). *การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในบริบทของไทย*. สืบค้นจาก https://www.pier.or.th/abridged/2021/15/.

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2565). *รายงานแห่งชาติฉบับที่ 4 ของประเทศไทยต่อกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ*. กรุงเทพฯ: กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2568). *สถานการณ์การค้าข้าวและโอกาสการพัฒนาสินค้าข้าวไทย* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์.

สุมิตรา ตั้งสมวรพงษ์. (2568). *การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของโลกและประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

อุรัสยา แก้วคำ. (2565). *การยอมรับวิธีการปลูกข้าวตามมาตรฐานการผลิตข้าวอย่างยั่งยืนของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี*. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

Abdulai, A., & Huffman, W. (2014). The adoption and impact of soil and water conservation technology: An endogenous switching regression application. *Land Economics, 90*(1), 26–43.

Achukwu, G. A., Sennuga, S. O., Bamidele, J., Alabuja, F. O., Bankole, O., & Barnabas, T. M. (2023). Factors affecting the rate of adoption of agricultural technology among small scale rice farmers in Gwagwalada Area Council of FCT, Nigeria. *Journal of Agricultural Science and Practice, 8*(2), 30–37.

Addison, M., Ohene-Yankyera, K., & Aidoo, R. (2018). Gender effect on adoption of selected improved rice technologies in Ghana. *Journal of Agricultural Science, 10*(7), 390–403.

Agbenyo, W., Jiang, Y., Jia, X., Wang, J., Ntim-Amo, G., Dunya, R., Siaw, A., Asare, I., & Twumasi, M. A. (2022). Does the adoption of climate-smart agricultural practices impact farmers' income? Evidence from Ghana. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 19*(7), 3804.

Asante, B. O., Ma, W., Prah, S., & Temoso, O. (2024). Farmers' adoption of multiple climate-smart agricultural technologies in Ghana: Determinants and impacts on maize yields and net farm income. *Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change, 29*, 16.

Attavanich, W., Lopes, A. A., Tiwari, S., & Viriyavipart, A. (2026). Heat after the harvest: Farmer choices and perceptions of crop residue burning in Thailand. *World Development, 206*, 107466.

Bannor, R. K., Kumar, G. A. K., Oppong-Kyeremeh, H., & Wongnaa, C. A. (2020). Adoption and impact of modern rice varieties on poverty in Eastern India. *Rice Science, 27*(1), 56–66.

Ezeibe, A. B. C., Okorji, E. C., Chah, J. M., & Abudei, R. N. (2014). Impact of entrepreneurship training on rural poultry farmers adoption of improved management practices in Enugu State, Nigeria. *African Journal of Agricultural Research, 9*(20), 1604–1609.

Fiawoo, H. D., Tham-Agyekum, E. K., Ankuyi, F., Osei, C., & Bakang, J.-E. A. (2024). Rice farmers' adoption of climate-smart agricultural technologies and its effects on yield and income: empirical insights from Ghana. *SVU-International Journal of Agricultural Sciences*, *6*(1), 120-137.

Gemtou, M., Kakkavou, K., Anastasiou, E., Fountas, S., Pedersen, S. M., Isakhanyan, G., Erekalo, K. T., & Pazos-Vidal, S. (2024). Farmers' transition to climate-smart agriculture: A systematic review of the decision-making factors affecting adoption. *Sustainability, 16*(7), 2828.

Li, Q., & Wang, Z. (2025). Has contract farming improved the green technology efficiency of vegetable growers? Empirical evidence from rural areas in Shandong Province, China. *Agricultural Economics – Czech, 71*(7), 378–393.

Liang, Z., Zhang, L., Li, W., Zhang, J., & Frewer, L. J. (2021). Adoption of combinations of adaptive and mitigatory climate-smart agricultural practices and its impacts on rice yield and income: Empirical evidence from Hubei, China. *Agricultural Systems, 189*, 103072.

Mao, H., Quan, Y., & Fu, Y. (2023). Risk preferences and the low-carbon agricultural technology adoption: Evidence from rice production in China. *Journal of Integrative Agriculture, 22*(8), 2577–2590.

Nuthall, P. L. (2001). Managerial ability — a review of its basis and potential improvement using psychological concepts. *Agricultural Economics, 24*(3), 247–262.

Ogada, M. J., Rao, E. J. O., Radeny, M., Recha, J. W., & Solomon, D. (2020). Climate-smart agriculture, household income and asset accumulation among smallholder farmers in the Nyando basin of Kenya. *World Development Perspectives*, *18*, 100203.

Patil, V., & Veettil, P. C. (2024). Farmers' risk attitude, agricultural technology adoption and impacts in Eastern India. *Agriculture & Food Security, 13*, 50.

Simtowe, F., Kassie, M., Diagne, A., Silim, S., Muange, E., Asfaw, S., & Shiferaw, B. (2011). Determinants of agricultural technology adoption: The case of improved pigeonpea varieties in Tanzania. *Quarterly Journal of International Agriculture*, *50*(4), 325-345.

Umar, M. F., Nugroho, I., Darmadji, & Suwarta. (2020). The study of entrepreneurship and innovation adoption by farmer in improving lowland rice farming. *Journal of Socioeconomics and Development, 3*(1), 16–28.