

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

เจ้าของ.....

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

ที่ปรึกษา.....

ดร. พรชัย มงคลวนิช

มหาวิทยาลัยสยาม

ดร. สมศักดิ์ รุ่งเรือง

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

รศ. ดร. เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ดร. วัลลภ สุวรรณดี

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

บรรณาธิการ.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษยา วงษ์สวัสดิกุล

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

กองบรรณาธิการ.....

ศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ โรจน์กิจอำนวย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศาสตราจารย์พิเศษ ดร. วรภัทร โตธนะเกษม

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ศาสตราจารย์วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร. เชาว์ โรจน์แสง

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร. สุทินันท์ พรหมสุวรรณ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รองศาสตราจารย์ ดร. พนาวัฒน์ ปานมณี

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร. สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนวรรณ แสงสุวรรณ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ นันทแพทย์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพรินทร์ สมภพสกุล

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ดร. สัมฤทธิ์ เทียนดำ

มหาวิทยาลัยสยาม

ดร. พันธ์ อุณหบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธนบุรี

ดร. พิจิตร เอี่ยมโสมภนา

มหาวิทยาลัยสยาม

ฝ่ายจัดการ.....

รองศาสตราจารย์ ดร. อำพล นววงศ์เสถียร

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉราพรรณ ตั้งจตุรัสโสมณ

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ดร. มานพ ศรีตุลยโชติ

สมาคมผู้รับทุนใจกล้าแห่งประเทศไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณา ปราชญ์ปรีชา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ดร. สุนันทา ปาสาเลา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

อาจารย์อังคิภา แนวจำปา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ฝ่ายศิลปกรรมและจัดทำรูปเล่ม.....■

อาจารย์ทศพล ปราชญ์ปรีชา
อาจารย์ภมรย์ สกุลเลิศวัฒนา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ฝ่ายพิสูจน์อักษร.....■

ดร. เอกนรี ทุมพล
คุณณัฐวดี สิริวัตร

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ฝ่ายสนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศ.....■

คุณจิราวัฒน์ เพชรชู

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

สถานที่ออกแบบและจัดพิมพ์.....■

- บริษัท กู๊ดเฮด พรินท์ติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง กรุ๊ป จำกัด

กำหนดเผยแพร่.....■

ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 ม.ค. - มิ.ย., ฉบับที่ 2 ก.ค. - ธ.ค

อัตราค่าเผยแพร่ตีพิมพ์.....■

1. กรณีสมัครเป็นสมาชิกวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท.
 - สมาชิกเป็นประเภทสถาบัน ปีละ 5,000 บาท อัตราค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความละ 4,500 บาท
 - สมาชิกประเภทบุคคล ปีละ 400 บาท อัตราค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ บทความละ 6,000 บาท
2. กรณีไม่สมัครเป็นสมาชิกวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท.
 - อัตราค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ บทความละ 6,000 บาท

ทั้งนี้ผู้เขียนชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความหลังจากบทความผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกพิจารณากลับรองบทความ

ศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ โรจน์กิจอำนวย
ศาสตราจารย์พิเศษ ดร. วรภัทร โตธนะเกษม
ศาสตราจารย์ วิทวัส รุ่งเรืองผล
ศาสตราจารย์ ธนสรรค์ แขวงโสภา
ศาสตราจารย์ ดร. ปิเตอร์ รักธรรม
พลเรือตรีหญิง ศาสตราจารย์ ยุติ เปรมวิชัย
รองศาสตราจารย์ ดร. พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์
รองศาสตราจารย์ ดร. เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย
รองศาสตราจารย์ ดร. พนารัตน์ ปานมณี
รองศาสตราจารย์ ดร. สุพีชา พาณิชย์ปฐุม
รองศาสตราจารย์ ดร. ศศิวิมล มีอำพล
รองศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญศรี นิธินัง
รองศาสตราจารย์ ดร. กัลยาณี ภาคออต
รองศาสตราจารย์ ดร. สงวน วงษ์สวัสดิกุล
รองศาสตราจารย์ ดร. นิติ รัตนปรีชาเวช
รองศาสตราจารย์ ดร. ศิลปพร ศรีจันเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร. ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์
รองศาสตราจารย์ ดร. ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล
รองศาสตราจารย์ ดร. กรไชย พรลภัสสรกร
รองศาสตราจารย์ ดร. ภคพล จักรพันธ์ อนุฤทธิ์
รองศาสตราจารย์ ดร. ปรียานุช อภิบุญโยภาส
รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท.ดร. เกษมศานต์ โชติชาครพันธุ์
รองศาสตราจารย์ ดร. สุธานันท์ โพธิ์ขาราช
รองศาสตราจารย์ ดร. พัทยา หลีกเพ็ชร
รองศาสตราจารย์ ดร. อมรรัตน์ ท่วมรุ่งโรจน์
รองศาสตราจารย์สุปราณี ศรีฉัตรวิมุข
รองศาสตราจารย์เพลินทิพย์ โกเมศโสภา
รองศาสตราจารย์พรชนก รัตนไพจิตร
รองศาสตราจารย์วิรัช สงวนวงศ์วาน
รองศาสตราจารย์เบญจวรรณ รักษ์สุธี
รองศาสตราจารย์ประนอม ไฉวินวิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร. มัทธชัย สุทธิพันธุ์
รองศาสตราจารย์ ดร. อำพล นววงศ์เสถียร
รองศาสตราจารย์ ดร. จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนวรรณ แสงสุวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนพันธ์ ไกล่ประกอบทรัพย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมบูรณ์ กุลวิเศษชนะ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สราวุธ จันทรสุวรรณ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
วิทยาลัยพนมวันท์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยนครพนม
มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรวรรณ นันทแพศย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รวิภา ลาภศิริ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา มีศิลปวิภักย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วลัยยา ชูประดิษฐ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษยา วงษ์ขวลิตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อมรา ตีระศรีวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปวีร์ ศิริรักษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมยศ อวเกียรติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เบญจวรรณ บวรกุลภา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์แนนน้อย ใจอ่อนน้อย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิประภา พันธนาเสวี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัตนา วงศ์ศรีมี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประวัฒน์ เบญญาศรีสวัสดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อีรศักดิ์ จินดาบง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีระพงษ์ กิตติวงษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทวี วัชรเกียรติศักดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปาลิตา ศรีศร กำพล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ก่อพงษ์ พลโยธา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประเสริฐ สติจิรพัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชิต รัชตพิบูลภพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิมพ์มาดา วิชาศิลป์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา หล่อตระกูล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิรายุส พุ่มนตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อูรีย์ เจียสกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุตาสวรรค์ งามมงคลวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ตรีทิพ บุญแย้ม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อิตินันท์ ชาญโกศล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริชัย ดีเลิศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุมา ปราชญ์ปรีชา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนุพงศ์ อวิรุทธา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนุมาน จันทวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิภากร วัฒนสินธุ์
ดร. ภัทรดา รุ่งเรือง
ดร. ปัญญา สัมฤทธิ์ประดิษฐ์
ดร. มานพ ศรีตุลย์โชติ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สมาคมผู้รับทุนไ้จากแห่งประเทศไทย

ดร. ชลิตา รัตนสาร
ดร. กฤษฎา ตันเปาว์
ดร. พิเชษฐ์ มุสิกะโปดก
ดร. สิทธิชัย ฝรั่งทอง
ดร. ศจีรัตน์ เมธีสุภาพ
ดร. ยุทธกร ฤทธิไธสง
ดร. มุกดาวรรณ พลเดช
ดร. พยัต วุฒิรงค์
ดร. กานต์จิรา ลิ้มศิริธง
ดร. บุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ
ดร. อติเทพ ศรีคงศรี
ดร. นิตนา ฐานิตธนกร
ดร. ขวัญมิ่ง คำประเสริฐ
ดร. เฉลิมพร เย็นเยือก
ดร. ภัทรณัชชา โชติคุณากิตติ
ดร. ทชชยา วรณบวรเดชน์
ดร. ญาณินี ทรงขจร

มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยสยาม
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ดำเนินการตีพิมพ์บทความวิชาการสาขาบริหารธุรกิจ และสาขาวิชาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งทางวิชาการ และเพื่อเผยแพร่ผลงานอันเป็นประโยชน์ในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน และประเทศชาติ รวมทั้งในแวดวงวิชาการด้านบริหารธุรกิจ

วารสารฯ ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม-มิถุนายน 2569 นี้ ได้รวบรวมบทความที่ทันสมัยสาขาบริหารธุรกิจ และสาขาวิชาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้อย่างหลากหลายจาก นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นักศึกษาในระดับปริญญาโท และ ปริญญาเอก จากสถาบันการศึกษาชั้นนำต่าง ๆ โดยมีบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่น่าสนใจประจำฉบับ อาทิ 1) การพัฒนาแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากทรัพยากรน้ำพุร้อน: กรณีศึกษาอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ 2) การศึกษาอิทธิพลตามแนวคิดโมเดล ESG และ แนวคิด Customer Centric ผ่านทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ 4) คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจและการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย บทความภาษาอังกฤษ เช่น Developing a Resilient Supply Chain Risk Management Program: A Case Study of an Automotive Parts Manufacturer in Thailand นอกจากนี้บทความดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีบทความที่น่าสนใจให้ติดตามได้อีกหลายบทความในวารสารประจำฉบับนี้

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความจากวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทั้งในแวดวงทางวิชาการและวิชาชีพ และหากผู้เขียนหรือผู้อ่านต้องการส่งบทความที่เป็นประโยชน์หรือมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อวารสารฉบับนี้ สามารถส่งข้อเสนอแนะมาได้ทั้งอีเมล apheitbus_journal@southeast.ac.th เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวารสารฯ ให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้นต่อไป

บรรณาธิการ

สารบัญ

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

บทความวิจัย

การพัฒนาแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากทรัพยากรน้ำพุร้อน.....10
กรณีศึกษาอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

จิรภา ทองเถาว์ เสรี วงษ์มณฑา ชวลีย์ ณ ถลาง และ ชุมนะ เดชคณา

การศึกษาอิทธิพลตามแนวคิดโมเดล ESG และ แนวคิด Customer Centric.....21

ผ่านทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV

ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปภพ พุฒิमानรติกุล และ สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

ประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสาร.....39

สายการบินบริการเต็มรูปแบบ

ลลิตลักษณ์ ธารีเกษ

อิทธิพลของการสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ประโยชน์ และ.....52

การรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยีต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ABC

วิศิษฐ์ ชัยเทอดเกียรติ ภัทรดา รุ่งเรือง และ Phyu Phyu Myint Naing

คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจและการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์.....68

ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชน

ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

คัจฉานันท์ เลิศพงษ์ศิลป์ ภูมิ ศรีสุข และ รพีพรรณ โสภากุล

Technical Efficiency Measurement of Cassava Production of Thailand.....82

Surakiat Parichatnon, Kamonthip Parichatnon, Poranee Loatong

and Manote Rithinyo

ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน.....95

ของข้าราชการธุรการ ในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5

ศรีสุตา บุญสิงห์ กัญญพัสดุวิ กล่อมธงเจริญ นทีทิพย์ สรรพตานนท์ และ ประภัสสร วรรณสถิตย์

Developing a Resilient Supply Chain Risk Management Program:.....115

A Case Study of an Automotive Parts Manufacturer in Thailand

Sikharin Chueamueangphan and Piyawan Puttibarncharoensri

การพัฒนาแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากทรัพยากรน้ำพุร้อน: กรณีศึกษาอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

จิรภา ทองเถาว์^{1*} เสรี วงษ์มณฑา² ขวลิย์ ณ ถลาง³ และ ชุษณะ เตชคณา⁴

¹นิสิตปริญญาเอก สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000 ประเทศไทย

^{2,3}สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000 ประเทศไทย

⁴คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เขตบางซื่อ จังหวัดกรุงเทพฯ 10800 ประเทศไทย

*ผู้เขียนหลัก อีเมล Sanitchirapha132426@gmail.com

วันที่ได้รับบทความ: 28 สิงหาคม 2568 วันที่แก้ไขบทความ: 7 มีนาคม 2569 วันที่ตอบรับบทความ: 10 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาบริบทและศักยภาพของทรัพยากรน้ำพุร้อนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ (2) สังเคราะห์รูปแบบการพัฒนาแบบบูรณาการเพื่อความยั่งยืน กรณีศึกษาอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 23 คน จาก 4 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้นำชุมชน และนักวิชาการ ร่วมกับการสังเกตภาคสนาม วิเคราะห์ข้อมูล และตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า

ผลการวิจัยพบว่า (1) ทรัพยากรน้ำพุร้อนในอำเภอคลองท่อมมีศักยภาพสูงด้านคุณภาพทางกายภาพ อุณหภูมิที่เหมาะสม และภูมิทัศน์ธรรมชาติที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวเป็นตลาดหลัก และภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาบริการสุขภาพ เช่น สปา รีสอร์ท และโปรแกรมฟื้นฟูสุขภาพ อย่างไรก็ตาม ในเชิงพื้นที่ยังมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน มาตรฐานบริการ การบริหารจัดการแบบบูรณาการ และการประชาสัมพันธ์ ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ (2) การสังเคราะห์ข้อมูลนำไปสู่ข้อเสนอรูปแบบการพัฒนาแบบบูรณาการใน 3 มิติ ได้แก่ มิติของการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานบริการ มิติของการออกแบบกิจกรรมสุขภาพเชิงประสบการณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น และมิติของการเสริมสร้างศักยภาพและบทบาทนำของชุมชน เพื่อยกระดับพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับจังหวัดได้อย่างยั่งยืน ผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางให้หน่วยงานภาครัฐกำหนดนโยบายและแผนแม่บทในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเน้นการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในพื้นที่ ผลักดันผู้ประกอบการและชุมชนร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และกำหนดมาตรการควบคุมการใช้ทรัพยากร การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการรักษาสมดุลของระบบนิเวศในพื้นที่เพื่อความยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อน การพัฒนาแบบบูรณาการ ความยั่งยืน อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

Integrated Development of Wellness Tourism Based on Hot Spring Resources: A Case Study of Khlong Thom District, Krabi Province

Chirapha Thongthao^{1*}, Seri Wongmontha², Chawalee Na Thalang³ and Jusana Techakana⁴

¹Ph.D. Student, Tourism, Hotel and Service Business Management, College of Management, University of Phayao,
Mueang Phayao District Phayao 56000, Thailand

^{2,3}Tourism, Hotel, and Service Business Management, College of Management, University of Phayao
Mueang Phayao District Phayao 56000, Thailand

⁴Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology Northern Bangkok
Bangsue District, Bangkok 10800, Thailand

* Corresponding author's E-mail: Sanitchirapha132426@gmail.com

Received: 28 August 2025 / Received in revised from: 7 March 2026 / Accepted: 10 March 2026

Abstract

This research aimed to (1) examine the context and potential of hot spring resources for development into wellness tourism destination, and (2) synthesize an integrated development model for sustainability, using Khlong Thom District, Krabi Province as a case study. The study employed a qualitative methodology, collecting data through in-depth interviews with 23 key informants from four sectors: government, private sector, community leaders, and academics, along with field observations. Data were analyzed and validated using triangulation techniques.

The findings revealed that (1) the hot spring resources in Khlong Thom District have high potential in terms of physical quality, suitable temperature, and natural landscapes, making them well-suited for development into wellness tourism destination. The young tourists represent the primary target market, and the private sector plays a significant role in developing wellness related services such as spas, resorts, and rehabilitation programs. However, limitations were identified in infrastructure, service standards, integrated management, and insufficient public relations. (2) The synthesis of the findings led to the proposal of an integrated development model comprising three dimensions: the upgrading infrastructure and service standards; the designing experiential wellness activities that reflect local identity; and the strengthening of the capacity and leadership role of the community. These dimensions aim to elevate the area into a sustainable, province-level wellness tourism destination. The results of this study can serve as guidelines for government agencies in formulating policies and master plans for wellness tourism development. The proposed approach emphasizes integrated collaboration among the government, private sector, and local communities, empowering stakeholders to co-develop distinctive local wellness tourism products and services. It also highlights the importance of establishing measures for resource management, environmental conservation, and the maintenance of ecological balance to ensure long-term sustainability.

Keywords: Wellness tourism, Hot springs, Integrated development, Sustainability, Khlong Thom District Krabi Province

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในบริบทสังคมผู้สูงอายุ การตระหนักถึงการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน และความต้องการฟื้นฟูทั้งร่างกายและจิตใจ ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ตลาดดังกล่าวมีศักยภาพสูงและมีบทบาทสำคัญต่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ แนวโน้มระดับสากลยังชี้ว่าประสบการณ์เชิงอารมณ์และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Suban, 2024)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำเป็นต้องมุ่งสร้างคุณค่าเชิงประสบการณ์ควบคู่กับความยั่งยืน (Pimolsompong, 2018) พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานบริการและระบบบริหารจัดการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Srichantra & Manirochana, 2021) และแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคือการฟื้นฟูสุขภาพ ความผ่อนคลาย และการใกล้ชิดธรรมชาติ (Konu, 2010) ขณะที่ Dryglas and Salamaga (2017) เสนอว่าการวิเคราะห์คุณลักษณะแหล่งท่องเที่ยวช่วยกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาให้ตรงกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย

ทรัพยากรธรรมชาติประเภทน้ำพุร้อนจึงเป็นทุนสำคัญในการพัฒนาเป็นกิจกรรมเชิงสุขภาพที่หลากหลาย ทั้งการแช่น้ำแร่ การนวด และกิจกรรมสมุนไพร (Smith & Puczkó, 2014) โดยการบริหารจัดการจำเป็นต้องคำนึงถึงความยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของชุมชน (Lee et al., 2013)

อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านคุณภาพน้ำ อุณหภูมิที่เหมาะสม และภูมิทัศน์ธรรมชาติที่โดดเด่น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาที่ยังขาดการบูรณาการระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน อาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในระยะยาว (Inwang, 2020) ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งวิเคราะห์บริบทและศักยภาพของทรัพยากรน้ำพุร้อน และสังเคราะห์รูปแบบการพัฒนาแบบบูรณาการเพื่อยกระดับพื้นที่สู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- (1) ศึกษาบริบทและศักยภาพของทรัพยากรน้ำพุร้อนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- (2) สังเคราะห์รูปแบบการพัฒนาแบบบูรณาการเพื่อความยั่งยืน กรณีศึกษาอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้รูปแบบกรณีศึกษา (Case Study) เพื่อศึกษาบริบท ศักยภาพ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาเชิงบูรณาการในระดับพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 23 คน คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียหรือมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ประโยชน์ และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากทรัพยากรน้ำพุร้อน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) เจ้าหน้าที่ภาครัฐด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ 6 คน (2) ผู้ประกอบการแหล่งน้ำพุร้อนและธุรกิจสุขภาพ 6 คน (3) ผู้นำชุมชนและหมอยาพื้นบ้านในพื้นที่ 6 คน และ (4) นักวิชาการหรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว 5 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2568 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2568 โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นเครื่องมือหลัก ร่วมกับการสังเกตภาคสนามและการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์เชิงธีม (Thematic Analysis) โดยเริ่มจากการถอดเทปคำสัมภาษณ์อย่างละเอียด การเข้ารหัสข้อมูลแบบเปิด (Open Coding) จัดหมวดหมู่ความสัมพันธ์ (Axial Coding) และสังเคราะห์ประเด็นหลัก (Selective Coding) ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การวิจัย พร้อมตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นรูปแบบการเดินทางที่มุ่งเสริมสร้างสุขภาพองค์รวมของนักท่องเที่ยว โดยเน้นการดูแลสุขภาพ ป้องกัน และฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจผ่านกิจกรรมที่มีคุณค่าเชิงประสบการณ์ แนวคิดดังกล่าว ตั้งอยู่บนฐานคิดว่าสุขภาพมิใช่เพียงการปราศจากโรค หากแต่เป็นสภาวะแห่งความสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ และสิ่งแวดล้อม (Smith & Puczkó, 2014) การท่องเที่ยวจึงกลายเป็นพื้นที่ในการสร้างความหมายและคุณภาพชีวิต มากกว่าการบริโภค สถานที่เพียงชั่วคราว

Mueller and Kaufmann (2001) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) ทูทรัพย์ากรที่มีคุณค่า (2) ระบบกิจกรรมและบริการสุขภาพที่มีมาตรฐาน และ (3) ประสบการณ์ที่สร้างความพึงพอใจ และคุณค่าทางอารมณ์แก่ผู้ใช้บริการ แนวคิดนี้สะท้อนว่าทรัพยากรธรรมชาติเป็นเพียง “ศักยภาพตั้งต้น” แต่การพัฒนาให้เกิดมูลค่าเชิงเศรษฐกิจและการแข่งขันจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการออกแบบและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ

ในระดับสากล งานของ Konu (2010) ชี้ว่าแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคือความต้องการฟื้นฟูสุขภาพ และการใกล้ชิดธรรมชาติ ขณะที่ Dryglas and Salamaga (2017) พบว่าคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวก และภาพลักษณ์ของสถานที่ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ นอกจากนี้ Suban (2024) ยังเสนอว่าประสบการณ์เชิงอารมณ์และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและความตั้งใจบอกต่อในระยะยาว

ในมิติของความยั่งยืน องค์การการท่องเที่ยวโลก ระบุว่าพัฒนาการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงความสมดุลระหว่าง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม Hall et al. (2017) อธิบายว่าความสามารถในการฟื้นตัวและการจัดการทรัพยากรอย่างเป็นระบบ เป็นปัจจัยสำคัญต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่ Lee et al. (2013) พบว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยเสริมสร้างพฤติกรรมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและลดความขัดแย้งจากการพัฒนา

ในบริบทประเทศไทย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับการผลักดันให้เป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพ การท่องเที่ยว โดยเน้นการเพิ่มมูลค่ามากกว่าปริมาณนักท่องเที่ยว Pimolsompong (2018) เสนอว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรสร้างคุณค่าเชิงประสบการณ์ควบคู่กับความยั่งยืน ขณะที่ Srichantra and Manirochana (2021) พบว่าความสามารถในการแข่งขันของแหล่งน้ำพุร้อนในประเทศไทยขึ้นอยู่กับมาตรฐานบริการ กลยุทธ์การบริหารจัดการ และภาพลักษณ์ของพื้นที่

ทรัพยากรน้ำพุร้อนจึงถือเป็นทุนธรรมชาติที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นกิจกรรมเชิงสุขภาพ ทั้งในรูปแบบการ แช่น้ำแร่ การนวด การใช้สมุนไพร และกิจกรรมฟื้นฟูสุขภาพ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยหลายฉบับชี้ว่าการประเมินศักยภาพเชิงกายภาพเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากขาดการออกแบบกิจกรรมและระบบบริหารจัดการที่เชื่อมโยงกับบริบทชุมชน จะไม่สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (Porter, 1998)

สำหรับกรณีอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ ซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษาของงานวิจัยนี้ ข้อมูลเชิงประจักษ์สะท้อนว่าพื้นที่ มีศักยภาพสูงด้านคุณภาพน้ำ อุณหภูมิที่เหมาะสม และภูมิทัศน์ธรรมชาติที่เอื้อต่อการฟื้นฟูสุขภาพ

ขณะเดียวกัน ภาคเอกชนมีบทบาทในการพัฒนาบริการสุขภาพ เช่น สปา รีสอร์ท และโปรแกรมฟื้นฟู อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน มาตรฐานบริการ และการบริหารจัดการที่ยังขาดการ บูรณาการเชิงระบบ

นอกจากนี้ ชุมชนในพื้นที่ยังมีทุนทางสังคมและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านสมุนไพรและการนวดพื้นบ้าน ซึ่งสามารถพัฒนา เป็นกิจกรรมสุขภาพที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้ หากได้รับการส่งเสริมและจัดการอย่างเหมาะสม

ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมที่เน้นบทบาทของชุมชนในฐานะกลไกสำคัญของความยั่งยืน จากการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปกรอบเชิงทฤษฎีที่สนับสนุนการศึกษานี้ได้ว่าการพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพควรบูรณาการ 3 มิติสำคัญ ได้แก่

- (1) การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานบริการ
- (2) การออกแบบกิจกรรมสุขภาพเชิงประสบการณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น
- (3) การเสริมสร้างศักยภาพและบทบาทของชุมชนภายใต้หลักความยั่งยืน

กรอบดังกล่าวเป็นพื้นฐานในการสังเคราะห์ “รูปแบบการพัฒนาแบบบูรณาการ” ที่เหมาะสมกับบริบทอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ เพื่อยกระดับพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับจังหวัดที่สามารถแข่งขันได้และดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

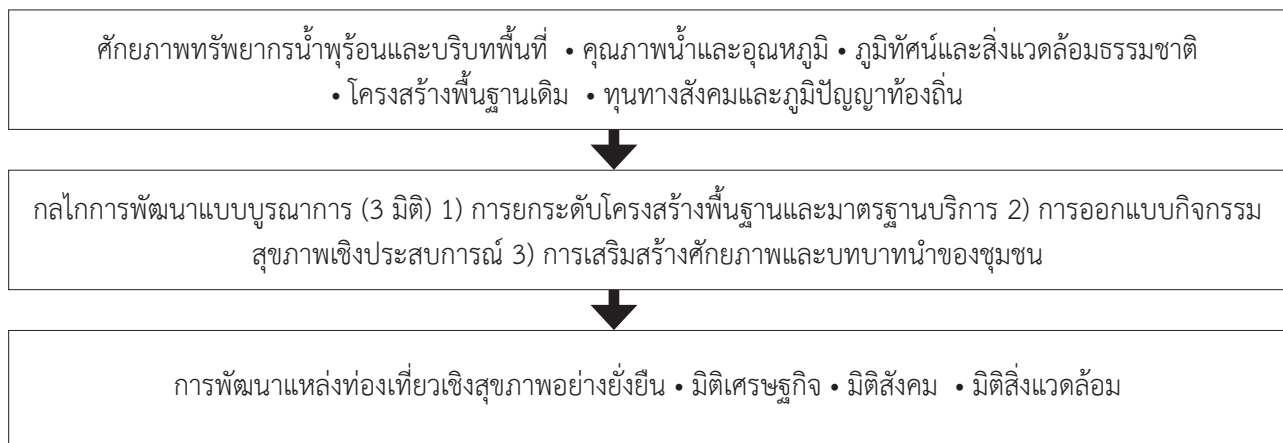
กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

การวิจัยนี้พัฒนากรอบแนวคิดบนฐานทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แนวคิดทรัพยากรเป็นฐาน (Resource-Based View) และแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมุ่งอธิบายความสัมพันธ์เชิงกระบวนการระหว่าง “ศักยภาพของทรัพยากรน้ำพุร้อน” กับ “กลไกการพัฒนาแบบบูรณาการในระดับพื้นที่” เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ด้านความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กรอบแนวคิดนี้ตั้งอยู่บนสมมติฐานว่า ทรัพยากรธรรมชาติแม้จะมีศักยภาพเชิงกายภาพสูง แต่จะสามารถสร้างคุณค่าเชิงเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างยั่งยืน ก็ต่อเมื่อมีกระบวนการจัดการและพัฒนาเชิงระบบที่เหมาะสมรองรับ ดังนั้น การพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงต้องอาศัย “กลไกเชิงบูรณาการ” ที่ทำหน้าที่แปลงศักยภาพทรัพยากรไปสู่คุณค่าเชิงประสบการณ์และผลลัพธ์เชิงความยั่งยืน

กรอบแนวคิดประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 มิติ ได้แก่

- 1.การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานบริการมุ่งพัฒนาองค์ประกอบด้านกายภาพ ระบบสาธารณูปโภค ความสะอาด ความปลอดภัย และมาตรฐานการให้บริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว
 - 2.การออกแบบกิจกรรมสุขภาพเชิงประสบการณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นเน้นการพัฒนาแพคเกจและกิจกรรมสุขภาพที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญา วัฒนธรรม และทุนทางสังคมของชุมชน เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ
 - 3.การเสริมสร้างศักยภาพและบทบาทนำของชุมชนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการวางแผน ตัดสินใจ และจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของและความยั่งยืนในระยะยาว
- ทั้งสามมิติทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมโยงระหว่างศักยภาพของทรัพยากรน้ำพุร้อนกับผลลัพธ์ด้านความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยสะท้อนแนวคิดว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับพื้นที่จำเป็นต้องบูรณาการทรัพยากร กระบวนการจัดการ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบ



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผลการวิจัย

1.การวิเคราะห์บริบทและศักยภาพของทรัพยากรน้ำพุร้อนในอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่มีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติสูง โดยน้ำพุร้อนมีอุณหภูมิคงที่ น้ำใสสะอาด และตั้งอยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่น เอื้อต่อกิจกรรมการพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพ

ผู้ประกอบการรายหนึ่งให้สัมภาษณ์ว่า “จุดแข็งของคลองท่อมคือคุณภาพน้ำที่ดี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่บอกว่ารู้สึกผ่อนคลายหลังแช่น้ำ และบรรยากาศยังเป็นธรรมชาติ”

เจ้าหน้าที่ภาครัฐกล่าวว่า “พื้นที่มีศักยภาพจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ แต่ต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบมากขึ้น”

ในมิติด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน และจุดพักผ่อน แต่ยังขาดมาตรฐานและการบำรุงรักษาที่ต่อเนื่อง

นักท่องเที่ยวรายหนึ่งกล่าวว่า “สถานที่สวยและสงบ แต่บางจุดยังขาดความสะดวก เช่น ห้องอาบน้ำหรือพื้นที่เปลี่ยนเสื้อผ้า”

ด้านสังคมและวัฒนธรรม ชุมชนมีองค์ความรู้ด้านสมุนไพรและการนวดพื้นบ้าน ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมเสริมด้านสุขภาพได้

ผู้นำชุมชนกล่าวว่า “ชาวบ้านมีความรู้เรื่องสมุนไพรและการนวดพื้นบ้าน ถ้าจัดรูปแบบให้ดี จะเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้เพิ่มได้”

ดังนั้น อำเภอคลองท่อมมีศักยภาพทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติและทุนทางสังคม แต่ยังมีข้อจำกัดด้านมาตรฐานโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการ

2.การสังเคราะห์แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากทรัพยากรน้ำพุร้อนอย่างบูรณาการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบแนวทางการพัฒนา 3 มิติ ได้แก่

(1) การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานบริการ ควรกำหนดมาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย และการจัดโซนพื้นที่อย่างชัดเจน

เจ้าหน้าที่ภาครัฐให้ความเห็นว่า “ถ้าจะพัฒนาเป็นแหล่งสุขภาพจริง ๆ ต้องมีมาตรฐานบริการที่ชัดเจน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว”

(2) การออกแบบกิจกรรมสุขภาพเชิงประสบการณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น การพัฒนากิจกรรมเชิงสุขภาพที่หลากหลาย ควรต่อยอดจากการแช่น้ำพุร้อนไปสู่แพ็คเกจสุขภาพ เช่น โปรแกรมดูแลสุขภาพระยะสั้น การนวดพื้นบ้าน และกิจกรรมสมุนไพร

ผู้ประกอบการกล่าวว่า “ถ้ามีแพ็คเกจสุขภาพครบวงจร เช่น แช่น้ำ นวด สมุนไพร จะช่วยเพิ่มมูลค่าและระยะเวลาการพักค้าง”

นักท่องเที่ยวสะท้อนว่า “อยากเห็นกิจกรรมที่ชัดเจนมากกว่าการมาแช่น้ำอย่างเดียว เช่น โปรแกรมดูแลสุขภาพแบบวันเดียว”

(3) การเสริมสร้างศักยภาพและบทบาทของชุมชน เพื่อยกระดับพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับจังหวัดได้อย่างยั่งยืน ชุมชนควรมีบทบาทในการออกแบบและจัดกิจกรรม เพื่อสร้างอัตลักษณ์และความยั่งยืน

ผู้นำชุมชนกล่าวว่า “ถ้าชุมชนได้มีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน จะทำให้คนในพื้นที่รู้สึกเป็นเจ้าของและช่วยกันดูแลทรัพยากร”

การบริหารจัดการแบบบูรณาการระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน ควรมีการประสานความร่วมมือในการวางแผนพัฒนาอย่างเป็นระบบ

ผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า “ตอนนี้แต่ละฝ่ายทำงานค่อนข้างแยกกัน ถ้ามีแผนร่วมกันชัดเจน จะทำให้การพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน”

ตารางที่ 1 ตารางสังเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ตามกรอบแนวคิดวิจัย

องค์ประกอบ กรอบแนวคิด	ประเด็นที่ค้นพบ จากการสัมภาษณ์	ความสอดคล้อง กับทฤษฎี	ช่องว่าง	ผู้ให้ข้อมูล(รหัส)
ศักยภาพทรัพยากร น้ำพุร้อนและบริบทพื้นที่ - คุณภาพ น้ำ และ อุณหภูมิ - ภูมิทัศน์ และ สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ - โครงสร้างพื้นฐานเดิม - ทุนทางสังคมและ ภูมิปัญญาท้องถิ่น	- น้ำพุร้อนมีอุณหภูมิคงที่ น้ำใสสะอาด เหมาะต่อ การฟื้นฟูสุขภาพ - ภูมิทัศน์ธรรมชาติ ร่มรื่นเอื้อต่อการพักผ่อน และผ่อนคลาย - มีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกพื้นฐาน แต่ยัง ขาดมาตรฐานบางจุด - ชุมชนมีองค์ความรู้ ด้านสมุนไพรและการ นวดพื้นบ้าน	- สอดคล้องแนวคิด Wellness Tourism (Smith & Puczkó, 2014) เรื่องสุขภาวะ องค์รวม - สอดคล้อง Mueller and Kaufmann (2001) องค์ประกอบ “ทุนทรัพยากรที่มีคุณค่า” - สอดคล้อง Konu (2010) เรื่องแรงจูงใจ ฟื้นฟูสุขภาพและ ใกล้ชิดธรรมชาติ	- โครงสร้างพื้นฐาน ยังไม่รองรับมาตรฐาน สุขภาพเต็มรูปแบบ - การจัดการทรัพยากร ยังขาดระบบบูรณาการ	A1, A3, A5, A7, A9, A11, A14

ตารางที่ 1 ตารางสังเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ตามกรอบแนวคิดวิจัย (ต่อ)

องค์ประกอบ กรอบแนวคิด	ประเด็นที่ค้นพบ จากการสัมภาษณ์	ความสอดคล้อง กับทฤษฎี	ช่องว่าง	ผู้ให้ข้อมูล(รหัส)
กลไกการพัฒนาแบบ บูรณาการ (3 มิติ) 1) การยกระดับ โครงสร้างพื้นฐานและ มาตรฐานบริการ 2) การออกแบบ กิจกรรมสุขภาพ เชิงประสิทธิผล 3) การเสริมสร้าง ศักยภาพและบทบาท นำของชุมชน	- ควรกำหนดมาตรฐาน ความสะอาด ความ ปลอดภัย และจัดโซน พื้นที่ชัดเจน - พัฒนาแพ็คเกจ สุขภาพครบวงจร (เช่น น้ำ+นวด+สมุนไพร) - ชุมชนควรมีส่วนร่วม ตั้งแต่การวางแผน และจัดกิจกรรม - ต้องมีความร่วมมือ ระหว่างรัฐ เอกชน และชุมชน	- สอดคล้อง Mueller and Kaufmann (2001) เรื่องระบบ กิจกรรมและบริการ สุขภาพ - สอดคล้อง Suban (2024) เรื่อง ประสบการณ์และ ความตั้งใจบอกต่อ - สอดคล้อง Porter (1998) เรื่องการ สร้างความได้เปรียบ เชิงแข่งขัน - สอดคล้อง Lee et al. (2013) เรื่องการมีส่วนร่วม และความยั่งยืน	- ยังไม่มีมาตรฐาน รับรองคุณภาพอย่าง เป็นทางการ - การทำงานยังแยกส่วน - ยังไม่มีคณะกรรมการ บริหารจัดการแบบ ถาวร	A2, A4, A6, A8, A10, A12, A15, A17, A19
การพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อย่างยั่งยืน • มิติเศรษฐกิจ • มิติสังคม • มิติสิ่งแวดล้อม	- การพัฒนาแพ็คเกจ สุขภาพช่วยเพิ่มรายได้ และระยะเวลาพำนักร - การมีส่วนร่วมของ ชุมชนสร้างความ เป็นเจ้าของและลด ความขัดแย้ง - จำเป็นต้องควบคุม ผลกระทบสิ่งแวดล้อม และรักษาคุณภาพ น้ำพุร้อน	- สอดคล้อง Sustainable Tourism Framework - สอดคล้อง Hall et al. (2017) เรื่องการจัดการ เชิงระบบเพื่อความ ยั่งยืน - สอดคล้อง Pimolsompong (2018) เรื่องการสร้าง คุณค่าเชิงประสิทธิผล ควบคู่ความยั่งยืน	- ยังไม่มีระบบติดตาม ผลกระทบระยะยาว - ยังไม่กำหนด Carrying Capacity อย่างชัดเจน	A13, A16, A18, A20, A21, A22, A23

ตารางที่ 1 เป็นตารางเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดวิจัย (A1–A6 ภาครัฐ, A7–A12 ภาคเอกชน, A13–A18 ผู้นำชุมชน และ A19–A23 นักวิชาการ)

ดังนั้นแนวทางการพัฒนาควรดำเนินการแบบบูรณาการครอบคลุมการยกระดับมาตรฐานการพัฒนากิจกรรมที่หลากหลาย การมีส่วนร่วมของชุมชน และความร่วมมือระหว่างภาคส่วน เพื่อยกระดับอำเภอคลองท่อมสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สังเคราะห์ได้ว่า ชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และเป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ มีศักยภาพสูงด้านทรัพยากรน้ำพุร้อน ทั้งคุณภาพน้ำ อุณหภูมิที่เหมาะสม และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน มาตรฐานการบริการ และการบริหารจัดการที่ขาดการบูรณาการเชิงระบบ

ชุมชนท้องถิ่นมีทุนทางสังคมและภูมิปัญญาด้านสมุนไพรและการนวดพื้นบ้านที่สามารถต่อยอดเป็นกิจกรรมเชิงสุขภาพได้ ผลการสังเคราะห์ชี้ว่า แนวทางการพัฒนาควรมุ่งยกระดับมาตรฐานบริการ พัฒนากิจกรรมที่หลากหลาย ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

อภิปรายผล

1. ศักยภาพทรัพยากรน้ำพุร้อนและบริบทพื้นที่

ด้านคุณภาพน้ำและอุณหภูมิ

อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ มีศักยภาพสูงด้านทรัพยากรน้ำพุร้อน ทั้งคุณภาพน้ำ อุณหภูมิที่เหมาะสม และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Rattanadilok na Phuket & Weerakit, 2019) ระบุว่าอำเภอคลองท่อมตั้งอยู่บนรอยเลื่อนของเปลือกโลก ทำให้เกิดน้ำพุธรรมชาติ (Natural Spring) ขึ้นหลายแห่ง ซึ่งมีทั้งน้ำพุร้อน (Hot Spring) น้ำพุเย็น (Cold Spring) น้ำพุร้อนเค็ม (Saline Spring) รวมถึงหาดโคลนร้อน (Hot Clay Beach)

ภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ

แหล่งน้ำพุร้อนในอำเภอคลองท่อมมีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่เอื้อต่อการฟื้นฟูสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Smith and Puczkó (2014) ทรัพยากรธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เป็นหัวใจของประสบการณ์เชิงสุขภาพ ขณะเดียวกัน การสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการจัดการเชิงระบบ (Hall et al, 2017) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการความผ่อนคลายและการฟื้นฟูสุขภาพในพื้นที่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Konu (2010) ที่กล่าวว่าปัจจัยด้านธรรมชาติและสุขภาพเป็นแรงดึงดูดหลัก

โครงสร้างพื้นฐานเดิม

ข้อจำกัดด้านมาตรฐานบริการและโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องอาบน้ำ ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า พื้นที่พักผ่อน หรือระบบจัดการความสะอาดและสิ่งแวดล้อมยังมีข้อจำกัด สอดคล้องกับ Dryglas and Salamaga (2017) การจัดโซนพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกควรพิจารณาตามแนวทางการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามคุณลักษณะแหล่งท่องเที่ยว

ทุนทางสังคมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

ชุมชนท้องถิ่นมีทุนทางสังคมและภูมิปัญญาด้านสมุนไพรและการนวดพื้นบ้านที่สามารถต่อยอดเป็นกิจกรรมเชิงสุขภาพได้ สอดคล้องกับ Kaewnet et al. (2022) ศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมภาคีการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทน้ำพุร้อน ควรมีการให้บริการนวด สปา อาหารและเครื่องดื่ม การขายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แหล่งน้ำพุร้อนเท่านั้นเสนอการจัดสรรให้มีการขายสินค้าชุมชนเพื่อในแหล่งท่องเที่ยว

2. กลไกการพัฒนาแบบบูรณาการ

การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานบริการ

สะท้อนข้อค้นพบของ Srichantha and Manirochana (2021) ที่ระบุว่าความสามารถในการแข่งขันของแหล่งน้ำพุร้อน ขึ้นอยู่กับการยกระดับมาตรฐานและกลยุทธ์เชิงคุณภาพ และสอดคล้องกับ (Rattanadilok na Phuket & Weerakit, 2019) ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อน อำเภอคลองท่อมได้มีมาตรฐานในระดับสากล มีการเพิ่มร้านอาหารหรือของฝากเชิงส่งเสริมสุขภาพจากชุมชน เพื่อให้มีความน่าสนใจ และสอดคล้องกับการพัฒนาให้เป็นเมืองต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน ในส่วนของห้องอาบน้ำ/ห้องสุขา ควรมีการดูแลความสะอาดให้ถูกสุขลักษณะอยู่อย่างสม่ำเสมอ และให้มีจำนวนเพียงพอต่อการใช้งาน

การออกแบบกิจกรรมสุขภาพเชิงประสบการณ์

ในมิติการสร้างแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาแพ็คเกจสุขภาพแบบองค์รวมสอดคล้องกับแนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Porter (1998) ที่เน้นการสร้างคุณค่าเพิ่มและความแตกต่าง ขณะเดียวกัน งานของ Suban (2024) ยืนยันว่าประสบการณ์เชิงอารมณ์และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อความตั้งใจบอกต่อ ซึ่งสะท้อนความสำคัญของการออกแบบกิจกรรมสุขภาพที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน

การเสริมสร้างศักยภาพและบทบาทของชุมชน

แนวทางพัฒนาแบบบูรณาการที่เน้นโครงสร้างพื้นฐาน กิจกรรมเชิงประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ Goodwin (2017) ที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการวิจัยยังสนับสนุนข้อเสนอของ Lee et al. (2013) ที่ชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนมีผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว

3. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืน

การพัฒนาอำเภอคลองท่อมควรดำเนินการแบบบูรณาการ โดยยกระดับมาตรฐานบริการ พัฒนากิจกรรมสุขภาพที่ตอบโจทย์แรงจูงใจตลาด เสริมสร้างบทบาทชุมชน และกำหนดมาตรการสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดความสมดุล โดยแบ่งได้ตามต่อไปนี้

มิติเศรษฐกิจ

การพัฒนาแพ็คเกจสุขภาพช่วยเพิ่มรายได้และระยะเวลาพำนักร เนื่องจากสามารถผสมผสานกิจกรรมด้านสุขภาพ เข้ากับการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ครบวงจร และส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น รวมทั้งช่วยยืดระยะเวลาการพำนักรของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ สอดคล้องกับ Pholtanee and Boonphetkaew (2022) ที่เสนอกรอบแบบกิจกรรมที่ครอบคลุมตามแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ใหม่ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อันจะส่งผลให้เกิดการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคต

มิติสังคม

การพัฒนาควรมุ่งยกระดับมาตรฐานบริการ พัฒนากิจกรรมที่หลากหลาย ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน สอดคล้องกับ Setthayukanont and Jarutach (2024) เห็นว่าการบริหารแหล่งท่องเที่ยวสำหรับบ่อน้ำพุร้อน ภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันในการพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ ในด้านของการศึกษาวิจัยอาทิการตรวจคุณภาพน้ำ การตลาดและกลุ่มเป้าหมาย การจัดการเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับจังหวัด และหากร่วมมือกันการขับเคลื่อนการพัฒนาจะทำได้ดียิ่งขึ้น

มิติสิ่งแวดล้อม

ภูมิทัศน์ธรรมชาติที่มั่งคั่ง เอื้อต่อการพักผ่อนและผ่อนคลาย น้ำพุร้อนมีอุณหภูมิคงที่ น้ำใสสะอาด เหมาะต่อการฟื้นฟูสุขภาพของอำเภอคลองท่อม จ.กระบี่ สอดคล้องกับ Pholtanee and Boonphetkaew (2022) การอาบน้ำแร่ แช่น้ำพุร้อน มีประโยชน์ต่อร่างกาย มีสรรพคุณในการรักษา และบรรเทา อาการของโรคต่าง ๆ ได้ อาทิการบรรเทาอาการปวดกระดูก ปวดกล้ามเนื้อ และยังช่วย ผ่อนคลายทั้งร่างกาย และจิตใจ ทำให้รู้สึกกระชุ่มกระชวย เป็นการลดความเครียดได้

องค์ความรู้ใหม่และข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี (Theoretical Contribution)

งานวิจัยนี้เสนอองค์ความรู้ใหม่ใน 2 ประเด็นสำคัญ ได้แก่

1.การเชื่อมโยง “ทรัพยากรน้ำพุร้อน” กับ “กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” ในเชิงกระบวนการงานวิจัยที่ผ่านมา โดยมักมุ่งประเมินลักษณะทรัพยากร แต่การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า การออกแบบกิจกรรมและการบริหารจัดการเป็นตัวแปรกลาง (Mediating Mechanism) ที่แปลงทรัพยากรธรรมชาติไปสู่คุณค่าเชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม

2.การพัฒนาโมเดลเชิงพื้นที่ (Area-based Wellness Development Model) ผลการวิจัยสะท้อนว่า ความสำเร็จของการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากทรัพยากรน้ำพุร้อนขึ้นอยู่กับ “กลไกการพัฒนาแบบบูรณาการ 3 มิติ” ได้แก่

- (1) การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานบริการ
- (2) การออกแบบกิจกรรมสุขภาพเชิงประสบการณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น
- (3) การเสริมสร้างศักยภาพและบทบาทของชุมชน

ทั้งสามมิติทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมโยงศักยภาพทรัพยากรไปสู่ผลลัพธ์ด้านความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โมเดลดังกล่าวช่วยขยายกรอบแนวคิดเดิมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากการเน้น “ทรัพยากร” ไปสู่การอธิบาย “กระบวนการพัฒนาเชิงระบบ” ในระดับพื้นที่ ซึ่งเป็นการต่อยอดเชิงทฤษฎีที่สอดคล้องกับบริบทของแหล่งน้ำพุร้อนในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Policy Recommendations) มิติด้านสังคม

1.1 กำหนดนโยบายพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนเป็น “Wellness Destination ระดับจังหวัด” อย่างชัดเจนหน่วยงานภาครัฐควรกำหนดทิศทางการพัฒนาอำเภอคลองท่อมให้เป็นพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยบูรณาการแผนพัฒนาการท่องเที่ยว แผนพัฒนาจังหวัด และแผนสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ

1.2 ควรจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการแหล่งน้ำพุร้อนในระดับพื้นที่ ประกอบด้วยภาครัฐ เอกชน ชุมชน และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อกำหนดมาตรฐาน แนวทางการกำกับดูแล และแผนพัฒนาร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

1.3 กำหนดมาตรฐานบริการและรับรองคุณภาพกิจกรรมเชิงสุขภาพ ควรกำหนดมาตรฐานด้านความปลอดภัย สุขอนามัย การให้บริการสปาและกิจกรรมสุขภาพ รวมถึงระบบรับรองคุณภาพ (Certification) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศสนับสนุนงบประมาณด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณเพื่อปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค ทางเดิน ห้องอาบน้ำ ระบบบำบัดน้ำเสีย และป้ายสื่อความหมายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1.4 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับนโยบาย ควรกำหนดนโยบายที่เปิดโอกาสให้ชุมชนมีบทบาทในการวางแผน ตัดสินใจ และรับประโยชน์จากการพัฒนา เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของทรัพยากรและลดความขัดแย้งในระยะยาว

1.5 จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านกิจกรรมสุขภาพ เช่น นวดพื้นบ้าน สมุนไพร เข้ารับการอบรมพัฒนาทักษะด้านการบริการ และการจัดการท่องเที่ยว ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแนวทางการนำไปใช้จริง: พัฒนา “เส้นทางกิจกรรมสุขภาพชุมชน” เชื่อมโยงน้ำพุร้อนกับกิจกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการภาคเอกชน มิติด้านเศรษฐกิจ จากผลการวิจัยที่พบว่านักท่องเที่ยวต้องการกิจกรรมที่หลากหลายและได้มาตรฐาน ผู้ประกอบการควร

2.1 พัฒนาแพ็คเกจกิจกรรมเชิงสุขภาพ เช่น โปรแกรมแช่น้ำ นวด สปาไทย และสมุนไพร

2.2 ยกระดับมาตรฐานบริการด้านความสะอาด ความปลอดภัย และบุคลากร

2.3 ร่วมมือกับชุมชนในการจัดกิจกรรมเชิงประสบการณ์ (Experiential Wellness Tourism)

2.4 ใช้สื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง แนวทางการนำไปใช้จริง: จัดทำแพ็คเกจ “Hot Spring Wellness Experience” เชื่อมโยงที่พัก ร้านอาหาร และกิจกรรมชุมชน

การพัฒนาแพ็คเกจสุขภาพที่มีความหลากหลายและได้มาตรฐาน จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาใช้บริการมากขึ้น ส่งผลให้เกิด การใช้จ่ายในพื้นที่เพิ่มขึ้น ทั้งค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเข้าสถานบริการสุขภาพ และค่ากิจกรรมต่าง ๆ เช่น การนวด การสปา หรือการทำกิจกรรมกับชุมชน ทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นมากขึ้น รายได้ไม่ได้กระจุกตัวอยู่เฉพาะผู้ประกอบการหลัก แต่กระจายไปสู่ร้านค้าในชุมชน ผู้ผลิตสินค้า OTOP ผู้ให้บริการนวดพื้นบ้าน และผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่

3. ข้อเสนอแนะด้านการจัดการทรัพยากรและความยั่งยืน มิติด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการพัฒนาอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงควร

3.1 กำหนดมาตรการจัดการขยะและน้ำเสีย

3.2 ควบคุมจำนวนผู้เข้าใช้บริการตามขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity)

3.3 จัดทำระบบติดตามผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรและ สิ่งแวดล้อม
ติดตั้งระบบตรวจสอบคุณภาพน้ำและรายงานผลต่อสาธารณะอย่างสม่ำเสมอ

3.4 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ควบคู่กับกิจกรรมเพื่อสุขภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายพื้นที่ศึกษาไปยังแหล่งน้ำพุร้อนอื่นเพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการพัฒนา
2. ใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mixed Methods) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงปริมาณ
3. ศึกษาติดตามผลระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อประเมินผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
4. ขยายกลุ่มผู้ให้ข้อมูล เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติ และผู้กำหนดนโยบายระดับจังหวัด
5. บูรณาการเทคโนโลยี เช่น GIS และแพลตฟอร์มดิจิทัล ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่
6. ศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างละเอียด เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- Dryglas, D., & Salamaga, M. (2017). Applying destination attribute segmentation to health tourists: A case study of Polish spa resorts. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(4), 503–514.
- Goodwin, H. (2017). *Responsible tourism: Using tourism for sustainable development* (2nd ed.). Goodfellow Publishers.
- Hall, C. M., Prayag, G., & Amore, A. (2017). *Tourism and resilience: Individual, organisational and destination perspectives*. Channel View Publications.
- Inwang, K. (2020). Community participation in the management of health tourism destinations. *NIDA Development Journal*, 60(3), 89–105. [in Thai]
- Kaewnet, P., Chaisanit, P., & Yodsuwan, C. (2022). Tourism stakeholder participation process in hot spring wellness tourism in Chiang Rai Province. *Silpakorn University Journal*, 42(5), 71–83.
- Konu, H. (2010). Identifying potential wellbeing tourism segments in Finland. *Tourism Review*, 65(2), 41–51.
- Lee, T. H., Jan, F.H., & Yang, C.C. (2013). Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviors from the perspective of community-based tourism. *Tourism Management*, 36, 454–468.
- Mueller, H., & Kaufmann, E. L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 5–17.
- Pholtanee, I., & Boonphetkaew, U. (2022). The Motivation of Thai Tourists for Health Tourism in Khao Chai Son Hot Spring, Phatthalung Province. *Suratthani Rajabhat Journal*, 10(2), 97–120. [in Thai]
- Pimolsompong, C. (2018). Guidelines for sustainable health tourism development in Thailand. *International Thai Tourism Journal*, 14(1), 1–18. [in Thai]
- Porter, M. E. (1998). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Rattanadilok Na Phuket, K., & Weerakit, N. (2019). Assessment of the readiness of hot spring tourism resources in Khlong Thom District, Krabi Province for development as a prototype wellness hot spring tourism destination. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 12(3), 1031–1051. [in Thai]
- Setthayukanont, R., & Jarutach, T. (2024). Behavior, Decision Factor and Satisfaction of Natural Hot Spring Tourists: Case Studies of Porn Rang Hot Spring, Taryn Hot Spring in Ranong, and Wareerak Hot Spring and Wellness in Krabi. *Sarasatr: Journal of Architecture and Design*, 7(1), 200–216. [in Thai]
- Smith, M., & Puczkó, L. (2014). *Health, tourism and hospitality: Spas, wellness and medical travel*. Routledge.
- Srichantra, T., & Manirochana, N. (2021). Competitiveness of natural hot spring wellness tourism destinations in lower central Thailand. *Srinakharinwirot Business Journal*, 12(1), 115–137. [in Thai]
- Suban, S. A. (2024). Spa tourism: Understanding the relationship of tourists' emotional experience, destination image, satisfaction, and intention to recommend using an integrated model. *International Journal of Spa and Wellness*, 7(1), 1–22.

การศึกษาอิทธิพลตามแนวคิดโมเดล ESG และ แนวคิด Customer Centric ผ่านทัศนคติ ของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปภพ พุฒิมานรติกุล¹ และ สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ^{2*}

^{1,2*} บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 ประเทศไทย

*ผู้เขียนหลัก อีเมล suthinan.p@bu.ac.th

วันที่ได้รับบทความ: 17 มกราคม 2569 วันที่แก้ไขบทความ: 25 พฤษภาคม 2569 วันที่ตอบรับบทความ: 30 พฤษภาคม 2569

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงตรงและเชิงอ้อมของแนวคิดโมเดล ESG ต่อทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยและต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร 3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงตรงและเชิงอ้อมของแนวคิด Customer Centric ต่อทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยและต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร และ 4. เพื่อทดสอบบทบาทของทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ระหว่าง (1) แนวคิดโมเดล ESG กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร และ (2) แนวคิด Customer Centric กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่สนใจและตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ผ่านการจอร์นนิ่งในงาน Bangkok International Motor Show 2025 ครั้งที่ 46 จำนวน 400 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.878 และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และข้อมูลเชิงอนุมาน ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG และปัจจัยแนวคิด Customer Centric มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV และ มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และทัศนคติของผู้บริโภค ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน ที่เชื่อมโยงอิทธิพลของปัจจัยภายนอก ทั้งปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG และปัจจัยแนวคิด Customer Centric ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางการส่งเสริมองค์ความรู้ด้าน ESG และการบริโภคอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความตระหนักรู้และพฤติกรรมบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

คำสำคัญ: แนวคิดโมเดล ESG แนวคิด Customer Centric การตัดสินใจซื้อ รถยนต์ไฟฟ้า EV

A Study of the Influence of the ESG Model and the Customer Centric Concept on the Attitudes of Thai Consumers toward the Decision to Purchase Electric Vehicles (EVs) in the Bangkok Metropolitan Area

Papob Puttimanoradeekul¹ and Suthinan Pomsuwan^{2*}

^{1,2*} Graduate School, Bangkok University, Khlong Luang District, Pathum Thani 12120, Thailand

* Corresponding author's E-mail: suthinan.p@bu.ac.th

Received: 17 January 2026 / Received in revised form: 25 May 2026 / Accepted: 30 May 2026

Abstract

This research aimed to: 1. study the factors influencing electric vehicle (EV) purchase decisions in Bangkok Metropolitan Area; 2. analyze the direct and indirect relationships of the ESG model concept on Thai consumers' attitudes and EV purchase decisions in Bangkok Metropolitan Area; 3. analyze the direct and indirect relationships of the Customer Centric concept on Thai consumers' attitudes and EV purchase decisions in Bangkok Metropolitan Area; and 4. examine the mediating role of Thai consumers' attitudes between (1) the ESG model concept and EV purchase decisions in Bangkok Metropolitan Area, and (2) the Customer Centric concept and EV purchase decisions in Bangkok Metropolitan Area. This study employed quantitative research methodology. Data were collected from 400 respondents who were interested in and decided to purchase EVs through vehicle reservations at the 46th Bangkok International Motor Show 2025. The research instrument was a questionnaire that was tested for validity and reliability, with a reliability coefficient of 0.878. Data were analyzed using descriptive and inferential statistics, including Structural Equation Modeling. The findings revealed that both the ESG model concept and the Customer Centric concept had a direct influence on EV purchase decisions and an indirect influence through Thai consumers' attitudes at a statistical significance level of 0.05. In addition, Thai consumers' attitudes had a direct influence on EV purchase decisions at a statistical significance level of 0.05. Consumers' attitudes also functioned as a mediating variable linking the influence of external factors, namely the ESG model concept and the Customer Centric concept, to EV purchase decisions. The findings of this research can be used as a guideline for promoting ESG knowledge and sustainable consumption in order to raise awareness and encourage environmentally friendly consumer behavior in the long term.

Keywords: ESG Model, Customer-Centric Concept, Decision to Purchase, Electric Vehicles (EVs)

บทนำ

อุตสาหกรรมรถยนต์พลังงานใหม่เติบโตอย่างรวดเร็วท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลกและความท้าทายต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน การทำความเข้าใจปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้บริโภคซื้อรถยนต์พลังงานใหม่เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาในอนาคตของอุตสาหกรรมรถยนต์พลังงานใหม่ Costa et al. (2021), Lee (2024) และ Wang et al. (2024) กล่าวว่าเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืน อุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าได้กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญของความพยายามระดับโลกในการต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยได้รับแรงผลักดันจากความต้องการการขนส่งที่ยั่งยืนที่เพิ่มขึ้นจากประเทศชั้นนำ การวิจัยในปัจจุบันเกี่ยวกับประสิทธิภาพและความยั่งยืนในภาคส่วนรถยนต์ไฟฟ้าส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่ประสิทธิภาพทางการเงิน โดยขาดแนวทางแบบบูรณาการในการประเมินประสิทธิภาพที่คำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนและหลากหลายของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งทัศนคติการรับรู้ของผู้บริโภคและแรงจูงใจ ด้านนโยบายที่ท้าทายต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์พลังงานใหม่ของผู้บริโภค รวมถึงผลกระทบที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์แบรนด์และมูลค่าที่ผู้บริโภครับรู้ ผู้บริโภคมีการประเมินมากขึ้นว่าการตัดสินใจซื้อมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม และการกำกับดูแลที่โปร่งใส และผู้ผลิตรถยนต์ก็มุ่งมั่นที่จะสร้างความยั่งยืนและพยายามเพิ่มระดับการตัดสินใจซื้อ โดยการพัฒนาการจัดการ ESG (Environmental, Social and Governance) ที่เชื่อมโยงกับการพัฒนารถยนต์ไฟฟ้า EV ด้วยการใช้พลังงานหมุนเวียน การรับรองแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่เป็นธรรม และการมีส่วนร่วมในชุมชน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการจัดการ ESG ได้กลายเป็นกลยุทธ์หลักสำหรับความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว สอดคล้องกับการศึกษาของ Wang et al. (2021) รายงานว่าการรับรู้ของผู้บริโภคส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์พลังงานใหม่ การจัดการ ESG ไม่เพียงส่งผลกระทบต่อประเมินเชิงฟังก์ชัน เช่น คุณภาพที่รับรู้ได้ แต่ยังส่งผลต่อปัจจัยทางจิตวิทยาที่ขับเคลื่อนการตัดสินใจซื้อ รวมถึงมูลค่าแบรนด์และความไว้วางใจในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งการตัดสินใจซื้อมีความเกี่ยวข้องสูงและมีความอ่อนไหวต่อความเสี่ยง นอกจากการที่อุตสาหกรรมรถยนต์พลังงานใหม่ต้องให้ความสำคัญกับปัจจัย ESG ที่ผู้บริโภครับรู้ และมีส่วนสำคัญกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์พลังงานใหม่แล้ว Buhmann and Criado (2023) กล่าวว่าอุตสาหกรรมรถยนต์พลังงานใหม่ต้องมุ่งเน้นกลยุทธ์ที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) และนวัตกรรมเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จของการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน

จากประเด็นดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาในบริบทของแนวคิดโมเดล ESG (Environmental, Social and Governance) และ แนวคิด Customer Centric ทัศนคติ และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV โดยผู้วิจัยได้กำหนดเป็นข้อหวัข้อวิจัย “การศึกษาอิทธิพลตามแนวคิดโมเดล ESG และ แนวคิด Customer Centric ผ่านทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยกำหนดวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงตรงและเชิงอ้อมของแนวคิดโมเดล ESG ต่อทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยและต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงตรงและเชิงอ้อมของแนวคิด Customer Centric ต่อทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยและต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อทดสอบบทบาทของทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยในฐานะตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ระหว่าง 1) แนวคิดโมเดล ESG กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) แนวคิด Customer Centric กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. กรณีสถิติการรถยนต์ไฟฟ้า EV

Sanguesa et al. (2021) และ Chinda (2024) กล่าวว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย ซึ่งเป็นเสาหลักสำคัญของเศรษฐกิจ กำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เนื่องจากการเกิดขึ้นของรถยนต์ไฟฟ้า (EV) การเติบโตของรถยนต์ไฟฟ้าส่งผลกระทบต่อตลาดตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค รวมถึงนโยบายของไทยในการส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งมีการเติบโตอย่างรวดเร็วของการใช้รถยนต์ไฟฟ้า ด้วยการขับเคลื่อนจากการลงทุนจากต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

และมาตรการจูงใจจากภาครัฐ ควบคู่ไปกับการเปลี่ยนมาใช้รถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคมากขึ้น ผ่านการศึกษาของการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยเป็นความท้าทายที่ต้องเผชิญ เพื่อความอยู่รอดในการการแข่งขัน นอกจากนี้ Prakthayanon and Worasatepong (2022) รายงานว่ารถยนต์ไฟฟ้า (EV) ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย โดยมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าสะสมในประเทศไทยสูงขึ้นทุกปีของรถยนต์จดทะเบียนทั้งหมดทั่วประเทศ นอกจากนี้ ยังมีแบรนด์รถยนต์ชื่อดังหลายแบรนด์ได้เข้ามาทำตลาดในประเทศไทยด้วยรถยนต์ไฟฟ้ารุ่นใหม่ ๆ มากมาย การเพิ่มขึ้นของตัวเลือกเหล่านี้ทำให้รถยนต์ไฟฟ้าเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคชาวไทยมากขึ้น เมื่อพิจารณาถึงข้อดีนั้น การใช้รถยนต์ไฟฟ้าไม่เพียงแต่ช่วยประหยัดเงินในระยะยาว แต่ยังช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ด้วยประสบการณ์การขับขี่ที่สนุกสนาน และการบำรุงรักษาที่ง่าย

นอกจากการศึกษารถยนต์ไฟฟ้า EV ในประเทศไทยแล้ว Xu et al. (2020) กล่าวว่า การรับรู้ของผู้บริโภคทั่วโลกต่อรถยนต์ไฟฟ้ากำลังเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการพัฒนาทางเทคโนโลยี นโยบายและทัศนคติของสังคมยังคงส่งผลต่อภูมิทัศน์ของอุตสาหกรรมยานยนต์ แม้ว่าความท้าทายจะยังคงอยู่แต่การเน้นย้ำเรื่องความยั่งยืนและการเปลี่ยนผ่านไปสู่แหล่งพลังงานสะอาดกำลังผลักดันให้ผู้บริโภคทั่วโลกมีมุมมองเชิงบวกต่อรถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น การรับรู้ของผู้บริโภคต่อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) แตกต่างกันไปตามปัจจัยหลายประการ รวมถึงที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ บริบททางวัฒนธรรม สถานะทางเศรษฐกิจ ความตระหนักรู้ทางเทคโนโลยี และความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคจำนวนมากมองว่ารถยนต์ไฟฟ้าเป็นทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่ารถยนต์เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบดั้งเดิม การรับรู้นี้เกิดจากความเชื่อที่ว่ารถยนต์ไฟฟ้าไม่ปล่อยมลพิษจากท่อไอเสีย ลดมลพิษทางอากาศและก๊าซเรือนกระจก จึงช่วยต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อย่างไรก็ตาม การรับรู้อาจแตกต่างกันไปตามแหล่งที่มาของไฟฟ้าที่ใช้ในการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า โดยพลังงานหมุนเวียนได้รับการมองในแง่ดีมากกว่าเชื้อเพลิงฟอสซิล ดังนั้น การวิจัยควรแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามข้อมูลประชากร สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม และที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรม การซื้อและทัศนคติที่หลากหลายต่อรถยนต์ไฟฟ้าได้ดียิ่งขึ้น อิทธิพลของนโยบายและกฎระเบียบยังคงไม่ได้รับการสำรวจอย่างเพียงพอ โดยมีกรณีวิเคราะห์อย่างจำกัดว่ามาตรการเฉพาะ เช่น เงินอุดหนุน แรงจูงใจทางภาษี และการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานการชาร์จ ส่งผลกระทบบนตรงต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคและอัตราการยอมรับอย่างไร ยิ่งไปกว่านั้น แม้ว่าจะมีการรายงานการเติบโตของยอดขายรถยนต์ไฟฟ้า แต่ยังมีอุปสรรคสำคัญ เช่น ความกังวลเรื่องระยะทาง ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานการชาร์จ และต้นทุนเริ่มต้นที่สูง ซึ่งเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการวิจัยเพื่อวัดปริมาณอุปสรรคเหล่านี้และประเมินผลกระทบต่อกลุ่มผู้บริโภคต่าง ๆ บทบาทของการรับรู้แบรนด์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ยังไม่ได้รับการสำรวจอย่างเพียงพอ เนื่องจากความเข้าใจว่าความไว้วางใจในแบรนด์และกลยุทธ์ทางการตลาดส่งผลต่อการเลือกของผู้บริโภคอย่างไร นอกจากนี้ ยังขาดการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับตลาดโลก ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงความท้าทายและโอกาสเฉพาะที่ตลาดเกิดใหม่ต้องเผชิญ การแก้ไขช่องว่างเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งท้ายที่สุดแล้วจะสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงด้านพลังงาน และเป้าหมายด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศได้อย่างสมบูรณ์

2. แนวคิดโมเดล ESG (Environmental, Social and Governance)

แนวคิดโมเดล ESG (Environmental, Social and Governance) เป็นแนวทางปฏิบัติ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านธรรมาภิบาล (ESG) เป็นตัวกำหนดขอบเขตที่องค์กรต่าง ๆ ต้องการใช้เป็นกลยุทธ์การบรรลุความสำเร็จทางธุรกิจ ปัจจุบันโลกต้องเผชิญกับความท้าทายที่ซับซ้อน เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความไม่เท่าเทียมทางสังคม และการปฏิบัติที่ผิดจริยธรรม แนวทางปฏิบัติทางธุรกิจที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคมต้ององค์กรทั้งในด้านการเงินและการดำเนินงาน ทำให้การบูรณาการประเด็น ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านธรรมาภิบาล (ESG) เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรในทุกภูมิทัศน์ทางธุรกิจ ทั้งเพื่อความอยู่รอดและการเติบโตตัวชี้วัด ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านธรรมาภิบาล (ESG) ได้เติบโตจนกลายเป็นเกณฑ์มาตรฐานที่สำคัญในฐานะองค์ประกอบสำคัญในการวัดผลกระทบทางจริยธรรมในระยะยาวของการลงทุน และการสร้างความสอดคล้องระหว่างผลประโยชน์ของนักลงทุน ผู้บริหารองค์กรที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในแง่ของการได้รับผลกระทบโดยตรงจากเกณฑ์มาตรฐานเหล่านั้น ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านธรรมาภิบาล โดยแต่ละองค์ประกอบ มีบทบาทสำคัญที่จะช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับผลการดำเนินงานของบริษัทที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (Pollman, 2022) และ Popescu et al. (2022) กล่าวว่าในบริบทของการเปลี่ยนแปลงด้านพลังงานระดับโลก ความสำคัญของหลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ปรากฏชัดเจนมากขึ้นเรื่อย ๆ แนวปฏิบัติ ESG

ช่วยให้องค์กรบรรลุการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในขณะเดียวกันก็จัดการกับความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม และปรับปรุงความรับผิดชอบต่อสังคมและธรรมาภิบาลขององค์กร การพัฒนารถยนต์พลังงานใหม่ สอดคล้องกับหลักการ ESG อย่างใกล้ชิด ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบโดยธรรมชาติในการส่งเสริมแนวปฏิบัติที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม Ray et al. (2024) กล่าวว่าอุตสาหกรรมรถยนต์พลังงานใหม่ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น ความไม่แน่นอนของนโยบาย เงินอุดหนุนที่ผันผวน อุปสรรคทางเทคโนโลยี แรงกดดันจากการแข่งขันในตลาดและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ความท้าทายเหล่านี้ทำให้บางบริษัทหันมาใช้กลยุทธ์ที่กล่าวอ้างตามหลักการ ESG แต่ไม่ได้สอดคล้องกับหลักการ ESG ที่แท้จริง ทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของตนเอง เพื่อลดต้นทุนขององค์กรเป็นหลัก ทั้งนี้ de Hoyos Guevara and Dib (2022) และ Alanazi (2023) กล่าวว่าการทำงานด้าน ESG ที่แข็งแกร่งจะช่วยปรับปรุงผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแล เสริมสร้างความเชื่อมั่นของนักลงทุน และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ในขณะเดียวกันความสนใจของผู้บริโภคต่อผลการดำเนินงานด้าน ESG ของบริษัทก็เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยกิจกรรมด้านสังคมและการกำกับดูแลช่วยเสริมสร้างความตั้งใจในการซื้อโดยตรง ในขณะที่ผลกระทบโดยตรงของมิติสิ่งแวดล้อมอาจมีข้อจำกัดในบางสถานการณ์ จากหลักฐานจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ ก็สนับสนุนอิทธิพลเชิงบวกของ ESG ต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคเช่นกัน ในบริบทของรถยนต์พลังงานใหม่นั้น ภาพลักษณ์ของแบรนด์และมูลค่าที่รับรู้ได้นั้นเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ด้าน ESG และการตัดสินใจซื้อ โดยรวมแล้วมูลค่าที่รับรู้ได้ด้านสิ่งแวดล้อมเป็นกลไกที่น่าจะเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงการจัดการ ESG กับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคโดยตรง ทั้งนี้ จากการศึกษาของ Li and Wu (2021) และ Tyagi and Vishwakarma (2022) พบว่าการซื้อรถยนต์พลังงานใหม่นั้น ปัญหาความไม่สมดุลของข้อมูลระหว่างผู้บริโภคและผู้ขาย ผู้ผลิตรถยนต์และตัวแทนจำหน่ายทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสัญญาณในบริบทนี้โดยเริ่มต้นการสื่อสารกับผู้บริโภคที่มีศักยภาพ ผู้ผลิตรถยนต์และตัวแทนจำหน่ายใช้กลยุทธ์การส่งสัญญาณที่หลากหลายเพื่อถ่ายทอดข้อมูลและสร้างความไว้วางใจกับผู้บริโภครถยนต์พลังงานใหม่ที่มีศักยภาพ สัญญาณที่สำคัญเป็นการแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นต่อหลักการ ESG โดยการแสดงให้เห็นถึงความพยายามด้าน ESG เช่น แนวทางการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การรายงานความยั่งยืนที่โปร่งใส และความร่วมมือที่ส่งเสริมพลังงานสะอาด ผู้ส่งสัญญาณมุ่งหวังที่จะลดความไม่สมดุลของข้อมูลและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ด้วยการส่งสัญญาณที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภครถยนต์พลังงานใหม่ โดยเน้นย้ำถึงความเหมาะสมของรถยนต์เหล่านี้ในฐานะทางเลือกที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

3. แนวคิด Customer Centric

แนวคิด Customer Centric เป็นการยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง กลยุทธ์ทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้า Fader (2020) และ Pardo-Jaramillo et al. (2020) กล่าวว่า การวางกลยุทธ์โดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางจะช่วยให้มุ่งเน้นไปที่การส่งมอบมูลค่าแทนที่จะเพียงแค่ทำตามตัวชี้วัดที่บรรลุแล้ว และช่วยสร้างขอบเขตขององค์กร ความเข้าใจในตัวลูกค้า และผลลัพธ์ที่ดีขึ้น หากเป้าหมายของการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม การสร้างองค์กรที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางจึงเป็นสิ่งจำเป็น ทุกอย่างจะลงตัวเมื่อเริ่มตัดสินใจโดยยึดความเข้าใจในตัวลูกค้าเป็นพื้นฐาน ด้วยการปฏิบัติตามแนวทางนี้ จะอยู่ในตำแหน่งที่ดีกว่าในการสร้างความได้เปรียบที่ยั่งยืน ชนะใจลูกค้า และสามารถบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้อย่างแน่นอน รวมถึงพฤติกรรมและความคาดหวังของลูกค้าเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้ องค์กรต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องใช้การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ด้วยแนวทางมานุษยวิทยาเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค นอกจากนี้ Azeem et al. (2022) กล่าวว่า แนวทางการให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นศูนย์กลางของบริษัทประกอบด้วย การบูรณาการลูกค้า การบูรณาการภายใน และการบูรณาการภายนอก การระบุจุดสัมผัสของลูกค้าในแต่ละขั้นตอนของเส้นทางของลูกค้า จะช่วยส่งเสริมการดำเนินการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง จะช่วยให้องค์กร สามารถระบุและแก้ไขปัญหาความต้องการ และกระบวนการตัดสินใจเฉพาะของลูกค้า ซึ่งนำไปสู่กลยุทธ์ที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางที่มีความเป็นส่วนตัวและมีประสิทธิภาพมากขึ้น การศึกษาของ Dressler and Paunovic (2021) และ Ajitabh (2022) พบว่าการมุ่งเน้นลูกค้าควบคู่ไปกับการมุ่งเน้นความสัมพันธ์กับลูกค้า ก่อให้เกิดมุมมองที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางอย่างแข็งแกร่งในกลยุทธ์การตลาด ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อใช้ข้อมูลลูกค้าให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการบริหารจัดการคุณค่าของลูกค้าและผลกำไรขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น กลยุทธ์การตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางมีที่มาจากแนวคิดการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ซึ่งคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าในการสร้างคุณค่า สิ่งนี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรที่ดำเนินงานในตลาดต่างประเทศ เพราะการมุ่งเน้นลูกค้าช่วยให้องค์กรสามารถเข้าสู่ตลาดใหม่ได้อย่างประสบความสำเร็จ แท้จริงแล้ว ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาดอาจมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ เพราะยังช่วยให้องค์กรสามารถตัดสินใจได้ดียิ่งขึ้นเกี่ยวกับการกำหนด

มาตรฐานหรือการปรับเปลี่ยนโปรแกรมการตลาดระหว่างประเทศ นอกจากนี้ Pardo-Jaramillo et al. (2020) และ Nogueira et al. (2023) กล่าวว่า การจะเป็นองค์กรที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย หลายองค์กรคิดว่าตนเองเป็นองค์กรที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางเพราะอ้างว่า “ใกล้ชิดกับลูกค้า” หรือ “มุ่งเน้นลูกค้า” แต่บ่อยครั้งที่สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงแค่นวนคิดก็เป็นเพียงก้าวแรกในเส้นทางสู่การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางในฐานะแหล่งที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อให้องค์กรสามารถเป็นองค์กรที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางได้ องค์กรจำเป็นต้องคิดในรูปแบบใหม่ที่แตกต่างกันไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง การเปลี่ยนแปลงที่จำเป็นจากการมองความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบเดิม ๆ นั้น จำเป็นต้องมีการคิดใหม่ในทุกด้านขององค์กร รวมถึงวัฒนธรรม กระบวนการ โครงสร้าง และกลยุทธ์ การคิดแบบยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางต้องก้าวไปไกลกว่าการพิจารณาใหม่เพียงแค่การจัดตั้งแผนกขายและการตลาดเท่านั้น เนื่องจากในทางปฏิบัติแล้ว กระบวนการนำแนวคิดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางไปใช้ทั่วทั้งองค์กรนั้นมักจะไม่ใช่ที่เข้าใจอย่างถ่องแท้

4. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับด้านทัศนคติของผู้บริโภค

แนวคิดทัศนคติของผู้บริโภค เป็นแนวโน้มทางจิตวิทยาที่สะท้อนถึงการประเมินโดยรวม (ความชอบหรือไม่ชอบ) ของบุคคลที่มีต่อผลิตภัณฑ์ แบรินด์ หรือบริษัท ซึ่งถูกหล่อหลอมโดยความเชื่อ ความรู้สึก และประสบการณ์ในอดีต และมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ ความภักดี และพฤติกรรม โดยเป็นความโน้มเอียงที่เรียนรู้มาผ่านองค์ประกอบ ด้านการรับรู้ (ความคิด) ด้านอารมณ์ (ความรู้สึก) และด้านพฤติกรรม (ความตั้งใจ) ที่ชี้ว่าผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับตลาดอย่างไร (Ajzen & Fishbein, 1980) An and Kamaruddin (2024) กล่าวว่า การเติบโตของรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ได้เปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมยานยนต์และกระตุ้นให้เกิดการศึกษาค้นคว้าอย่างมากเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบการขนส่งที่เป็นนวัตกรรมใหม่นี้ ซึ่งเน้นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และการยอมรับรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค ทั้งนี้ทัศนคติของผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม การพิจารณาทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม การตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เพิ่มขึ้นและความปรารถนาที่จะใช้แนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนได้นำไปสู่การที่ผู้บริโภคจำนวนมากมองว่ารถยนต์ไฟฟ้าเป็นทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่ารถยนต์เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบดั้งเดิม อย่างไรก็ตาม Chaturvedi et al. (2023) พบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น ราคาซื้อเริ่มต้น แรงจูงใจจากภาครัฐ และการประหยัดต้นทุนในระยะยาว มีบทบาทสำคัญในการกำหนดการตัดสินใจของผู้บริโภค ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี รวมถึงการปรับปรุงอายุการใช้งานของแบตเตอรี่ โครงสร้างพื้นฐานการชาร์จ และประสิทธิภาพของรถยนต์ ช่วยเพิ่มความมั่นใจของผู้บริโภคในรถยนต์ไฟฟ้าอย่างมาก นอกจากนี้ He and Hu (2022) และ Chen et al. (2025) พบว่าอิทธิพลทางสังคม รวมถึงการรับรู้จากเพื่อนฝูง การนำเสนอในสื่อ และชื่อเสียงของแบรนด์ ก็มีส่วนช่วยให้เกิดทัศนคติโดยรวมต่อการยอมรับรถยนต์ไฟฟ้า การมีปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยเหล่านี้เน้นให้เห็นถึงความซับซ้อนของพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทของรถยนต์ไฟฟ้า นอกจากนี้ ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ รายได้ และที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในทัศนคติ ซึ่งเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการวางกลยุทธ์การตลาดที่ตรงเป้าหมาย ภาพรวมที่ครอบคลุมนี้ชี้ให้เห็นว่า การส่งเสริมทัศนคติเชิงบวกของผู้บริโภคต่อรถยนต์ไฟฟ้าจำเป็นต้องใช้วิธีการที่หลากหลาย โดยคำนึงถึงมิติทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และสังคม ในขณะที่ตลาดรถยนต์ไฟฟ้ายังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การทำความเข้าใจทัศนคติของผู้บริโภคเหล่านี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ผลิต ผู้กำหนดนโยบาย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มุ่งส่งเสริมโซลูชันการขนส่งที่ยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Lee et al. (2023) พบว่าความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้า แสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมสูงมีแนวโน้มที่จะแสดงทัศนคติเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน รวมถึงรถยนต์ไฟฟ้า เนื่องจากมีการปล่อยคาร์บอนต่ำกว่าและลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิล ผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมสูงมองว่ารถยนต์ไฟฟ้าเป็นทางเลือกที่เหมาะสมในการบรรเทาความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การตระหนักถึงด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้า ผู้บริโภคในเมืองตระหนักถึงผลกระทบเชิงลบของยานพาหนะที่ใช้เชื้อเพลิงต่อมลพิษทางอากาศและภาวะโลกร้อนมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อการนำรถยนต์ไฟฟ้ามาใช้ อย่างไรก็ตาม แม้จะมีความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมาก ปัจจัยอื่นๆ เช่น แรงจูงใจทางการเงิน โครงสร้างพื้นฐานการชาร์จ และความคาดหวังเกี่ยวกับประสิทธิภาพของยานพาหนะยังคงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้กำหนดนโยบายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมต้องปรับปรุงการรับรู้ของผู้บริโภคโดยการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและเสนอสิ่งจูงใจทางการเงินเพื่อเสริมความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม ความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดทัศนคติเชิงบวกของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้า สอดคล้องกับการศึกษาของ Tamar et al. (2021) และ

Lu et al. (2022) พบว่าการทำความเข้าใจทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้ามีความสำคัญอย่างยิ่งด้วยเหตุผลหลายประการ ประการแรก การรับรู้ของผู้บริโภคส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งส่งผลต่อพลวัตของตลาดและความสำเร็จโดยรวมของโครงการรถยนต์ไฟฟ้า การระบุปัจจัยที่กำหนดทัศนคติเหล่านี้ เช่น ความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม การพิจารณาทางเศรษฐกิจ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จะช่วยให้ผู้ผลิตและผู้กำหนดนโยบายสามารถปรับกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ประการที่สอง การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคสามารถเปิดเผยอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นต่อการนำไปใช้ แม้ว่าความสนใจในรถยนต์ไฟฟ้าจะเพิ่มขึ้น แต่ความเข้าใจผิดและความกลัว เช่น ความกังวลเรื่องระยะทาง การขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานการชาร์จ และความกังวลเกี่ยวกับประสิทธิภาพ อาจขัดขวางผู้ซื้อที่มีศักยภาพ การแก้ไขปัญหเหล่านี้ผ่านการให้ความรู้และการประชาสัมพันธ์ที่ตรงเป้าหมาย จะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถอำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนไปใช้ระบบขนส่งไฟฟ้าได้อย่างราบรื่นยิ่งขึ้น ประการที่สาม ทัศนคติของผู้บริโภคอาจแตกต่างกันอย่างมากในกลุ่มประชากรต่าง ๆ ปัจจัยต่าง ๆ เช่น อายุ ระดับรายได้ สถานที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ และการศึกษา สามารถส่งผลกระทบอย่างมากต่อวิธีที่แต่ละบุคคลรับรู้และนำรถยนต์ไฟฟ้าไปใช้ การทำความเข้าใจความแตกต่างเหล่านี้จะช่วยให้สามารถวางกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นและพัฒนานโยบายที่คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย

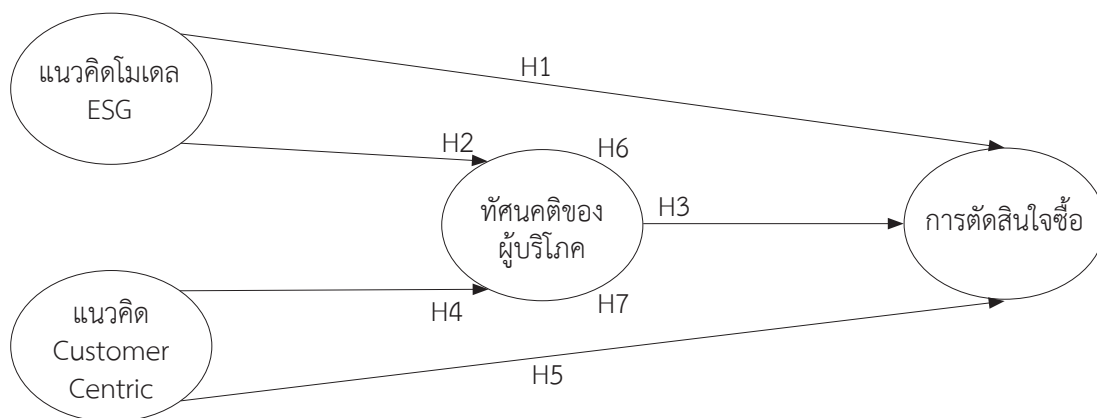
5. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับด้านการตัดสินใจซื้อ

แนวคิดการตัดสินใจซื้อเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคใช้ตั้งแต่การตระหนักถึงความต้องการไปจนถึงการไตร่ตรองหลังการซื้อ ซึ่งประกอบด้วยการรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และสุดท้ายคือ พฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งช่วยให้เกิดการตลาดสามารถปรับกลยุทธ์เพื่อโน้มน้าวลูกค้าในแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่การรับรู้ไปจนถึงความภักดี (Kumar et al., 2022) Glasscock and Fee (2015) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการตัดสินใจของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะเปลี่ยนความตั้งใจในการซื้อไปสู่พฤติกรรมการซื้อจริง ในความเป็นจริง การตัดสินใจซื้อไม่ได้นำไปสู่การเลือกผลิตภัณฑ์จริงเสมอไป การตัดสินใจซื้อจะเป็นตัวทำนายที่สำคัญ แต่ความสนใจส่วนใหญ่กลับมุ่งไปที่พฤติกรรมการซื้อจริงและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรม ทั้งนี้จากการศึกษาของ Ivanova and Moreira (2023) พบว่าส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าได้มุ่งเน้นไปที่การตัดสินใจซื้อมากกว่า พฤติกรรมการซื้อจริง มีการระบุปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เป็นเรื่องของ ปัจจัยด้านประชากร คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน และปัจจัยทางจิตวิทยา รวมถึงพบว่าปัจจัยด้านประชากร เช่น อายุ การศึกษา เพศ และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Loudiyi et al. (2022) และ Ruoso and Ribeiro (2022) กล่าวเสริมว่า นอกจากปัจจัยทางจิตวิทยา ส่วนบุคคล และสังคมวิทยาแล้ว ปัจจัยทางเศรษฐกิจก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน สถานการณ์ทางการเงินหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคจึงถูกนำมาวิเคราะห์ โดยต้องให้ความสนใจกับรายได้ส่วนบุคคล รายได้ครอบครัว รายได้ที่คาดหวัง สินทรัพย์สภาพคล่อง สินเชื่อผู้บริโภค และปัจจัยอื่น ๆ เช่น เงินฟ้อ นโยบายของรัฐบาล เป็นต้น รายได้ส่วนบุคคลคือ รายได้จริงที่ผู้บริโภคสามารถใช้ได้ในแต่ละเดือน ยิ่งรายได้สูง โอกาสในการซื้อสินค้าก็ยิ่งมากขึ้น ส่วนรายได้ครอบครัวคือ รายได้ของสมาชิกทุกคนในครอบครัว และมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ สำหรับสินทรัพย์สภาพคล่องนั้น หมายถึง สถานการณ์ที่ผู้บริโภคมีสินทรัพย์สภาพคล่องน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งรถยนต์ไฟฟ้า (EV) Trivedi and Kishore (2020) กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ จำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยหลายอย่างและตัดสินใจให้ถูกต้อง ตัวอย่างปัจจัยที่ควรพิจารณา ได้แก่ งบประมาณ การสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงและสมรรถนะ ความปลอดภัย ยี่ห้อและรุ่น บริการและอะไหล่เมื่อซื้อรถยนต์ ผู้บริโภคพยายามเลือกตัวเลือกที่ดีที่สุดจากยี่ห้อและรุ่นต่าง ๆ โดยพิจารณาจากเกณฑ์ต่าง ๆ เกณฑ์เหล่านี้ อาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความชอบและความต้องการส่วนบุคคล แต่ละบุคคลอาจมีลำดับความสำคัญที่แตกต่างกัน สำหรับการเลือกซื้อรถยนต์ จำเป็นต้องกำหนดและวิเคราะห์ระดับความสำคัญของเกณฑ์ต่าง ๆ สอดคล้องกับการศึกษาของ Featherman et al. (2021) และ Buhmann and Criado (2023) พบว่าการสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจโดยใช้เกณฑ์ต่าง ๆ และลำดับความสำคัญการทำความเข้าใจว่าที่ตั้งของที่อยู่อาศัยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้รถยนต์ไฟฟ้าอย่างไร จะช่วยให้สามารถออกแบบกลยุทธ์และนโยบายที่ตรงเป้าหมาย และการยอมรับลำดับความสำคัญที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในเมืองและชนบท จะช่วยให้องค์กรสามารถปรับเสนอการส่งเสริมการตลาดได้ เช่น การเน้นการดึงดูดทางอารมณ์จะมีประสิทธิภาพมากกว่าในพื้นที่ชนบท ในขณะที่พื้นที่ในเมืองจะตอบสนองได้ดีกว่าทางด้านราคาหรือประโยชน์ทางสังคม ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความชอบที่แตกต่างกันตามที่ตั้งของที่อยู่อาศัยยังสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ ธุรกิจอาจพิจารณาเสนอผลิตภัณฑ์หรือคุณสมบัติที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการและค่านิยมเฉพาะของคนในเมือง

หรือชนบท การทำความเข้าใจผลกระทบที่สำคัญยิ่งขึ้นของปัจจัยบางอย่าง เช่น ราคาหรือคุณค่าทางสังคม ในสภาพแวดล้อมในเมือง อาจช่วยให้องค์กรวางกลยุทธ์การเจาะตลาดในพื้นที่เหล่านี้ ซึ่งอาจช่วยเพิ่มอัตราการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Krishnan and Koshy (2021) และ Ghosh and Chatterjee (2023) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อเป็นแนวโน้มเฉพาะของผู้บริโภคที่วางแผนหรือเต็มใจหรือพร้อมที่จะซื้อสินค้าและมีบทบาทสำคัญในการทำนายพฤติกรรมผู้บริโภคที่แท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อกล่าวถึงการใช้รถยนต์ไฟฟ้า (EV) ท่ามกลางสถานการณ์ที่ค่าใช้จ่ายของรถยนต์ไฟฟ้าและความแปลกใหม่ทางเทคโนโลยี เป็นโครงสร้างพื้นฐานทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า และผู้บริโภคเห็นว่าความคุ้มค่าระหว่างต้นทุนและผลประโยชน์นั้นเหมาะสม และตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม รวมถึงพิจารณาว่ารถยนต์ไฟฟ้ามีเกียรติทางสังคมสูง นอกจากนี้การตัดสินใจซื้อนั้นมีทั้งด้านความรู้ความเข้าใจ เช่น การรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การประหยัดเชื้อเพลิง และการบำรุงรักษา และประสิทธิภาพด้านอารมณ์ เช่น ความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม ความผูกพันกับเทคโนโลยีสีเขียว รวมถึงแหล่งที่มาทางด้านสังคมของพฤติกรรม เช่น บรรทัดฐานทางสังคม เงินอุดหนุนจากรัฐบาล การใช้การตัดสินใจซื้อจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถประเมินความสำเร็จของการส่งเสริมทางการตลาด นโยบาย และมาตรการทางเทคโนโลยีที่สามารถลดอุปสรรคในการนำไปใช้และเร่งการเปลี่ยนผ่านไปสู่การแข่งขันทางธุรกิจได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดพื้นฐานที่กล่าวมาข้างต้นและการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาเป็นโมเดลการวิจัย โดยแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย แนวคิดโมเดล ESG และแนวคิด Customer Centric แนวคิดด้านทัศนคติของผู้บริโภค และแนวคิดด้านการตัดสินใจซื้อ สามารถนำมาเสนอรายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 (H1): แนวคิดโมเดล ESG ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร
- สมมติฐานที่ 2 (H2): แนวคิดโมเดล ESG ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย
- สมมติฐานที่ 3 (H3): ทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร
- สมมติฐานที่ 4 (H4): แนวคิด Customer Centric ประกอบด้วย การรวบรวมและใช้ข้อมูลลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การมอบประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว และการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนกระบวนการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย

- สมมติฐานที่ 5 (H5): แนวคิด Customer Centric ประกอบด้วย การรวบรวมและใช้ข้อมูลลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การมอบประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว และการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนกระบวนการที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร
- สมมติฐานที่ 6 (H6): ทศนคติของผู้บริโภคชาวไทยทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ในความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างแนวคิดโมเดล ESG ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร
- สมมติฐานที่ 7 (H7): ทศนคติของผู้บริโภคชาวไทยทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ในความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างแนวคิด Customer Centric ประกอบด้วย การรวบรวมและใช้ข้อมูลลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การมอบประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว และการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนกระบวนการกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษากับกลุ่มประชากรที่เข้าร่วมงาน Bangkok International Motor Show 2025 ครั้งที่ 46 หรืองานมอเตอร์โชว์ 2568 ระหว่างวันที่ 24 มีนาคม – 6 เมษายน พ.ศ. 2568 ณ IMPACT Challenger Hall 1-3 เมืองทองธานี (Grandprix Motor Show, 2025) งานวิจัยนี้ใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามวัตถุประสงค์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องเป็นผู้ที่สนใจและตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ผ่านการจอร์รถยนต์ในงาน Motor Show ดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้ วิธีการสุ่มแบบเจาะจงใช้การสอบถามเบื้องต้นกับผู้เข้าชมงานและมีการจอร์รถยนต์ไฟฟ้า EV โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งได้จำนวนขั้นต่ำ 385 ราย และเพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ของข้อมูล งานวิจัยนี้จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 400 ราย การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการผ่านแบบสอบถามที่พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่งเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ข้อมูลปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG ข้อมูลปัจจัยแนวคิด Customer Centric ข้อมูลปัจจัยทัศนคติผู้บริโภค และข้อมูลปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ทั้งนี้แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และทำการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 สะท้อนถึงความเหมาะสมของข้อคำถาม นอกจากนี้ยังได้ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอน-บาค (Cronbach's Alpha) ตามเกณฑ์ที่ Hair et al. (2019) เสนอว่าค่า Cronbach's Alpha ควรมีอย่างน้อย 0.70 จึงจะถือว่ามีความเชื่อมั่นเพียงพอ ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรแต่ละด้านมีค่าระหว่าง 0.824 - 0.941 และเมื่อรวมทั้งหมดได้ค่าเท่ากับ 0.878 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือเพียงพอสำหรับการนำไปใช้เก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ (Cronbach, 1960) การประเมินความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามใช้มาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ (5-Point Rating Scale) ตามแนวทางของ Likert (1961) โดยกำหนดให้ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด และ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด การเก็บข้อมูลดำเนินการโดยแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และได้รับคืนมาทั้งหมด ข้อมูลที่ได้วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้ การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) และการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) โดยใช้โปรแกรม AMOS เพื่อประเมินความสอดคล้องของโมเดลเชิงทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผ่านดัชนีความกลมกลืนของโมเดล (Goodness-of-Fit Indices) ตามเกณฑ์มาตรฐานของ Hair et al. (2019) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องของโมเดล (Goodness-of-Fit Indices)

สถิติที่ใช้ตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดล	เกณฑ์การพิจารณา
Chi-Square/df	< 3
Chi-Square (χ^2)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI)	> 0.95
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI)	> 0.90
ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI)	> 0.90
ดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA)	< 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยของการศึกษาอิทธิพลตามแนวคิดโมเดล ESG และ แนวคิด Customer Centric ผ่านทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์จากปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถาม และพิจารณาปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG ปัจจัยแนวคิด Customer Centric และปัจจัยทัศนคติผู้บริโภคซึ่งเป็นตัวแปรหลักของการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ทั้งนี้ ผลการตรวจสอบการแจกแจงปกติของข้อมูลโดยใช้ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) พบว่า ค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -1.773 ถึง 0.245 และค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -1.420 ถึง 1.716 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Skewness ± 2 ; Kurtosis ± 7) ตามเกณฑ์ที่ Byrne (2010) และ Hair et al. (2019) แนะนำสะท้อนว่าข้อมูลมีการแจกแจงใกล้เคียงปกติ สามารถนำไปวิเคราะห์ SEM ได้ โดยผลการวิเคราะห์ปรากฏดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 มีอายุระหว่าง 30-35 ปี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 และมีระดับรายได้ ระหว่าง 40,000-50,000 บาท จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ไฟฟ้าของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า การตัดสินใจซื้อโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม เท่ากับ 0.721 ในส่วนของการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลักประกอบด้วย ปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG ปัจจัยแนวคิด Customer Centric ปัจจัยทัศนคติผู้บริโภค และปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าตั้งแต่ 0.231 ถึง 0.487 โดยทุกคู่ตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำกว่า 0.80 สะท้อนว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์สูงเกินไปที่อาจกระทบต่อการวิเคราะห์ SEM (Cooper & Schindler, 2006) ทั้งนี้ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยผลลัพธ์สรุปตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย

ตัวแปร	ERG	ATT	CC	DPD
ERG	1			
ATT	0.465***	1		
CC	0.276**	0.395***	1	
DPD	0.487***	0.470***	0.231***	1

หมายเหตุ: ERG คือ ปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG, ATT คือ ปัจจัยทัศนคติผู้บริโภค, CC คือ ปัจจัยแนวคิด Customer Centric และ DPD คือ ปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร

*** ระดับนัยสำคัญ 0.01

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.76 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.710

4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแนวคิด Customer Centric ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแนวคิด Customer Centric โดยรวมพบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.58 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.674

5. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย โดยรวมพบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.28 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.721

6. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลของปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG ปัจจัยแนวคิด Customer Centric และปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างเพื่อประเมินความเหมาะสมของโมเดลเชิงทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่าไค-สแควร์ ($\chi^2 = 97.210$, $p = .001$) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผ่านเกณฑ์ และดัชนีความสอดคล้องอื่น ๆ อยู่ในเกณฑ์ผ่าน ประกอบด้วย ค่า $\chi^2/df = 1.243$, CFI = 0.951, GFI = 0.972 และ RMSEA = 0.039 โดยรวมแล้วโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานที่ Hair et al. (2019) เสนอ โดยรวมโมเดลจึงถือว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถนำไปใช้ทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อไปได้

7. ผลการศึกษาและพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG ปัจจัยแนวคิด Customer Centric และปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Goodness-of-Fit Indices) ผ่านเกณฑ์มาตรฐานแสดงว่า โดยภาพรวมโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้

จากตารางที่ 3 ในหน้าถัดไปแสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปร (Path Analysis) พบว่า โมเดลสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG ปัจจัยแนวคิด Customer Centric และปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ทั้งในทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัย ที่มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG ปัจจัยแนวคิด Customer Centric และปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ยังชี้ให้เห็นว่า โมเดลสามารถอธิบายอิทธิพลเชิงตรง (Direct Effect: DE) และอิทธิพลเชิงอ้อม (Indirect Effect: IE) ของตัวแปรต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะบทบาทของปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย (ATT) ในฐานะตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ที่เชื่อมโยงระหว่างปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG (ERG) ปัจจัยแนวคิด Customer Centric (CC) กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV (DPD) ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2-4 ของการศึกษา โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดของอิทธิพลได้ดังนี้

1. ปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG (ESG) มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV (DPD) เท่ากับ 0.33 และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย (ATT) เท่ากับ 0.28 รวมเป็นอิทธิพลรวม 0.61 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และยังมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติของผู้บริโภค (ATT) เท่ากับ 0.53 ผลการวิเคราะห์นี้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และข้อที่ 4 โดยยืนยันว่าปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG (ESG) มีอิทธิพลเชิงตรงต่อทัศนคติและเชิงอ้อมต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ผ่านทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย

2. ปัจจัยแนวคิด Customer Centric (CC) มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV (DPD) เท่ากับ 0.27 และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย (ATT) เท่ากับ 0.11 รวมเป็นอิทธิพลรวม 0.49 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และยังมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติของผู้บริโภค (ATT) เท่ากับ 0.11 ผลการวิเคราะห์นี้ตอบ วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และข้อที่ 4 โดยยืนยันว่าปัจจัยแนวคิด Customer Centric (CC) มีอิทธิพลเชิงตรงต่อทัศนคติและเชิงอ้อมต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ผ่านทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย

3. ปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย (ATT) มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV (DPD) เท่ากับ 0.49 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และทัศนคติของผู้บริโภค (ATT) ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ที่เชื่อมโยงอิทธิพลของปัจจัยภายนอก ทั้งปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG (ESG) และปัจจัยแนวคิด Customer Centric (CC) เข้าสู่ปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV (DPD) ผลดังกล่าวสนับสนุนวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 4 ของการวิจัย

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปร (Path Analysis)

ตัวแปร	ATT			DPD		
	Direct Effect: DE	Indirect Effect: IE	Total Effect: TE	Direct Effect: DE	Indirect Effect: IE	Total Effect: TE
ERG	0.53*	-	0.53*	0.33*	0.28*	0.61*
ATT	-	-	-	0.49*	-	0.49*
CC	0.13*	-	0.13*	0.27*	0.11*	0.38*

หมายเหตุ: ERG คือ ปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG, ATT คือ ปัจจัยทัศนคติผู้บริโภค, CC คือ ปัจจัยแนวคิด Customer Centric และ DPD คือ ปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV

DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, TE = ผลรวมอิทธิพล และ - = Not Applicable

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

อภิปรายผล

1. ปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG ปัจจัยแนวคิด Customer Centric และปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ทั้งในทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัย

จากผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดโมเดล ESG ที่เป็นเกณฑ์มาตรฐานที่สำคัญในฐานะองค์ประกอบสำคัญในการช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับผลการดำเนินงานขององค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค Pollman (2022) Popescu et al. (2022) รวมถึง de Hoyos Guevara and Dib (2022) และ Alanazi (2023) กล่าวว่า การดำเนินงานด้าน ESG ที่แข็งแกร่งจะช่วยปรับปรุงผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแล เสริมสร้างความสนใจของผู้บริโภคต่อผลการดำเนินงานด้าน ESG ของบริษัทที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยกิจกรรมด้านสังคมและการกำกับดูแลช่วยเสริมสร้างความตั้งใจในการซื้อโดยตรง โดยรวมแล้ว มูลค่าที่รับรู้ได้ด้านสิ่งแวดล้อมเป็นกลไกที่น่าจะเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงการจัดการ ESG กับพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคโดยตรง ส่วนแนวคิด Customer Centric นั้น Fader (2020) กล่าวว่า เป็นการยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งมักจะผ่านนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและการปรับองค์กรให้สอดคล้องกับประสบการณ์ของลูกค้า รวมถึง Pardo-Jaramillo et al. (2020) กล่าวว่า ตัวชี้วัดเป็นปัจจัยสำคัญ โดยตัวชี้วัดที่คำนึงถึงลูกค้าเมื่อออกแบบตัวชี้วัดจะต้องวางกลยุทธ์โดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางจะช่วยให้มุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมและความคาดหวังของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค และ Tamar et al. (2021) และ Lu et al. (2022) พบว่าการทำความเข้าใจทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้า มีความสำคัญอย่างยิ่งด้วยเหตุผลของการรับรู้ของผู้บริโภคส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งส่งผลต่อพลวัตของตลาด และความสำเร็จโดยรวมของโครงการรถยนต์ไฟฟ้า และ Chaturvedi et al. (2023) พบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น ราคาซื้อเริ่มต้น แรงจูงใจจากภาครัฐ และการประหยัดต้นทุนในระยะยาว มีบทบาทสำคัญในการกำหนดการตัดสินใจของผู้บริโภคความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี รวมถึงการปรับปรุงอายุการใช้งานของแบตเตอรี่ โครงสร้างพื้นฐานการชาร์จ และประสิทธิภาพของรถยนต์ ช่วยเพิ่มความมั่นใจของผู้บริโภคในรถยนต์ไฟฟ้าอย่างมาก นอกจากนี้ He and Hu (2022) และ Chen et al. (2025) พบว่าอิทธิพลทางสังคม รวมถึงการรับรู้จากเพื่อนฝูง การนำเสนอในสื่อ และชื่อเสียงของแบรนด์ ก็มีผลช่วยทำให้เกิดทัศนคติโดยรวมต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น รวมถึง Krishnan and Koshy (2021) และ Ghosh and Chatterjee (2023)

กล่าวว่าการตัดสินใจซื้อ เป็นแนวโน้มเฉพาะของผู้บริโภคที่วางแผนหรือเต็มใจหรือพร้อมที่จะซื้อสินค้าและมีบทบาทสำคัญในการทำนายพฤติกรรมผู้บริโภคที่แท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อกล่าวถึงการใช้รถยนต์ไฟฟ้า (EV) ที่ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการรับรู้ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์พลังงานใหม่ ที่เป็นทัศนคติเชิงบวกของผู้บริโภคในการช่วยเพิ่มการตัดสินใจซื้อรถยนต์พลังงานใหม่ได้เร็วขึ้น รวมถึงการตอบสนองความคาดหวังและเพิ่มมูลค่าให้กับความคาดหวังของผู้บริโภคผ่านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric)

2. ปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG (ESG) มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV (DPD) และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย (ATT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และยังมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติของผู้บริโภค (ATT) ผลการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ของข้อที่ 2 และข้อที่ 4 ของการวิจัย

จากผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของ Costa et al. (2021) และ Lee (2024) ที่กล่าวว่าทัศนคติการรับรู้ของผู้บริโภคและแรงจูงใจ ด้านนโยบายที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์พลังงานใหม่ของผู้บริโภค รวมถึงผลกระทบที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์แบรนด์และมูลค่าที่ผู้บริโภครับรู้ และผู้บริโภคมีการประเมินมากขึ้นก่อนตัดสินใจซื้อ มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม และการกำกับดูแลที่โปร่งใส ซึ่งเป็นการยืนยันบทบาทของผู้บริโภคในฐานะผู้กระทำการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในทางกลับกัน ผู้ผลิตรถยนต์ก็มุ่งมั่นที่จะสร้างความยั่งยืนและพยายามเพิ่มระดับการตัดสินใจซื้อโดยการพัฒนาการจัดการ ESG (Environmental, Social and Governance) ที่เชื่อมโยงกับการพัฒนารถยนต์ไฟฟ้า EV ด้วยการใช้พลังงานหมุนเวียน การรับรองแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่เป็นธรรม และการมีส่วนร่วมในชุมชน ผ่านความคิดริเริ่มเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการจัดการ ESG ได้กลายเป็นกลยุทธ์หลักสำหรับความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว รวมถึง Featherman et al. (2021) และ Buhmann and Criado (2023) พบว่าการสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจโดยออกแบบกลยุทธ์และนโยบายที่ตรงเป้าหมาย และการยอมรับลำดับความสำคัญที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในเมืองและชนบท โดยเน้นบริบทของการเปลี่ยนแปลงด้านพลังงานระดับโลก ความสำคัญของหลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ให้ชัดเจนย่อมสะท้อนถึงทัศนคติและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค รถยนต์ไฟฟ้า EV ได้อย่างชัดเจน เช่นเดียวกัน

3. ปัจจัยแนวคิด Customer Centric (CC) มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV (DPD) และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย (ATT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติของผู้บริโภค (ATT) ผลการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ของข้อที่ 3 และข้อที่ 4 ของการวิจัย

จากผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของ Adhikary et al. (2022) และ Patil and Rane (2023) ที่กล่าวว่าความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและมักซ่อนเร้นอยู่ จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจรูปแบบและความชอบที่เปลี่ยนแปลงไปให้ดียิ่งขึ้น เพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจ และ Ivanova and Moreira (2023) พบว่ากลยุทธ์ที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) และนวัตกรรมเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จของการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการใช้รถยนต์ไฟฟ้า ได้มุ่งเน้นไปที่การตัดสินใจซื้อมากกว่าพฤติกรรมการซื้อจริง มีการระบุปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เป็นเรื่องของ ปัจจัยด้านประชากร คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน และปัจจัยทางจิตวิทยา โดยพบว่า ปัจจัยด้านประชากร เช่น อายุ การศึกษา เพศ และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รวมถึง Loudiyi et al. (2022) และ Ruoso and Ribeiro (2022) พบว่านอกจากปัจจัยทางจิตวิทยา ส่วนบุคคล และสังคมวิทยาแล้ว ปัจจัยทางเศรษฐกิจก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน รวมถึง Lee et al. (2023) พบว่าความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้า แสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมสูงมีแนวโน้มที่จะแสดงทัศนคติเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน รวมถึงรถยนต์ไฟฟ้า

4. ปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย (ATT) มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV (DPD) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และทัศนคติของผู้บริโภค (ATT) ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ที่เชื่อมโยงอิทธิพลของปัจจัยภายนอกทั้งปัจจัยแนวคิดโมเดล ESG (ESG) และปัจจัยแนวคิด Customer Centric (CC) เข้าสู่ปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV (DPD) ผลดังกล่าวสนับสนุนวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 4 ของการวิจัย

จากผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของ Ajzen and Fishbein (1980) ที่กล่าวถึงแนวคิดทัศนคติของผู้บริโภคเป็นแนวโน้มทางจิตวิทยาที่สะท้อนถึงการประเมินโดยรวม (ความชอบหรือไม่ชอบ) ของบุคคลที่มีต่อผลิตภัณฑ์ แบรนด์ หรือบริษัท ซึ่งถูกหล่อหลอมโดยความเชื่อ ความรู้สึก และประสบการณ์ในอดีต และมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ

ความภักดี และพฤติกรรม โดยเป็นความโน้มเอียงที่เรียนรู้มา ผ่านองค์ประกอบ ด้านการรับรู้ (ความคิด) ด้านอารมณ์ (ความรู้สึก) และด้านพฤติกรรม (ความตั้งใจ) ที่ชี้ว่าผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับตลาดอย่างไร และ An and Kamaruddin (2024) กล่าวว่า การเติบโตของรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ได้เปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมยานยนต์และกระตุ้นให้เกิดการศึกษาค้นคว้าอย่างมากเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบการขนส่งที่เป็นนวัตกรรมใหม่นี้ ซึ่งเน้นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ และการยอมรับรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค ทั้งนี้ทัศนคติของผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม การพิจารณาทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม การตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เพิ่มขึ้นและความปรารถนาที่จะใช้แนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนได้นำไปสู่การที่ผู้บริโภคจำนวนมากพิจารณาว่ารถยนต์ไฟฟ้าเป็นทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่ารถยนต์เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบดั้งเดิม รวมถึง Li and Wu (2021) และ Tyagi and Vishwakarma (2022) พบว่าการซื้อรถยนต์พลังงานใหม่นั้น ต้องแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นต่อหลักการ ESG โดยการแสดงให้เห็นถึงความพยายามด้าน ESG เช่น แนวทางการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การรายงานความยั่งยืนที่โปร่งใส และความร่วมมือที่ส่งเสริมพลังงานสะอาด และ Buhmann and Criado (2023) กล่าวว่า การส่งสัญญาณมุ่งหวังที่จะลดความไม่สมดุลของข้อมูลและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ด้วยการส่งสัญญาณที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภครถยนต์พลังงานใหม่ โดยเน้นย้ำถึงความเหมาะสมของรถยนต์เหล่านี้ในฐานะทางเลือกที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีการพัฒนาศักยภาพที่สร้างมูลค่าให้กับผู้บริโภคผ่านผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเน้นความสำเร็จในกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยมุ่งสู่กลยุทธ์ที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) เป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1.1 ภาครัฐควรส่งเสริมการสื่อสารด้าน ESG โดยเฉพาะมิติสิ่งแวดล้อม (Environmental) ให้ประชาชนเข้าใจอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การลดการปล่อยคาร์บอน ค่าใช้จ่ายพลังงานระยะยาว และผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตในเมือง
- 1.2 สนับสนุนนโยบายจูงใจที่เชื่อมโยงกับ พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Centric Policy) เช่น มาตรการลดภาษีเงินอุดหนุน หรือสิทธิประโยชน์ที่ตอบโจทย์ความต้องการจริงของผู้ใช้ EV ในเขตเมือง
- 1.3 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสถานีชาร์จไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครให้ครอบคลุมและเข้าถึงง่าย เพื่อลดความกังวลของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ

2. ข้อเสนอแนะเชิงธุรกิจและอุตสาหกรรมยานยนต์

- 2.1 ผู้ประกอบการควรนำแนวคิด Customer Centric มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น การออกแบบรถให้เหมาะกับการใช้งานในเมือง การให้บริการหลังการขาย และการรับประกันแบตเตอรี่
- 2.2 การสื่อสารการตลาดควรเน้นการเชื่อมโยงคุณค่า ESG กับประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับโดยตรง ไม่ใช่เพียงภาพลักษณ์องค์กร เช่น ความคุ้มค่า ความปลอดภัย และความรับผิดชอบต่อสังคม
- 2.3 สร้างความเชื่อมั่นด้าน Governance ผ่านความโปร่งใสของข้อมูล ราคา และเงื่อนไขการให้บริการ เพื่อเพิ่มความไว้วางใจของผู้บริโภค

3. ข้อเสนอแนะเชิงผู้บริโภค

- 3.1 ควรส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าในมิติ ต้นทุนตลอดอายุการใช้งาน (Total Cost of Ownership) เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผล
- 3.2 สนับสนุนให้ผู้บริโภคตระหนักถึงบทบาทของตนเองในการสนับสนุนธุรกิจที่ดำเนินงานตามหลัก ESG ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

4. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- 4.1 ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยัง พื้นที่อื่นนอกเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในบริบทที่แตกต่างกัน
- 4.2 ศึกษาเพิ่มเติมในเชิง เชิงลึก (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเข้าใจแรงจูงใจ ความกังวล และความคาดหวังของผู้บริโภคต่อ EV อย่างละเอียด

4.3 เพิ่มตัวแปรอื่น ๆ เช่น ราคา เทคโนโลยี ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน หรืออิทธิพลทางสังคม เพื่อพัฒนาความแม่นยำของโมเดลการตัดสินใจซื้อ

เอกสารอ้างอิง

- Adhikary, S., Jalan, N., & Anute, N. (2022). Customers' perception about electric vehicles. *Journal of Management Research and Analysis*, 9(3), 144-149.
- Ajitabh, D. (2022). Mediating effect of firm's customer centricity and market orientation on the relationship between the knowledge management and business performance. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 54(5), 1185-1199. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-03-2022-0093>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Alanazi, F. (2023). Electric vehicles: Benefits, challenges, and potential solutions for widespread adaptation. *Applied Sciences*, 13(10), 6016. <https://doi.org/10.3390/app13106016>
- An, K. P. C., & Kamaruddin, N. K. (2024). The relationship between perceived benefit and perceived risk toward electric vehicle (EV) Purchase Intention among consumers in Kuala Lumpur, Malaysia. *Research in Management of Technology and Business*, 5(1), 346-364.
- Azeem, M., Aziz, S., Shahid, J., Hayat, A., Ahmed, M., & Khan, M. I. (2022). The impact of customer-centric business strategies on customer relationship management: Pharmaceutical field-force perspective. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 16(1), 138-154. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-09-2020-0083>
- Buhmann, K. M., & Criado, J. R. (2023). Consumers' preferences for electric vehicles: The role of status and reputation. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 114, 103530. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2022.103530>
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). Taylor and Francis Group.
- Chaturvedi, P., Kulshreshtha, K., Tripathi, V., & Agnihotri, D. (2023). Exploring consumers' motives for electric vehicle adoption: Bridging the attitude-behavior gap. *Benchmarking: An International Journal*, 30(10), 4174-4192. <https://doi.org/10.1108/BIJ-10-2021-0618>
- Chen, H., Liu, X., Yu, J., & Okubo, K. (2025). Residual performance evaluation of electric vehicle batteries: Focusing on the analysis results of a social survey of vehicle owners. *Sustainability*, 17(10), 4685. <https://doi.org/10.3390/su17104685>
- Chinda, T. (2024). Manufacturer and consumer's perceptions towards electric vehicle market in Thailand. *Journal of Industrial Integration and Management*, 9(3), 475-496. <https://doi.org/10.1142/S2424862223500100>
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. John Wiley.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Business research methods* (8th ed.). McGraw Hill.
- Costa, C. M., Barbosa, J. C., Castro, H., Gonçalves, R., & Lanceros-Méndez, S. (2021). Electric vehicles: To what extent are environmentally friendly and cost effective? -Comparative study by European countries. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 151, 111548. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2021.111548>
- Cronbach, L. J. (1960). *Essentials of psychological testing* (2nd ed.). Harper.
- de Hoyos Guevara, A. J., & Dib, V. C. (2022). ESG principles, challenges and opportunities. *Journal on Innovation and Sustainability RISUS*, 13(4), 18-31. <https://doi.org/10.23925/2179-3565.2022v13i4p18-31>

- Dressler, M., & Paunovic, I. (2021). Reaching for customer centricity—wine brand positioning configurations. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 139. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020139>
- Fader, P. (2020). *Customer centricity: Focus on the right customers for strategic advantage* (2nd ed.). Wharton Digital Press.
- Featherman, M., Jia, S. J., Califf, C. B., & Hajli, N. (2021). The impact of new technologies on consumers' beliefs: Reducing the perceived risks of electric vehicle adoption. *Technological Forecasting and Social Change*, 169, 120847.
- Ghosh, A., & Chatterjee, S. (2023). An overview of various sources of vibration in electric vehicles and their identification techniques. *Journal of the Brazilian Society of Mechanical Sciences and Engineering*, 45(8), 401.
- Glasscock, G., & Fee, A. (2015). The decision-making processes of self-initiated expatriates: A consumer behavior approach. *Journal of Global Mobility*, 3, 4-24. <https://doi.org/10.1108/JGM-09-2014-0044>
- Grandprix Motor Show. (2025, April 10). “46th Bangkok international motor show” Automakers report 79,000 bookings, a 44.8% increase confident the surge will help stimulate Thailand's 2025 auto market. Motorshow. <https://www.motorshow.in.th/en/news/46th-bangkok-international-motor-show-en/>.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- He, X., & Hu, Y. (2022). Understanding the role of emotions in consumer adoption of electric vehicles: The mediating effect of perceived value. *Journal of Environmental Planning and Management*, 65(1), 84-104. <https://doi.org/10.1080/09640568.2021.1878018>
- Ivanova, G., & Moreira, A. C. (2023). Antecedents of electric vehicle purchase intention from the consumer's perspective: A systematic literature review. *Sustainability*, 15(4), 2878. <https://doi.org/10.3390/su15042878>
- Krishnan, V. V., & Koshy, B. I. (2021). Evaluating the factors influencing purchase intention of electric vehicles in households owning conventional vehicles. *Case Studies on Transport Policy*, 9(3), 1122–1129. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2021.05.013>
- Kumar, M. R., Ahluwalia, I. S., Hazarika, D., Kumar, K., & Singh, M. (2022). Types of consumer buying behavior. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 28(4), 372-378.
- Lee, H. J. (2024). Does corporate ESG, an essential factor for overcoming the climate crisis, affect sustainability: The effects of psychological distance and purchase intention. *Business Strategy and the Environment*, 33(8), 8747-8758. <https://doi.org/10.1002/bse.3945>
- Lee, S. S., Kim, Y., & Roh, T. (2023). Pro-environmental behavior on electric vehicle use intention: Integrating value-belief-norm theory and theory of planned behavior. *Journal of Cleaner Production*, 418, 138211.
- Li, J., & Wu, D. (2021). Do corporate social responsibility engagements lead to real environmental, social and governance impact?” *Management Science*, 66(6), 2564-2588. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3324>
- Likert, R. (1961). *New patterns of management*. McGraw-Hill.

- Loudiyi, H., Chetioui, Y., & Lebdaoui, H. (2022). Economics of electric vehicle adoption: An integrated framework for investigating the antecedents of perceived value and purchase intent. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 12(5), 29-38. <https://doi.org/10.32479/ijefi.13328>
- Lu, T., Yao, E., Jin, F., & Yang, Y. (2022). Analysis of incentive policies for electric vehicle adoptions after the abolishment of purchase subsidy policy. *Energy*, 239, 122136. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2021.122136>
- Nogueira, M., Silva, B., & Gomes, S. (2023). The impact of customer-centric sustainability on brand relationships. *Sustainability*, 15(16), 12212. <https://doi.org/10.3390/su151612212>
- Pardo-Jaramillo, S., Muñoz-Villamizar, A., Osuna, I., & Roncancio, R. (2020). Mapping research on customer centricity and sustainable organizations. *Sustainability*, 12(19), 7908. <https://doi.org/10.3390/su12197908>
- Patil, D. R., & Rane, N. L. (2023). Customer experience and satisfaction: Importance of customer reviews and customer value on buying preference. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 5(3), 3437-3447.
- Pollman, E. (2022). The making and meaning of ESG. *Harvard Business Law Review*, 14, 403-453.
- Popescu, C., Hysa, E., Kruja, A., & Mansi, E. (2022). Social innovation, circularity and energy transition for environmental, social and governance (ESG) practices—A comprehensive review. *Energies*, 15(23), 9028. <https://doi.org/10.3390/en15239028>
- Prakthayanon, S., & Worasatepong, P. (2022). The influence of factors affecting intentions to purchase electric vehicles (evs) among Thai consumers. *ABAC Journal*, 42(4), 94-114.
- Ray, S., Kumar, D., Roy, S., & Verma, A. (2024). ESG and firm value linkage: A case study in the automotive industry. *Indatu Journal of Management and Accounting*, 2(1), 19-28. <https://doi.org/10.60084/ijma.v2i1.154>
- Ruoso, A. C., & Ribeiro, J. L. D. (2022). The influence of countries' socioeconomic characteristics on the adoption of electric vehicle. *Energy for Sustainable Development*, 71, 251-262. <https://doi.org/10.1016/j.esd.2022.10.003>
- Sanguesa, J. A., Torres-Sanz, V., Garrido, P., Martinez, F. J., & Marquez-Barja, J. M. (2021). A review on electric vehicles: Technologies and challenges. *Smart Cities*, 4(1), 372-404. <https://doi.org/10.3390/smartcities4010022>
- Tamar, M., Wirawan, H., Arfah, T., & Putri, R. P. S. (2021). Predicting pro-environmental behavior: the role of environmental values, attitudes and knowledge. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 32(2), 328-343. <https://doi.org/10.1108/MEQ-12-2019-0264>
- Trivedi, J. P., & Kishore, K. (2020). Investigating the factors influencing consumers' purchase intention for electric cars: An emerging market perspective. *International Journal of Economics and Business Research*, 20(2), 117-137. <https://doi.org/10.1504/IJEER.2020.109137>
- Tyagi, R., & Vishwakarma, S. (2022). Technology aspect of electric vehicles initiative's social sustainability. *Technological Sustainability*, 1(1), 24-41. <https://doi.org/10.1108/TECHS-09-2021-0005>
- Wang, C., Sinha, P. N., Zhang, X., Wang, S., & Lee, Y. K. (2024). The impact of NEV users' perceived benefits on purchase intention. *Travel Behavior and Society*, 34, 100681. <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2023.100681>

- Wang, X. W., Cao, Y.M., & Zhang, N. (2021). The influences of incentive policy perceptions and consumer social attributes on battery electric vehicle purchase intentions. *Energy Policy*, 151, 112163. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2021.112163>
- Xu, G., Wang, S., Li, J., & Zhao, D. (2020). Moving towards sustainable purchase behavior: Examining the determinants of consumers' intentions to adopt electric vehicles. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(18), 22535-22546.

ประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางที่ส่งผลต่อความภักดี ของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ

ลลิตลักษณ์ ธารีเกษ^{1*}

¹คณะกรรมการจัดการธุรกิจบริการ โรงแรม และการบิน สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 ประเทศไทย

*ผู้เขียนหลัก อีเมล lalitlaktha@pim.ac.th

วันที่ได้รับบทความ: 25 พฤศจิกายน 2568 วันที่แก้ไขบทความ: 15 มีนาคม 2569 วันที่ตอบรับบทความ: 30 เมษายน 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ 2) เพื่อศึกษาความภักดีของผู้โดยสารที่มีต่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบ และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม ประชากรเป็นผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งเคยเดินทางโดยสารด้วยสายการบินบริการเต็มรูปแบบ คำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรโดยใช้สูตรการคำนวณของ Cochran กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย

ผลการวิจัย พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ทางดิจิทัลก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทางอยู่ในระดับดีมาก และหลังการเดินทางอยู่ในระดับปานกลาง (2) ด้านความภักดีของผู้โดยสาร กลุ่มตัวอย่างมีความภักดีเชิงทัศนคติ และเชิงพฤติกรรมต่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบอยู่ในระดับดีมาก และ (3) ประสบการณ์ทางดิจิทัลในทุกช่วงของการเดินทาง ประกอบด้วย ก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และหลังการเดินทาง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่า ประสบการณ์ทางดิจิทัลในช่วงก่อนการเดินทาง มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้โดยสารทั้งเชิงพฤติกรรมและเชิงทัศนคติมากที่สุด ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถเป็นข้อมูลให้แก่สายการบินในการปรับปรุงพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลในการบริการ และการพัฒนาแอปพลิเคชันแบบศูนย์รวมที่ครอบคลุมการเช็กอิน ติดตามสัมภาระ แจ้งเตือนเที่ยวบินล่าช้า แสดงประตูขึ้นเครื่อง และการสะสมไมล์เชื่อมโยงไว้ในแพลตฟอร์มเดียวเพื่อยกระดับความพึงพอใจและเสริมสร้างความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบได้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ประสบการณ์ทางดิจิทัล ความภักดีของผู้โดยสาร สายการบินบริการเต็มรูปแบบ

Digital Travel Experience Influencing Passenger Loyalty in Full-Service Airlines

Lalitlak Tharekes^{1*}

¹Faculty of Hospitality and Aviation Management, Panyapiwat Institute of Management ,
Pak Kret District, Nonthaburi 11120, Thailand

* Corresponding author's E-mail: lalitlaktha@pim.ac.th

Received: 25 November 2025 / Received in revised form: 15 March 2026 / Accepted: 30 April 2026

Abstract

This research aimed to: (1) examine the digital travel experiences of full-service airline passengers; (2) investigate passenger loyalty to full-service airlines; and (3) analyze the influence of digital travel experiences on passenger loyalty. The study employed quantitative research design using questionnaires. The population consisted of Thai passengers aged 20 years and older who had traveled with full-service airlines. The sample size was determined using Cochran's formula with a 95% confidence level and a 5% margin of error, resulting in a total of 385 respondents selected through convenience sampling. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics through simple linear regression analysis.

The results indicated that: (1) respondents reported very good digital experiences before and during travel, and moderate experiences after travel; (2) passengers demonstrated very high levels of both attitudinal and behavioral loyalty toward full-service airlines; and (3) overall digital experiences across all stages of travel—before, during, and after—were at a moderate level. The study further revealed that pre-travel digital experiences significantly influenced passenger loyalty to full-service airlines at the 0.01 level of statistical significance. Notably, pre-travel digital experiences had the strongest impact on both behavioral and attitudinal loyalty. These findings suggest that airlines can enhance passenger satisfaction and strengthen loyalty by improving their digital technology systems and developing integrated platforms that include check-in, baggage tracking, flight delay notifications, gate information, and mileage accumulation within a single application.

Keywords: Digital Experience, Passenger Loyalty, Full-Service Airlines

บทนำ

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมการบินเริ่มฟื้นตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ผ่านมา โดยสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association: IATA) คาดว่าจำนวนผู้โดยสารทั่วโลกจะทยอยกลับสู่สภาวะปกติในปี 2568 นี้ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกที่จะเริ่มฟื้นตัวเต็มที่ตามการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักอย่าง จีน อินเดีย รัสเซีย และเกาหลีใต้ รวมถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป และ ตะวันออกกลาง จากสถิติพบว่า จำนวนผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานของ ทอท. ทั้ง 6 แห่ง เพิ่มขึ้นจาก 100.06 ล้านคนในปี พ.ศ. 2566 เป็น 119.29 ล้านคน ในปีพ.ศ. 2567 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 19.22 (Airports of Thailand Public Company Limited, 2024).

พฤติกรรมการเดินทางทางอากาศของผู้โดยสารในปัจจุบันได้ถูกปรับเปลี่ยนไปสู่ยุคดิจิทัลอย่างชัดเจน เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารมากขึ้น ส่งผลให้สายการบินต้องมีการปรับตัวเพื่อเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) โดยต่างพยายามแข่งขันและนำเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงนวัตกรรมไร้สัมผัส (Touchless innovation) เข้ามาใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสารในแต่ละจุดสัมผัส (Touchpoints) ทั้งการบริการภาคพื้น และการบริการบนเที่ยวบิน เช่น การจองตั๋วโดยสารและชำระเงินแบบไร้สัมผัสผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ การเช็คอินการเดินทางผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ การเช็คอินการเดินทางด้วยเครื่องเช็คอินอัตโนมัติ การโหลดกระเป๋าเดินทางอัตโนมัติ การตรวจคนเข้าเมืองอัตโนมัติ และ ประตูด่านเครื่องบินอัตโนมัติด้วยระบบไบโอเมตริกซ์ (Biometric) เป็นต้น เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีในการเดินทาง รวมถึงยกระดับและสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย โดยการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลถือเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในธุรกิจสายการบินโดยเฉพาะสายการบินบริการเต็มรูปแบบ (Full-Service Airlines) ในการรักษาความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า (Heiets et al., 2022) โดยพบว่า ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้โดยสารสายการบินได้เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญสู่ยุคดิจิทัล ภายหลังจากสถานการณ์ COVID-19 ผู้โดยสารคาดหวังความสะดวก รวดเร็ว และความปลอดภัยจากระบบบริการแบบไร้รอยต่อ (seamless digital experience) ครอบคลุมตั้งแต่การค้นหา จอง ติดตามเที่ยวบิน ไปจนถึงการจัดการข้อร้องเรียนออนไลน์ (Heiets et al., 2022; Kotler, 2021) ส่งผลให้สายการบินโดยเฉพาะสายการบินบริการเต็มรูปแบบ ต้องเร่งลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบสัมผัสไร้สัมผัส (touchless innovations) ทั้งภาคพื้นและบนเที่ยวบิน เพื่อสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน (Ali & Alfayez, 2024).

อย่างไรก็ตาม การนำนวัตกรรมที่ล้ำสมัยเข้ามามีใช้ในการบริการผู้โดยสารที่เดินทางด้วยเที่ยวบินนั้น อาจก่อให้เกิดประสบการณ์ทั้งด้านดี และด้านลบแก่ผู้โดยสาร และอาจมีข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการใช้งานให้ประสบการณ์เชิงลบได้ เช่น ระบบช้า ระบบไม่เสถียร (Wongyai et al., 2024) นอกจากนี้ พบว่า เมื่อเกิดปัญหาหรือข้อร้องเรียน เทคโนโลยีเหล่านี้ อาจไม่สามารถจัดการปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการบริการได้เสมือนคน รวมถึงข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของแต่ละบุคคล โดยเป็นประสบการณ์ที่ผู้โดยสารได้รับ ซึ่งอาจส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสาร (Rubio-Andrada et al., 2023) นอกจากนี้ งานวิจัยด้านประสบการณ์ดิจิทัลในอุตสาหกรรมการบินจำนวนมากยังเน้นกลุ่มสายการบินต้นทุนต่ำ หรืออุตสาหกรรมบริการทั่วไป รวมถึงประสบการณ์ทางดิจิทัลในทุกจุดสัมผัสของการเดินทางยังมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของสายการบินบริการเต็มรูปแบบ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องดังกล่าว ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนี้จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการจัดการประสบการณ์ทางดิจิทัลของลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัสการบริการ ตั้งแต่ก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และภายหลังการเดินทาง เพื่อเป็นการปรับปรุงและพัฒนาประสบการณ์ของลูกค้า ส่งเสริมคุณภาพการบริการและความภักดีของลูกค้าให้แก่สายการบินต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ
2. เพื่อศึกษาความภักดีของผู้โดยสารที่มีต่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการประสบการณ์ลูกค้าในธุรกิจสายการบิน

การจัดการประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience Management: CEM) เป็นการสร้างความผูกพันระหว่างลูกค้ากับองค์กรในระยะยาวผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรักษาลูกค้าขององค์กรไว้ด้วยความทรงจำในบริการที่ประทับใจอย่างยั่งยืน โดยการทำให้ทุกจุดสัมผัส (Touchpoints) ที่ลูกค้าต้องพบเจอ ติดต่อ และสัมผัสกับองค์กร เกิดความประทับใจมากที่สุด (Siqueira et al., 2023) ประสบการณ์ของผู้โดยสารเป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์และความไว้วางใจในแบรนด์ โดยคุณภาพการบริการทั้งสามด้าน ได้แก่ คุณภาพการบริการก่อนการบิน คุณภาพการบริการบนเครื่องบิน และคุณภาพการบริการหลังการบิน มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ของผู้โดยสาร ประสบการณ์ตรงที่ผู้โดยสารได้รับจากบริการของสายการบินเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างมูลค่าของตราสินค้าบริการ (Sarker et al., 2021) โดยผู้โดยสารจะประเมินประสบการณ์ที่พวกเขาได้รับผ่านคุณภาพการบริการในแต่ละจุดสัมผัสทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ จุดสัมผัสบริการก่อนการซื้อ (Pre-purchase Touchpoints) จุดสัมผัสบริการระหว่างการซื้อ (Purchase Touchpoints) และ จุดสัมผัสบริการหลังการซื้อ (Post-Purchase Touchpoints) (Wikraisakda et al., 2021). นอกจากนี้การออกแบบและพัฒนาคุณภาพบริการของสายการบินมีบทบาทสำคัญในการยกระดับประสบการณ์ผู้โดยสาร ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้คุณค่า ความผูกพันทางอารมณ์และความพึงพอใจ อันนำไปสู่ความภักดีของผู้โดยสารทั้งในเชิงทัศนคติและพฤติกรรม (Ragab et al., 2024) นอกจากนี้ คุณภาพการบริการของสายการบินมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความภักดีของผู้โดยสาร ทั้งในเชิงพฤติกรรม เช่น ความตั้งใจใช้บริการซ้ำ และเชิงทัศนคติ โดยมีตัวแปรด้านประสบการณ์และพฤติกรรมของลูกค้าเป็นกลไกสำคัญ (Bakir et al., 2025)

การจัดการประสบการณ์ทางดิจิทัล เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีเพื่อจัดการวงจรชีวิตของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ลูกค้าสามารถโพสต์ประสบการณ์ต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการบนช่องทางดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ได้อย่างง่ายดาย แพลตฟอร์มออนไลน์ช่วยให้ลูกค้าสามารถแบ่งปันประสบการณ์ด้วยข้อมูล ความคิดเห็น และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และแบรนด์ (Ban & Kim, 2019) นอกจากนี้ พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการนำเทคโนโลยีใหม่ของสายการบินมาใช้ เทคโนโลยี 6 ประการที่สายการบินนำเสนอส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร ได้แก่ การบริการลูกค้าด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI), ป้ายติดกระเป๋าสัมภาระอิเล็กทรอนิกส์, หุ่นยนต์ทำความสะอาด, การทำความสะอาดห้องโดยสารด้วยแสงอัลตราไวโอเลตและสารต้านจุลชีพ, ระบบความบันเทิงบนเที่ยวบินที่ควบคุมด้วยแอปพลิเคชัน และห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ บริการจดจำใบหน้า, เอกสารดิจิทัล และบริการลูกค้าด้วยปัญญาประดิษฐ์ (Shiwakoti et al., 2022) ซึ่งสอดคล้องกับ Khamwilai et al. (2025) ที่ศึกษาการพัฒนาเทคโนโลยี e-boarding pass และผลกระทบต่อประสบการณ์ผู้โดยสาร พบว่า การใช้ e-boarding pass ส่งผลในเชิงบวกต่อประสบการณ์ผู้โดยสารโดยเพิ่มระดับความสะดวก ความรวดเร็ว และความพึงพอใจในการเดินทาง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้า

ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) คือ แนวโน้มในการคงอยู่ของลูกค้าและมีการซื้อสินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง โดยไม่สนใจต่ออิทธิพลทางสถานการณ์ และความพยายามทางการตลาดที่มีแนวโน้มในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Baran & Galka, 2017) โปรแกรมความภักดีของลูกค้า คือ โปรแกรมที่นำเสนอให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับบริษัทหรือแบรนด์ของบริษัท โปรแกรมนี้เป็นเทคนิคในการเติบโตและรักษาลูกค้าปัจจุบันและสนับสนุนการซื้อซ้ำผ่านโครงการจูงใจ โปรแกรมสะสมคะแนนสนับสนุนให้ผู้ซื้อกลับไปซื้อซ้ำที่ร้านค้าที่พวกเขาทำการซื้อ โดยพบว่าโปรแกรมความภักดีสามารถสร้างและรักษาลูกค้าได้ (Geng & Li, 2018)

คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางบวกโดยตรง การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารมีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อความภักดีของผู้โดยสาร (Pinkum & Kidrakarn, 2023). นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงคุณค่าในการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดี ในการใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์สายการบินไทย (Mingcharoen & Lekcharoen, 2020). Ali and Alfayez (2024) ศึกษาอิทธิพลของระบบการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-CRM) ที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในอุตสาหกรรมการบิน พบว่า มิติของ E-CRM มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความภักดีและประสบการณ์ของลูกค้าโดยเฉพาะปรับปรุงประสิทธิภาพของเว็บไซต์ เสริมสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยและรับประกันความน่าเชื่อถือในระดับสูงเพื่อเพิ่มความภักดีของลูกค้า Tarkang et al. (2022) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่กระตุ้น

ให้เกิดความตั้งใจซื้อในอุตสาหกรรมสายการบินและบทบาทของกระบวนการตัดสินใจซื้อในบริบทของการจัดการประสบการณ์ลูกค้า พบว่า ความตั้งใจในการซื้อของผู้บริโภคสายการบิน Turkish Airlines เกิดจากการบอกต่อ (Word of Mouth: WOM) ทางอิเล็กทรอนิกส์ และ Violin et al. (2022) วิเคราะห์อิทธิพลของแนวคิดเทคโนโลยีการตลาด คุณภาพการบริการสายการบิน ต้นทุนต่ำที่มีต่อความภักดีของลูกค้าของสายการบินไลอ้อนแอร์ในอินโดนีเซีย พบว่า เทคโนโลยีการตลาดมีผลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้าสายการบินไลอ้อนแอร์อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีและการรวบรวมข้อมูลเพื่อปรับแต่งบริการให้ตรงกับความต้องการเฉพาะของผู้โดยสาร โดยจะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างความประทับใจและความพึงพอใจ ซึ่งส่งผลให้ผู้โดยสารมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ สร้างความผูกพันและความจงรักภักดีต่อสายการบินอย่างยั่งยืน (Pahuwattanakorn et al., 2024)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด สรุปได้ว่า แนวคิดการจัดการประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management: CEM) ในธุรกิจสายการบินเน้นการออกแบบและบริหารจัดการจุดสัมผัส (Touchpoints) ตลอดเส้นทางการเดินทางของผู้โดยสาร ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการใช้บริการ ซึ่งคุณภาพบริการในแต่ละช่วงมีบทบาทสำคัญต่อการก่อรูปของประสบการณ์โดยรวม และส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นในตราสินค้า ขณะเดียวกัน งานวิจัยด้านประสบการณ์ทางดิจิทัลชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีบริการ อาทิ ระบบดิจิทัลและ e-boarding pass สามารถยกระดับความสะดวก รวดเร็ว และความพึงพอใจของผู้โดยสาร อันเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงไปสู่ความตั้งใจใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ แนวคิดความภักดีของลูกค้าอธิบายได้ทั้งในมิติพฤติกรรมและทัศนคติ โดยความภักดีแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ความภักดีเชิงพฤติกรรม (Behavioral Loyalty) เป็นความถี่และจำนวนครั้งในการซื้อหรือใช้บริการซ้ำที่สามารถวัดได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด และความภักดีเชิงทัศนคติ (Attitudinal Loyalty) (Al Abri et al., 2023) ได้แก่ การพูดถึงและบอกต่อในทางที่ดี โดยพบว่าคุณภาพบริการ ประสบการณ์ และความพึงพอใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสาร อีกทั้งระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าเชิงอิเล็กทรอนิกส์ (E-CRM) และคุณภาพเว็บไซต์ในด้านประสิทธิภาพ ความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ ยังมีบทบาทในการเสริมสร้างประสบการณ์และความไว้วางใจ ซึ่งนำไปสู่ความภักดีในระยะยาว ดังนั้น วรรณกรรมทั้งหมดสะท้อนทิศทางสอดคล้องกันว่า “ประสบการณ์ผู้โดยสาร โดยเฉพาะประสบการณ์ทางดิจิทัล” ทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมระหว่างคุณภาพบริการกับความภักดีของลูกค้า อันเป็นฐานทฤษฎีที่สนับสนุนการศึกษาและนำมาซึ่งกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

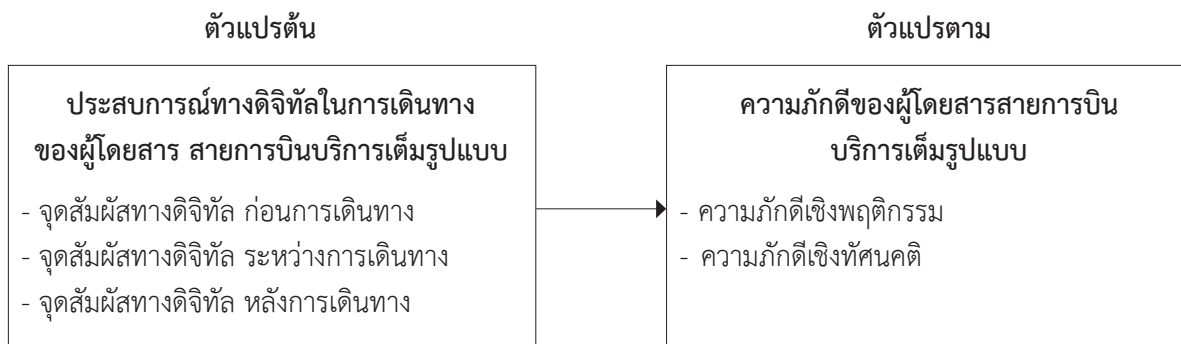
สมมติฐานของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ประสบการณ์ทางดิจิทัลของผู้โดยสารในแต่ละช่วงของการเดินทางมีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ระยะยาวกับสายการบิน ซึ่งอาจส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสารทั้งในมิติพฤติกรรมและทัศนคติ ดังนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

- H1: ประสบการณ์ทางดิจิทัลก่อนการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ
- H2: ประสบการณ์ทางดิจิทัลก่อนการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีเชิงทัศนคติของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ
- H3: ประสบการณ์ทางดิจิทัลระหว่างการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ
- H4: ประสบการณ์ทางดิจิทัลระหว่างการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีเชิงทัศนคติของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ
- H5: ประสบการณ์ทางดิจิทัลหลังการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ
- H6: ประสบการณ์ทางดิจิทัลหลังการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีเชิงทัศนคติของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางของผู้โดยสาร ซึ่งกำหนดเป็นตัวแปรต้นของงานวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ จุดสัมผัสทางดิจิทัลก่อนการเดินทาง จุดสัมผัสทางดิจิทัลระหว่างการเดินทาง และ จุดสัมผัสทางดิจิทัลหลังการเดินทาง ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสารซึ่งกำหนดเป็นตัวแปรตามของงานวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ความภักดีเชิงพฤติกรรม และ ความภักดีเชิงทัศนคติ โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของงานวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบประชากรของ Cochran (1977) กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเป็นผู้โดยสารที่เคยเดินทางด้วยสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-Service Airlines) เส้นทางบินระหว่างประเทศ ซึ่งเคยมีประสบการณ์ดิจิทัลในการเดินทาง เช่น การจองบัตรโดยสาร การชำระค่าบัตรโดยสาร การเช็คอินออนไลน์ การสอบถามข้อมูลการบริการ ผ่านช่องทางดิจิทัล (เช่น Website, Mobile Applications, Live Chat, AI Chat bot, Emails, Social Media, Kiosks และ เทคโนโลยีไร้สัมผัสอื่นๆ) ของสายการบินบริการเต็มรูปแบบ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน จากนั้นนำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Congruence: IOC) โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาค่าความสอดคล้อง IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.70-1.00 จากนั้น นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (reliability) และวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1951) มีค่าในส่วนข้อคำถามด้านประสบการณ์ทางดิจิทัล เท่ากับ 0.922 และส่วนข้อคำถามด้านความภักดีของผู้โดยสารเท่ากับ 0.850 และ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาโดยรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.929 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ความถี่ในการเดินทางโดยเครื่องบิน และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ส่วนที่ 2 แบบสอบถามประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทาง จำนวน 22 ข้อ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ จุดสัมผัสทางดิจิทัลก่อนการเดินทาง จุดสัมผัสทางดิจิทัลระหว่างการเดินทาง และ จุดสัมผัสทางดิจิทัลหลังการเดินทาง ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ความภักดีเชิงพฤติกรรม และ ความภักดีเชิงทัศนคติ จำนวน 6 ข้อ รวมทั้งหมด 28 ข้อ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scale) และ ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การเก็บและรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ได้รับการพิจารณาและรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยได้รับการอนุมัติภายใต้หมายเลขใบรับรอง PIM-REC 012/2567 การดำเนินการวิจัยเป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ตามมาตรฐานสากล ตลอดจนเป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องภายในประเทศอย่างเคร่งครัด

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงสำรวจ ดำเนินการเก็บและรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และการปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์เหมาะสมก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งเดินทางโดยสารกับสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-Service Airlines) ในเส้นทางบินระหว่างประเทศ และเคยมีประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทาง ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ร่วมกับการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้แพลตฟอร์ม Google Forms โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลได้รับการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย สิทธิในการปฏิเสธหรือยุติการให้ข้อมูล ได้ทุกเมื่อ และการรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลและคำถามคัดกรองก่อนตอบแบบสอบถาม โดยข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางวิชาการเท่านั้น และนำมาวิเคราะห์ในภาพรวมโดยไม่ระบุอัตลักษณ์ของผู้ให้ข้อมูลรายบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการทางสถิติ 2 ประเภท ได้แก่

- สถิติเชิงบรรยาย ใช้เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง และระดับความคิดเห็นของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้การแปลผลตามเกณฑ์การแปลผล (Best & Kahn, 2006)
- สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสาร สายการบินบริการเต็มรูปแบบ สามารถแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้โดยสารที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 75.47 มีอายุระหว่าง 41 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.12 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.33 ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 48.82 ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางโดยเครื่องบิน 1-2 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 62.97 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 79.24

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางของผู้โดยสาร นำเสนอดังตาราง ที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางของผู้โดยสาร

ประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางของผู้โดยสารการจองบัตรโดยสาร การชำระค่าบัตรโดยสาร การเช็คอินออนไลน์ การสอบถามข้อมูลการบริการ ผ่านช่องทางดิจิทัล (เช่น Website, Mobile Applications, Live Chat, AI Chat bot, Emails, Social Media, Kiosks และ เทคโนโลยีไร้สัมผัสอื่นๆ)	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD	แปลผล
จุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital Touchpoints) ก่อนการเดินทาง	3.90	1.01	มาก
จุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital Touchpoints) ระหว่างการเดินทาง	3.51	1.03	มาก
จุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital Touchpoints) หลังการเดินทาง	3.40	1.00	ปานกลาง
ระดับประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางของผู้โดยสาร โดยรวม	3.60	1.04	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้โดยสารมีประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 (Mean = 3.60, SD = 1.04) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้โดยสารมีประสบการณ์ทางดิจิทัลก่อนการเดินทางอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (Mean = 3.90, SD = 1.01) รองลงมาคือ ประสบการณ์ทางดิจิทัลระหว่างการเดินทางอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 (Mean = 3.51, SD = 1.03) และ ประสบการณ์ทางดิจิทัลหลังการเดินทางอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 (Mean = 3.40, SD = 1.00) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบ นำเสนอดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบ

ความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบ	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD	แปลผล
ความภักดีเชิงพฤติกรรม	3.93	0.88	มาก
ความภักดีเชิงทัศนคติ	3.99	0.78	มาก
ระดับความความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบโดยรวม	3.96	0.83	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้โดยสารมีความภักดีต่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (Mean = 3.96, SD = 0.83) โดยมีความภักดีเชิงทัศนคติอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (Mean = 3.99, SD = 0.78) และ ความภักดีเชิงพฤติกรรม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (Mean = 3.93, SD = 0.88) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของประสบการณ์ทางดิจิทัลก่อนการเดินทางที่มีผลต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ

ประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทาง	ความภักดีของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ	Beta	R Square	t	Sig.
ก่อนการเดินทาง	เชิงพฤติกรรม	.700	.490	20.147	.000**
ก่อนการเดินทาง	เชิงทัศนคติ	.605	.366	15.594	.000**

จากตารางที่ 3 พบว่า ประสบการณ์ทางดิจิทัลก่อนการเดินทางมีอิทธิพลต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของผู้โดยสารในสายการบินบริการเต็มรูปแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < .01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.700 ($\beta = .700$, $R^2 = .490$, $t = 20.147$)

ประสบการณ์ทางดิจิทัลก่อนการเดินทางมีอิทธิพลต่อความภักดีเชิงทัศนคติของผู้โดยสารในสายการบินบริการเต็มรูปแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < .01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.605 ($\beta = .605$, $R^2 = .366$, $t = 15.594$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย H1: ประสบการณ์ทางดิจิทัลก่อนการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ และ H2: ประสบการณ์ทางดิจิทัลก่อนการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีเชิงทัศนคติของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ห้อิทธิพลของประสบการณ์ทางดิจิทัลระหว่างการเดินทางที่มีผลต่อความภักดีของผู้โดยสาร
สายการบินบริการเต็มรูปแบบ

ประสบการณ์ทางดิจิทัล ในการเดินทาง	ความภักดีของผู้โดยสาร สายการบินบริการเต็มรูปแบบ	Beta	R Square	t	Sig.
ระหว่างการเดินทาง	เชิงพฤติกรรม	.568	.322	14.172	.000**
ระหว่างการเดินทาง	เชิงทัศนคติ	.533	.284	12.943	.000**

จากตารางที่ 4 พบว่า ประสบการณ์ทางดิจิทัลระหว่างการเดินทางมีอิทธิพลต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของผู้โดยสารในสายการบินบริการเต็มรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < .01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ 0.568 ($\beta = .568$, $R^2 = .322$, $t = 14.172$)

ประสบการณ์ทางดิจิทัลระหว่างการเดินทางมีอิทธิพลต่อความภักดีเชิงทัศนคติของผู้โดยสารในสายการบินบริการเต็มรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < .01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.533 ($\beta = .533$, $R^2 = .284$, $t = 12.943$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ H3: ประสบการณ์ทางดิจิทัลระหว่างการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ และ H4: ประสบการณ์ทางดิจิทัลระหว่างการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีเชิงทัศนคติของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ห้อิทธิพลของประสบการณ์ทางดิจิทัลหลังการเดินทางที่มีผลต่อความภักดีของผู้โดยสาร
สายการบินบริการเต็มรูปแบบ

ประสบการณ์ทางดิจิทัล ในการเดินทาง	ความภักดีของผู้โดยสาร สายการบินบริการเต็มรูปแบบ	Beta	R Square	t	Sig.
ระหว่างการเดินทาง	เชิงพฤติกรรม	.472	.223	10.998	.000**
ระหว่างการเดินทาง	เชิงทัศนคติ	.513	.263	12.264	.000**

จากตารางที่ 5 พบว่า ประสบการณ์ทางดิจิทัลหลังการเดินทางมีอิทธิพลต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของผู้โดยสารในสายการบินบริการเต็มรูปแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < .01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ 0.472 ($\beta = .472$, $R^2 = .223$, $t = 10.998$)

ประสบการณ์ทางดิจิทัลหลังการเดินทางมีอิทธิพลต่อความภักดีเชิงทัศนคติของผู้โดยสารในสายการบินบริการเต็มรูปแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < .01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ 0.513 ($\beta = .513$, $R^2 = .263$, $t = 12.264$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ H5: ประสบการณ์ทางดิจิทัลหลังการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ และ H6: ประสบการณ์ทางดิจิทัลหลังการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีเชิงทัศนคติของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ

อภิปราย และสรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ
สรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ด้านประสบการณ์ทางดิจิทัลของผู้โดยสาร พบว่า ผู้โดยสารมีประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับดีมาก โดยเฉพาะในช่วงก่อนการเดินทาง และระหว่างการเดินทาง อันได้แก่ การจองบัตรโดยสาร การชำระค่าบัตรโดยสาร การเช็คอินออนไลน์ รวมถึงการสอบถามข้อมูลการบริการ ผ่านช่องทางดิจิทัลของสายการบิน เช่น Website, Mobile Applications, Live Chat, AI Chat bot, Emails, Social Media, Kiosks และ เทคโนโลยีไร้สัมผัสต่างๆบนเที่ยวบิน

ซึ่งสอดคล้องกับ Ban and Kim (2019) ซึ่งพบว่า แพลตฟอร์มออนไลน์ช่วยให้ลูกค้าสามารถแบ่งปันประสบการณ์ด้วยข้อมูลความคิดเห็น และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และแบรนด์ และ สอดคล้องกับ Shiwakoti et al. (2022) ซึ่งพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการนำเทคโนโลยีใหม่ของสายการบินมาใช้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Xue and Ylagan (2024) ที่พบว่า การบูรณาการเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อให้บริการผู้โดยสารแบบเรียลไทม์ จะมีส่วนช่วยช่วยยกระดับประสบการณ์และความภักดีของลูกค้าโดยรวม และ Heiets et al. (2022) ที่พบว่า เทคโนโลยีขั้นสูงเหล่านี้สามารถช่วยให้ผู้โดยสารมีวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการปรับปรุงประสบการณ์การเดินทางอากาศ และผู้โดยสารส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อเทคโนโลยีดิจิทัลในการเดินทาง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการปรับตัวเข้าหาเทคโนโลยีของผู้คนในปัจจุบัน ในขณะที่ประสบการณ์ทางดิจิทัลหลังการเดินทาง อยู่ในระดับระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า สายการบินบริการเต็มรูปแบบมีความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลในช่วงก่อนและระหว่างการเดินทางมากเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นช่วงที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการและประสบการณ์หลักของผู้โดยสาร

ด้านของความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบ พบว่า ผู้โดยสารมีความภักดีต่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านความภักดีเชิงทัศนคติ และความภักดีเชิงพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Kotler, 2021) ที่พบว่า การใช้เทคโนโลยีในการสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคลจะช่วยให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและส่งผลบวกต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ Tarkang et al. (2022) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความตั้งใจซื้อในอุตสาหกรรมสายการบินและการจัดการประสบการณ์ลูกค้าของสายการบิน Turkish Airlines พบว่า ความตั้งใจในการซื้อของผู้โดยสารเกิดจากการบอกต่อ (Word of Mouth: WOM) ทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความภักดีเชิงทัศนคติในโลกออนไลน์ของผู้โดยสารที่มีความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน

อิทธิพลของประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางที่มีต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ พบว่า ประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบทั้งในด้านพฤติกรรมและทัศนคติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้ง 3 ช่วง ได้แก่ ประสบการณ์ทางดิจิทัลก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และ หลังการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chou et al. (2023) ที่ศึกษาถึงบทบาทของโซเชียลมีเดียในสายการบินต้นทุนต่ำที่มีผลต่อความผูกพันและความภักดีของผู้โดยสาร ซึ่งพบว่า การมีส่วนร่วมของลูกค้าในหน้าโซเชียลมีเดียของสายการบินต้นทุนต่ำ มีผลกระทบอย่างมากต่อความไว้วางใจ และความภักดีของผู้โดยสาร และ Mingcharoen and Lekcharoen, (2020) ที่ศึกษาถึงอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ต่อความภักดีในการใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์สายการบินไทย ซึ่งพบว่า การรับรู้คุณค่าในการใช้บริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีในการใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์สายการบินไทย นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ Pahuwattanakorn et al. (2024) ที่ศึกษาการพัฒนาแนวทางนวัตกรรมการตลาด 5.0 ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีและการรวบรวมข้อมูลเพื่อปรับแต่งบริการให้ตรงกับความต้องการเฉพาะของผู้โดยสาร โดยจะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างความประทับใจและความพึงพอใจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากผู้โดยสารรับรู้ว่าการใช้บริการดิจิทัลของสายการบินเป็นทางเลือกที่คุ้มค่า สะดวก และตอบสนองความต้องการของตนเอง ก็จะส่งผลให้เกิดความภักดีในการใช้บริการ จึงสามารถสรุปและอภิปรายผลได้ว่า หากผู้โดยสารมีความพึงพอใจและได้รับประสบการณ์ทางดิจิทัลที่ดีจะส่งผลให้ผู้โดยสารมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งจะสามารถสร้างความผูกพันและความจงรักภักดีต่อสายการบินได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในเชิงปฏิบัติได้ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. สายการบินควรเพิ่มประสิทธิภาพด้านระบบดิจิทัลในการสื่อสารกับลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น โดยพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติ AI Chatbot ให้มีความสามารถในการช่วยเหลือและตอบคำถามที่ซับซ้อนขึ้น เช่น การช่วยจองตั๋ว ปรับเปลี่ยนเที่ยวบิน หรือแนะนำข้อเสนอพิเศษโดยใช้ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า ควรมีการรวมระบบ AI กับช่องทางโซเชียลมีเดียและแอปพลิเคชันของสายการบิน เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้สะดวกในหลายช่องทาง รวมถึงพัฒนาระบบ AI Chatbot ที่สามารถจดจำพฤติกรรมลูกค้าและให้คำแนะนำเฉพาะบุคคล เช่น การแจ้งเตือนเกี่ยวกับเที่ยวบินที่ลูกค้าสนใจ หรือโปรโมชั่นที่ตรงกับความต้องการ

2. สายการบินควรพัฒนาเครือข่าย Wi-Fi บนเที่ยวบินให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีดาวเทียมล่าสุด เพื่อให้ความเร็วและความเสถียรของสัญญาณเพิ่มขึ้น ควรพิจารณาให้บริการอินเทอร์เน็ตฟรีสำหรับผู้โดยสารที่เป็นสมาชิกสะสมไมล์ โดยเฉพาะสมาชิกระดับสูง เพื่อเพิ่มระดับความภักดี รวมถึงปรับแพ็คเกจการใช้งานให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า เช่น แพ็คเกจสำหรับการใช้งานโซเชียลมีเดีย หรือแพ็คเกจสำหรับการทำงานออนไลน์ และควรมีระบบแจ้งเตือนคุณภาพสัญญาณ ให้ผู้โดยสารทราบล่วงหน้าก่อนเข้าสู่พื้นที่ที่อาจมีสัญญาณอ่อน

3. สายการบินควรพัฒนารูปแบบของ Mobile Application ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลและรองรับทุกกระบวนการในสนามบิน เช่น การเช็คอินดิจิทัล การติดตามสัมภาระ การแจ้งเตือนเที่ยวบินล่าช้า และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประตูทางออกขึ้นเครื่อง รวมทั้งการสะสมไมล์การเดินทางสำหรับผู้โดยสารที่เป็นสมาชิก ในแพลตฟอร์มเดียวกัน เพื่อให้ผู้โดยสารสะดวกในการใช้งาน และการปรับปรุงประสบการณ์ทางดิจิทัลของผู้โดยสารให้ราบรื่นและสะดวกมากยิ่งขึ้น

4. สายการบินควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการจัดการข้อร้องเรียนและการดูแลลูกค้าหลังการเดินทางผ่านช่องทางดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเปิดโอกาสให้ผู้โดยสารสามารถแจ้งปัญหา ตรวจสอบสถานะ และรับทราบความคืบหน้าของการแก้ไขข้อร้องเรียนได้ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของสายการบินแบบเรียลไทม์ รวมถึงการนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลข้อร้องเรียน ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการข้อร้องเรียนได้อย่างรวดเร็ว จะช่วยให้สายการบินสามารถระบุปัญหาที่เกิดขึ้น วางแผนการแก้ไขระบบ และปรับปรุงคุณภาพการบริการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยฟื้นฟูความเชื่อมั่นและส่งเสริมความภักดีของผู้โดยสารในระยะยาว

ข้อเสนอแนะเพื่อการทบทวนในครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาประสบการณ์ทางดิจิทัลในการเดินทางเป็นตัวแปรอิสระหลัก ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรพิจารณาตัวแปรอื่นที่อาจมีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่านหรือกำกับความสัมพันธ์ เช่น ความพึงพอใจของผู้โดยสาร ความไว้วางใจต่อสายการบิน การรับรู้คุณค่า หรือคุณภาพบริการดิจิทัล เพื่อให้สามารถอธิบายกลไกที่นำไปสู่ความภักดีของผู้โดยสารได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และ การศึกษานี้มุ่งเน้นเฉพาะผู้โดยสารสายการบินบริการเต็มรูปแบบ (Full-Service Airlines) ดังนั้นการวิจัยในอนาคตควรศึกษากลุ่มผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-Cost Carriers) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบของประสบการณ์ทางดิจิทัลต่อความภักดีในบริบทที่หลากหลาย

เอกสารอ้างอิง

- Airports of Thailand Public Company Limited. (2024). *Annual report 2024 (One Report)*. Airports of Thailand. <https://investor.airportthai.co.th/misc/one-report/20250115-aot-one-report-2024-th.pdf> [in Thai]
- Al Abri, I., Alkazemi, M., Abdeljalil, W., Al Harthi, H., & Al Maqbali, F. (2023). Attitudinal and behavioral loyalty: Do psychological and political factors matter in tourism development? *Sustainability*, 15(6), 5042. <https://doi.org/10.3390/su15065042>
- Ali, N., & Alfayez, M. (2024). The impact of E-CRM on customer loyalty in the airline industry: The mediating role of customer experience. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2364838. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2364838>
- Bakır, M., Atalık, Ö., & Itani, N. (2025). Service quality and repurchase intentions in the airline industry: a multiple mediation analysis through customer citizenship behaviour. *Current issues in tourism*, 28(24), 4025-4046. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2410935>
- Ban, H.J., & Kim, H.S. (2019). Understanding customer experience and satisfaction through airline passengers' online review. *Sustainability*, 11(15), 4066. <https://doi.org/10.3390/su11154066>
- Baran, R. J., & Galka, R. J. (2017). Customer relationship management: *The foundation of contemporary marketing strategy* (2nd ed.). Routledge.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (2006). *Research in education* (10th ed.). Pearson Education.

- Chou, S., Chen, C. W., & Wong, M. (2023). When social media meets low-cost airlines: Will customer engagement increase customer loyalty? *Research in Transportation Business & Management*, 47, 100945. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2023.100945>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Geng, L., & Li, X. (2018). An empirical study on the relationship between consumption emotions and brand loyalty. *Chinese Journal of Communication*, 11(3), 267-288. <https://doi.org/10.1080/17544750.2018.1445118>
- Heiets, I., La, J., Zhou, W., Xu, S., Wang, X., & Xu, Y. (2022). Digital transformation of airline industry. *Research in Transportation Economics*, 92, 101186. <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2022.101186>
- Khamwilai, A., Nimitphuwanon, P., Pannopapha, O., Khamchang, T., & Srisat, P. (2025). The development of e-boarding pass technology and its impact on passenger experience. *Modern Academic Development and Promotion Journal*, 3(2), 1000-1018. [in Thai]
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Willey & Sons.
- Mingcharoen, J. M., & Lekcharoen, S. (2020). The influence of perceived e-service quality on perceived value and customer loyalty in purchasing airline tickets via Thai airline websites. *Journal of Communication Arts Review*, 24(3), 179–192. [in Thai]
- Pahuwattanakorn, S., Joungrakul, J., & Chitwattanakorn, T. (2024). Study of causal factors influencing the development of a marketing innovation model 5.0 to encourage repeat usage among Gen Y customers of low-cost airlines in Thailand. *Journal of MCU Social Science Review*, 13(6), 374–385. [in Thai]
- Pinkum, S., & Kidrakarn, K. (2023). An investigation into improving service quality distribution and perceived value in the passenger loyalty of low-cost airlines in Thailand. *Journal of Distribution Science*, 21(4), 21-33. [in Thai]
- Ragab, H., Polo-Peña, A. I., & Mahrous, A. A. (2024). The effect of airline service quality, perceived value, emotional attachment, and brand loyalty on passengers' willingness to pay: The moderating role of airline origin. *Case Studies on Transport Policy*, 18, 101313. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2024.101313>
- Rubio-Andrada, L., Celemin-Pedroche, M. S., Escat-Cortés, M. D., & Jiménez-Crisóstomo, A. (2023). Passengers satisfaction with the technologies used in smart airports: An empirical study from a gender perspective. *Journal of Air Transport Management*, 107, 102347. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2022.102347>
- Sarker, M., Mohd-Any, A. A., & Kamarulzaman, Y. (2021). Validating a consumer-based service brand equity (CBSBE) model in the airline industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102354.
- Shiwakoti, N., Hu, Q., Pang, M. K., Cheung, T. M., Xu, Z., & Jiang, H. (2022). Passengers' perceptions and satisfaction with digital technology adopted by airlines during COVID-19 pandemic. *Future Transportation*, 2(4), 988–1009. <https://doi.org/10.3390/futuretransp2040055>
- Siqueira, J. R., Bendixen, M., Reinoso-Carvalho, F., & Campo, R. (2023). Key drivers of brand trust in a Latin American airline: the impact of Colombia's Avianca customer experience. *Journal of Marketing Analytics*, 11(2), 186 - 201.
- Tarkang, M. E., Alola, U. V., Nange, R. Y., & Ozturen, A. (2022). Investigating the factors that trigger airline industry purchase intention. *Current Psychology*, 41(4), 1716-1727.

- Violin, V., Hasan, S., & Sufri, M. (2022). Analysis of the Influence of Marketing Technology Concepts, Service Quality, and Low-Cost Carrier on Customers and Customer Loyalty on Lion Air Airlines in Indonesia. *Journal of Management Science (JMAS)*, 5(3), 64-73.
- Wikraisakda, K., Kittisaknavin, C., & Paiboonwongsakul, S. (2021). Customer experience management: A new proposal for boutique hotel development in Thailand. *Kasem Bundit Journal*, 22(2), 54–71. [in Thai]
- Wongyai, P. H., Ngo, T., Wu, H., Tsui, K. W. H., & Nguyen, T. H. (2024). Self-service technology in aviation: A systematic literature review. *Journal of the Air Transport Research Society*, 2, 100016. <https://doi.org/10.1016/j.jatrs.2024.100016>
- Xue, Y., & Ylagan, A. D. (2024). Airline services, passenger satisfaction and loyalty among passengers of China Southern Airline. *International Journal of Research Studies in Management*, 12(10), 57–72.

อิทธิพลของการสนับสนุนจากองค์กร ทักษะคิดต่อการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ABC

วิศิษฐ์ ชัยเทอดเกียรติ^{1*} ภัทรดา รุ่งเรือง² และ Phyu Phyu Myint Naing³

¹นักศึกษานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก
เขตบางนา จังหวัดกรุงเทพฯ 10260 ประเทศไทย

^{2,3}คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอกเขตบางนา จังหวัดกรุงเทพฯ 10260 ประเทศไทย

*ผู้เขียนหลัก อีเมล: wisitor@hotmail.com

วันที่ได้รับบทความ: 15 มีนาคม 2569 วันที่แก้ไขบทความ: 9 เมษายน 2569 วันที่ตอบรับบทความ: 18 พฤษภาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาความสัมพันธ์ของการสนับสนุนจากองค์กร ทักษะคิดต่อการใช้เทคโนโลยี ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ กับพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงาน และ 2. ศึกษาอิทธิพลของการสนับสนุนจากองค์กร ทักษะคิดต่อการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ABC ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ของไทยที่ดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 50 ปี และกำลังอยู่ในช่วงการปรับตัวสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการดำเนินงาน กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานบริษัท ABC จำนวน 88 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ตัวแปรทุกตัว ประกอบด้วย การสนับสนุนจากองค์กร ทักษะคิดต่อการใช้เทคโนโลยี ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงสุดที่สุด คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($r = 0.837$) และ (2) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมนวัตกรรมได้ร้อยละ 57.6 ($R^2 = 0.576$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คือ การรับรู้ประโยชน์ ($\beta=0.63$) ทักษะคิดต่อการใช้เทคโนโลยี ($\beta= 0.337$) และความง่ายในการใช้งาน ($\beta= 0.196$) เรียงตามลำดับ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า องค์กรควรมุ่งพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้งานง่ายและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานจริง ควบคู่กับการสนับสนุนเชิงนโยบาย เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

คำสำคัญ: การสนับสนุนจากองค์กร ทักษะคิดต่อการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี พฤติกรรมนวัตกรรม

The Influence of Organizational Support, Attitudes toward Technology Use, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use on Employees' Innovative Work Behavior at ABC Company

Wisit Chaiturdkiat^{1*}, Patarada Rungrueng² and Phyu Phyu Myint Naing³

¹MBA student Faculty of Accountancy and Management, Southeast Bangkok University

Bangna District, Bangkok 10260, Thailand

^{2,3}Faculty of Accountancy and Management, Southeast Bangkok University Bangna District, Bangkok 10260, Thailand

* Corresponding author's E-mail: wisitor@hotmail.com

Received: 15 March, 2026 / Received in revised form: 9 April, 2026 / Accepted: 18 May, 2026

Abstract

This research aimed to: (1) examine the relationships among organizational support, attitude toward technology use, perceived ease of use, perceived usefulness, and innovative behavior in the workplace; and (2) investigate the influence of organizational support, attitude toward technology use, perceived usefulness, and perceived ease of use on employees' innovative behavior at ABC Company, a Thai medical device manufacturer with over 50 years of experience that is currently adapting to digital technology in its operations. The sample consisted of 88 employees from ABC Company. A questionnaire was used as the data collection instrument. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics, including Pearson's correlation coefficient and multiple regression analysis.

The results indicated that: (1) Pearson's correlation analysis revealed that all variables organizational support, attitude toward technology use, perceived ease of use, and perceived usefulness were positively and significantly related to innovative behavior in the workplace at the 0.01 level. Among these, perceived ease of use showed the strongest relationship ($r = 0.837$); and (2) the multiple regression analysis demonstrated that the model explained 57.6% of the variance in innovative work behavior ($R^2 = 0.576$), which was statistically significant at the 0.05 level. The predictors, ranked in descending order of significance, were perceived usefulness ($\beta = 0.63$), attitude toward technology use ($\beta = 0.337$), and perceived ease of use ($\beta = 0.196$). These findings suggest that organizations should prioritize the development of user-friendly technologies that deliver tangible benefits, alongside supportive organizational policies, in order to foster innovative behavior among employees and enhance long-term organizational competitiveness.

Keywords: Organizational Support, Attitude toward Technology Use, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Innovative Work Behavior

บทนำ

อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ในระดับสากลถือเป็นหนึ่งในภาคส่วนที่มีการขยายตัวอย่างก้าวกระโดด โดยข้อมูลจากสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย ระบุว่าตลาดเครื่องมือแพทย์โลกมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ประมาณ 6.1% และคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2570 มูลค่าตลาดจะสูงถึง 7.44 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับประเทศไทย แนวโน้มดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยคาดว่ามูลค่าตลาดภายในประเทศจะทะยานสูงกว่า 3.38 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือมากกว่าหนึ่งแสนล้านบาท ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ย 8.1% ต่อปี ในช่วงปี 2562–2570 สอดคล้องกับรายงานของวิจัยกรุงศรี (Krungsri Research, 2023) ที่ชี้ให้เห็นว่ามูลค่าการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ในประเทศช่วงปี 2565–2566 มีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ย 5–7% ต่อปี ตามความต้องการด้านสุขภาพและการเข้าสู่สังคมสูงวัย

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางโอกาสในการเติบโต อุตสาหกรรมไทยกลับเผชิญกับข้อจำกัดเชิงโครงสร้างที่ซับซ้อน ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ประมาณ 1,000 ราย ทว่าส่วนใหญ่ยังคงเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าชิ้นพื้นฐานประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use device) เช่น ถุงมือยางหรือวัสดุสิ้นเปลือง มากกว่าการพัฒนานวัตกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (Thailand Development Research Institute [TDRI], 2025) ส่งผลให้ประเทศยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศคิดเป็นมูลค่ากว่า 70,000 ล้านบาทต่อปี (NXPO, 2024) สภาวการณ์นี้สะท้อนถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการยกระดับขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ประกอบการไทย เพื่อเปลี่ยนผ่านจาก "ผู้ผลิตรับจ้าง" สู่ "ผู้สร้างนวัตกรรม"

หัวใจสำคัญของการเปลี่ยนผ่านนี้คือกระบวนการ Digital Transformation ซึ่ง Vial (2019) นิยามว่าเป็นกระบวนการที่มุ่งปรับปรุงกิจการโดยการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในคุณสมบัติขององค์กรผ่านการผสมผสานของเทคโนโลยีดิจิทัล การสื่อสาร และการเชื่อมต่อ สำหรับ บริษัท ABC ซึ่งเป็นกรณีศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ นับเป็นตัวแทนเชิงประจักษ์ขององค์กรดั้งเดิมที่ดำเนินกิจการมายาวนานกว่า 50 ปี และกำลังเผชิญกับจุดเปลี่ยนสำคัญในการนำระบบสารสนเทศ (Information Systems) และระบบอัตโนมัติ (Automation) เข้ามาใช้ในการกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการ ความท้าทายที่บริษัท ABC เผชิญมิใช่เพียงการลงทุนในตัวเครื่องมือ แต่คือการบริหารจัดการ ความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุ ประสบการณ์ทำงาน และระดับทักษะดิจิทัลที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับและการปรับตัวเชิงพฤติกรรม ในการอธิบายกลไกการยอมรับเทคโนโลยี งานวิจัยชิ้นนี้ได้ประยุกต์ใช้ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งมีรากฐานสำคัญมาจากงานวิจัยของ Davis (1989) ผู้เสนอว่าพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีถูกกำหนดโดยทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ซึ่งได้รับอิทธิพลโดยตรงจากสองปัจจัยหลักคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) แนวคิดของ Davis ได้รับการพิสูจน์ความแม่นยำในบริบทอุตสาหกรรมไทยอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงการปรับตัวของภาคธนาคารสู่ระบบดิจิทัล (Digital Banking) และการประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการผลิต (Industry 4.0) ที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพผ่านนวัตกรรม (Venkatesh & Davis, 2000) อย่างไรก็ตาม การนำ TAM มาวิเคราะห์ในบริบทเฉพาะของ อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ ที่มีข้อกำหนดด้านมาตรฐานความปลอดภัยระดับสูงและมีวัฒนธรรมองค์กรแบบดั้งเดิมที่ยึดโยงกับทักษะความชำนาญเฉพาะบุคคล (Tacit Knowledge) จึงถือเป็นมิติใหม่ที่ทำลายในการขยายองค์ความรู้จากภาคบริการสู่ภาคการผลิตเครื่องมือแพทย์ที่มีความซับซ้อน

ด้วยเหตุนี้ แนวคิดเรื่อง การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) ตามหลักการของ Eisenberger et al. (1986) จึงถูกนำมาบูรณาการในฐานะตัวแปรต้นสำคัญ โดยเชื่อว่าเมื่อพนักงานรับรู้ว่าองค์กรให้คุณค่าและพร้อมสนับสนุนทรัพยากรในช่วงการเปลี่ยนผ่าน ย่อมส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีตามแนวทางของ TAM และนำไปสู่การแสดงออกซึ่ง พฤติกรรมนวัตกรรม (Innovative Work Behavior) ตามกรอบแนวคิดของ Scott and Bruce (1994) ซึ่งระบุว่าพฤติกรรมดังกล่าวเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล งาน และสภาพแวดล้อมทางสังคมในที่ทำงาน

การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาอิทธิพล ด้านการสนับสนุนจากองค์กรและการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลอง TAM ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานในบริษัท ABC ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ของไทยที่มีประวัติการดำเนินงานมานานกว่า 50 ปี และมีพนักงานอยู่หลากหลายช่วงอายุ ผลการศึกษาคาดว่าจะสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการการเปลี่ยนแปลงขององค์กรไปสู่ยุคดิจิทัลได้อย่างราบรื่นต่อไป.

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการสนับสนุนจากองค์กร ทักษะการใช้เทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของพนักงานบริษัท ABC
2. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior) ในองค์กร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนจากองค์กร ทักษะการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี กับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การศึกษานี้จะช่วยเพิ่มองค์ความรู้ทางวิชาการเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลอง Technology Acceptance Model (TAM) และพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน โดยสะท้อนบทบาทของการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีที่มีต่อการส่งเสริมพฤติกรรมนวัตกรรมในบริบทขององค์กรธุรกิจด้านการแพทย์
2. ข้อค้นพบจากการศึกษาสามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับผู้บริหารและผู้กำหนดนโยบายขององค์กรในการวางแผน พัฒนา และออกแบบระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้สอดคล้องกับลักษณะการปฏิบัติงานของพนักงาน ตลอดจนสนับสนุนสภาพแวดล้อมขององค์กรที่เอื้อต่อการยอมรับเทคโนโลยีและการสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน
3. แนวทางจากการศึกษาสามารถใช้เป็นต้นแบบในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานในหน่วยงานต่าง ๆ ขององค์กร และสามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือขยายผลในการศึกษาวิจัยในบริบทขององค์กรประเภทอื่น เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการองค์กรในยุคดิจิทัลต่อไป.

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS)

การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) หมายถึง ระดับการรับรู้ของพนักงานว่าองค์กรให้คุณค่าในผลงานของตน และใส่ใจต่อความเป็นอยู่ที่ดีของตน (Eisenberger et al., 1986) แนวคิดนี้มีพื้นฐานจาก Organizational Support Theory ซึ่งอธิบายว่า เมื่อพนักงานรับรู้ว่าองค์กรให้การสนับสนุนอย่างเหมาะสม พนักงานจะเกิดพฤติกรรมเชิงบวกต่อองค์กร เช่น ความผูกพัน ความตั้งใจทุ่มเท และพฤติกรรมที่เกินกว่าหน้าที่ตามบทบาทปกติ (extra-role behavior) (Eisenberger et al., 1986) นอกจากนี้ Kurtessis et al. (2017) ได้สังเคราะห์งานวิจัยจำนวนมากและพบว่า POS มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร และพฤติกรรมเชิงบวกในที่ทำงาน โดยกลไกสำคัญของ POS ทำงานผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนทางสังคม (social exchange) กล่าวคือ เมื่อพนักงานรับรู้ถึงความยุติธรรม การสนับสนุน และการปฏิบัติที่ดีจากองค์กร จะเกิดความรู้สึกตอบแทนหรือความเป็นหนี้บุญคุณ ซึ่งนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร (Kurtessis et al., 2017).

ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี

ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (Attitudes toward Technology Use)

ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีหมายถึง การรับรู้ ความเชื่อ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงาน ซึ่งสะท้อนผ่านการประเมินถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี ความสามารถในการควบคุมหรือใช้งานระบบ ความรู้สึกเชิงบวกต่อการใช้งาน รวมถึงความตั้งใจที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้จริงในงานประจำ (Salele & Khan, 2022) โดยแนวคิดดังกล่าวเกี่ยวข้องกับทั้งความเชื่อเชิงเครื่องมือ เช่น การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของระบบ และความเชื่อส่วนบุคคล เช่น ความมั่นใจในความสามารถของตนเองหรือการรับรู้บรรทัดฐานทางสังคม (Salele & Khan, 2022) งานวิจัยร่วมสมัยชี้ให้เห็นว่า แม้องค์กรจะมีโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่พร้อม แต่หากผู้ใช้งานไม่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อเทคโนโลยี การนำระบบมาใช้จริงก็อาจไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร (Manuel III & Capistrano, 2025) ดังนั้น ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีในองค์กร.

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงาน

เทคโนโลยี หมายถึง วิทยาการในการนำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิด ประโยชน์ในทางปฏิบัติ และอุตสาหกรรม โดยสามารถจำแนกได้ถึง 5 ความหมาย (Good, 1973) ได้แก่

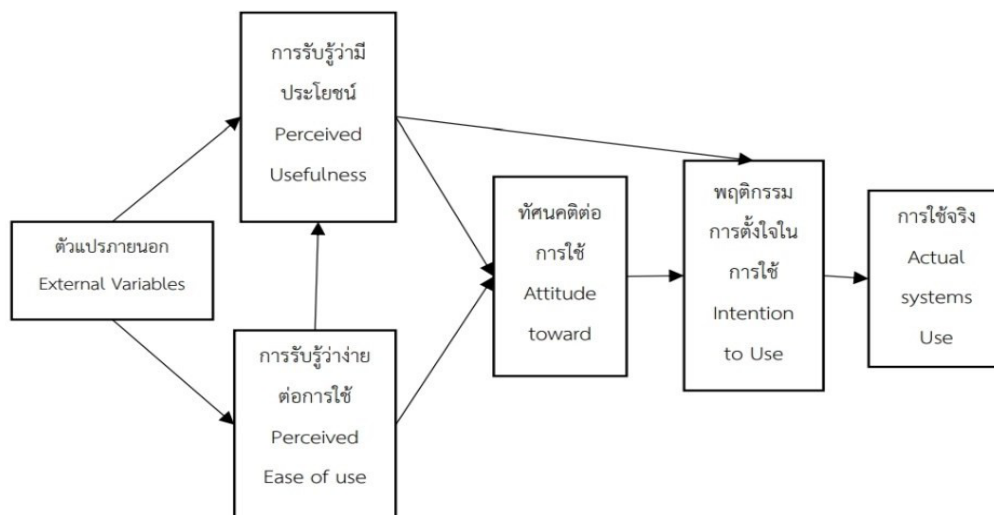
1. การศึกษาทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับเทคนิคโดยมีระบบวิธีการ
2. วิธีการทางวิทยาศาสตร์โดยนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาในเชิงการปฏิบัติ
3. การจัดระบบเพื่อจุดประสงค์ในทางการปฏิบัติ เพื่อก่อให้เกิดผลทางการเรียนการสอน โดยยึดหลักของข้อเท็จจริง และหลักเกณฑ์ที่เชื่อถือได้
4. ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ โดยระบบวิธีการที่ไว้ในอุตสาหกรรมศิลป์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน การประยุกต์ใช้ในโรงงานต่าง ๆ
5. การนำเอาความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และตรรกศาสตร์มาใช้ เพื่อทำให้เกิด ประโยชน์ในความเจริญทางด้านวัตถุ

เทคโนโลยี หมายถึง การใช้เครื่องมือทางคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในการเก็บประมวล ถ่ายทอด และการแสดงผลของข้อมูล ในแบบรูปภาพ เสียง ตัวอักษร และตัวเลข โดยความสามารถในการรับส่งข้อมูล จากแหล่งข่าวสารจำนวนมาก สามารถส่งไปยัง แหล่งต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึงและกว้างขวางซึ่งเทคโนโลยีนั้น สามารถจะพัฒนาระบบของข้อมูลในองค์กรได้เป็นอย่างดี (Taylor, 1988, อ้างถึงใน ลดาวัลย์ ไทยธัญพานิช, 2536)

จากความหมายของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงาน ที่ผู้วิจัยกล่าวมาข้างต้นนั้น สรุปได้ว่า การนำความรู้ ทางด้านวิทยาศาสตร์หรือความรู้ในด้านอื่น ๆ ที่ได้จัดระเบียบดีแล้ว มาประยุกต์ใช้ ในด้านใดด้านหนึ่ง เพื่อให้งานนั้น มีความสามารถและประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์(PU) และความง่ายในการใช้งาน (PEOU)

Rogers (2003) ให้นิยาม การยอมรับ (Adoption) ว่า “การยอมรับคือการตัดสินใจของบุคคลที่จะใช้แนวคิด หรือเทคโนโลยีใหม่อย่างถาวร หลังจากผ่านกระบวนการเรียนรู้และประเมินแล้ว” กล่าวคือ การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง กระบวนการที่บุคคลหรือองค์กร ตัดสินใจใช้ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ การยอมรับจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้รับรู้ ว่า นวัตกรรมนั้นมีประโยชน์และเหมาะสมกับบริบทของตน



ภาพที่ 2 ทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) (Davis,1989)

นอกจากนี้ยังมีอีกทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางของ Davis (1989) Technology Acceptance Model (TAM) ให้นิยามว่าการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีหลักหลักขึ้นอยู่กับความรู้ถึงประโยชน์ (PU) และความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจใช้งานจริง โดยทฤษฎีที่มีการพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) ของ Fishbein and Ajzen (1975) และงานวิจัยของ Pansuppawatt et al. (2024) และ Boonyachai (2024) ได้ทำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มาเป็นกรอบแนวคิดหลักและขยายตัวแปรให้เหมาะสมกับบริบทของรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย โดยพัฒนาเป็นแบบจำลอง BEVTAM ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า TAM สามารถประยุกต์ใช้และต่อยอดในบริบทที่หลากหลายได้ ซึ่งมีความสอดคล้องแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM ของ Davis (1989) ซึ่งแบบจำลองนี้ใช้ทดสอบพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลว่ามาจากความตั้งใจในการใช้ระบบใดระบบหนึ่งของผู้ใช้ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness : PU) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) สามารถกล่าวได้ว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้ระบบ (Attitude Toward Using) ซึ่งส่งผลกระทบต่อความตั้งใจของพฤติกรรมที่จะใช้ระบบ (Behavioral Intention to Use) และพฤติกรรมการยอมรับใช้งานจริง (Actual Usage Behavior) ตามลำดับ

พฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB)

พฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB) เป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาองค์กร โดยหมายถึงพฤติกรรมเชิงรุกของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแนวคิดใหม่ การผลักดันแนวคิด และการนำแนวคิดไปใช้จริงในการทำงาน เพื่อปรับปรุงกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ หรือวิธีการทำงานขององค์กร (Janssen, 2000) แนวคิดดังกล่าวสะท้อนว่านวัตกรรมในองค์กรไม่ได้เกิดจากการคิดค้นแนวคิดใหม่เพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงความสามารถในการผลักดันและประยุกต์ใช้แนวคิดให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมในระดับงานหรือองค์การ

นักวิชาการ เช่น Scott and Bruce (1994) และ West and Farr (1990) อธิบายว่า IWB เกี่ยวข้องกับการคิดริเริ่มและการนำแนวทางใหม่มาใช้เพื่อพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ Janssen (2000) กล่าวว่าพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานประกอบด้วยสามขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การสร้างแนวคิดใหม่ (idea generation) การส่งเสริมแนวคิดให้ได้รับการยอมรับ (idea promotion) และการนำแนวคิดไปใช้จริงในการทำงาน (idea implementation) ซึ่งเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงกันตั้งแต่การพัฒนาแนวคิดจนถึงการนำไปใช้ในองค์กร (De Jong & Den Hartog, 2010) นอกจากนี้ Arif et al. (2012) พบว่า พฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior) เป็นผลมาจากปัจจัยทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร เช่น การสนับสนุนจากองค์กร บรรยากาศการทำงาน และแรงจูงใจของพนักงาน

การสนับสนุนขององค์กรต่อ “พฤติกรรมนวัตกรรม” ของพนักงาน

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) เป็นแนวคิดสำคัญในด้านพฤติกรรมองค์กร ซึ่งอธิบายถึงระดับที่พนักงานรับรู้ว่าองค์กรให้คุณค่าแก่ผลงานของตนและให้ความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของพนักงาน (Rhoades & Eisenberger, 2002) เมื่อพนักงานรับรู้ว่าองค์กรให้การสนับสนุนทั้งด้านทรัพยากร การยอมรับ และโอกาสในการพัฒนา พนักงานมักเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรและมีแรงจูงใจในการทุ่มเทต่อการทำงานมากขึ้น งานวิจัยเช่น Khan et al. (2025) และ Ekmekcioglu & Öner (2024). พบว่า POS มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการคิดริเริ่มแนวคิดใหม่ การพัฒนาวิธีการทำงาน และการนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงผลลัพธ์ขององค์กร (Zargar et al., 2025) เมื่อพนักงานรู้สึกว่าการสนับสนุนและเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น พวกเขาจะมีความมั่นใจและกล้าที่จะเสนอแนวคิดใหม่มากขึ้น อนึ่ง Al-Taie and Khattak (2024) สนับสนุนว่าการสนับสนุนจากองค์กรช่วยกระตุ้นให้บุคลากรมีแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรมและปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น POS จึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานในองค์กร.

H1: การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB).

ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานต่อพฤติกรรมนวัตกรรม

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ทัศนคติของพนักงานต่อการใช้เทคโนโลยี (Attitude toward Technology Use) และ พฤติกรรมนวัตกรรม (Innovative Work Behavior: IWB) ชี้ให้เห็นว่าทัศนคติของบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการริเริ่มแนวคิดใหม่และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในองค์กร โดยเฉพาะในบริบทขององค์กรที่กำลังปรับตัวสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติ งานวิจัยของ Aryany Pratiwi et al. (2023) พบว่า ทัศนคติของพนักงาน เช่น ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Sense of Belonging) และความเชื่อมั่นต่อระบบการทำงาน (Sense of Awe) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมนวัตกรรม เนื่องจากเมื่อพนักงานมีทัศนคติเชิงบวกต่อการทำงานและการใช้เทคโนโลยี พวกเขาจะมีแรงจูงใจในการคิดค้นแนวคิดใหม่และพัฒนาแนวทางการทำงานที่สร้างสรรค์มากขึ้น (Aryany Pratiwi et al., 2023)

งานวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การสนับสนุนจากองค์กร เช่น การสนับสนุนจากหัวหน้างานและความยุติธรรมในกระบวนการมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างทัศนคติของพนักงาน โดยเฉพาะผ่านกลไกของ การเสริมพลังทางจิตวิทยา (Psychological Empowerment) ซึ่งช่วยให้พนักงานรู้สึกว่ามีส่วนร่วมและสามารถควบคุมกระบวนการทำงานได้ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมนวัตกรรมในระดับที่สูงขึ้น (Aryany Pratiwi et al., 2023) อย่างไรก็ตาม หากองค์กรผลักดันให้พนักงานสร้างนวัตกรรมโดยขาดการสนับสนุนด้านทรัพยากรหรือการบริหารจัดการที่เหมาะสม อาจทำให้เกิดทัศนคติเชิงลบและความเหนื่อยล้าในการทำงาน ซึ่งจะลดแรงจูงใจและความตั้งใจในการมีส่วนร่วมด้วยพฤติกรรมนวัตกรรม (Zhang & Bartol, 2010)

ในเชิงทฤษฎี ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมนวัตกรรมสามารถอธิบายได้ผ่านหลายกรอบแนวคิดสำคัญ ได้แก่ Theory of Reasoned Action (TRA) ซึ่งเสนอว่าพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากทัศนคติและบรรทัดฐานทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Fishbein & Ajzen, 1975) และ Theory of Planned Behavior (TPB) ซึ่งได้ขยายแนวคิดดังกล่าวโดยเพิ่มตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เพื่ออธิบายว่าบุคคลที่มีทัศนคติเชิงบวกและเชื่อว่าตนเองสามารถใช้เทคโนโลยีได้ จะมีแนวโน้มทดลองและนำเทคโนโลยีไปใช้จริงมากขึ้น (Ajzen, 1991) นอกจากนี้ Componential Theory of Creativity ยังอธิบายว่าการเกิดนวัตกรรมต้องอาศัยความรู้ทักษะการคิดสร้างสรรค์ และแรงจูงใจภายใน ซึ่งทัศนคติเชิงบวกต่อเทคโนโลยีสามารถทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้พนักงานพัฒนาแนวคิดใหม่และผลักดันให้เกิดการนำไปใช้จริงในองค์กร (Amabile, 1983, 1996) ขณะเดียวกัน Technology Acceptance Model (TAM) ยังชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติและการใช้งานเทคโนโลยีของพนักงาน (Davis, 1989)

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดทางทฤษฎีข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (Attitude toward Technology Use) เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้พนักงานแสดงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และพฤติกรรมนวัตกรรมในองค์กร ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงตั้งสมมติฐานว่า

H2: ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน (Attitude toward Technology Use) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB).

ความสัมพันธ์ระหว่าง Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness และ Innovative Work Behavior

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งพัฒนาโดย Fred Davis ในปี ค.ศ. 1989 เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการอธิบายพฤติกรรมของบุคคลในการยอมรับและใช้เทคโนโลยีใหม่ในองค์กร โดย TAM ชี้ให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานขึ้นอยู่กับสองปัจจัยหลักสองประการ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของบุคคล (Davis, 1989) องค์กรยุคดิจิทัล การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีไม่ได้เพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญในการส่งเสริม พฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงาน (Innovative Work Behavior: IWB) ของพนักงาน ซึ่งหมายถึงพฤติกรรมของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแนวคิดใหม่ การส่งเสริมแนวคิด และการนำแนวคิดใหม่ไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์หรือบริการในองค์กร (Agarwal & Karahanna, 2000).

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และพฤติกรรมนวัตกรรม

Perceived Ease of Use (PEOU) หมายถึง ระดับที่บุคคลเชื่อว่าเทคโนโลยีสามารถเรียนรู้และใช้งานได้ง่าย โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก เมื่อระบบหรือเทคโนโลยีถูกออกแบบให้ใช้งานง่าย จะช่วยลดความซับซ้อนในการเรียนรู้ ลดภาระทางการรับรู้ (cognitive load) และเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ใช้งานในการโต้ตอบกับเทคโนโลยี (Kurniawati & Wijayadne, 2026) ความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยียังช่วยลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงในองค์กร และส่งเสริมให้พนักงานมีความกล้าที่จะทดลองใช้เทคโนโลยีในรูปแบบใหม่ ๆ มากขึ้น ซึ่งกระบวนการทดลองและการสำรวจฟังก์ชันต่าง ๆ ของระบบสามารถนำไปสู่การค้นพบแนวทางการทำงานใหม่หรือวิธีแก้ปัญหาใหม่ ๆ ในองค์กรได้

การที่พนักงานสามารถใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างคล่องแคล่วจะช่วยเพิ่ม ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (self-efficacy) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้บุคลากรกล้าคิด กล้าทดลอง และกล้าพัฒนาวิธีการทำงานใหม่ ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมนวัตกรรมในองค์กร (Agarwal & Karahanna, 2000) จากเหตุผลดังกล่าว การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยีจึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้พนักงานสามารถใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการคิดค้นแนวคิดใหม่ และพัฒนากระบวนการทำงานที่สร้างสรรค์มากขึ้น

การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และพฤติกรรมนวัตกรรม

Perceived Usefulness (PU) หมายถึง ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว หรือคุณภาพของการทำงานให้ดีขึ้น (Davis, 1989) เมื่อพนักงานรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น พวกเขาจะมีแรงจูงใจในการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวมากขึ้น เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบอัตโนมัติ ปัญญาประดิษฐ์ หรือระบบสนับสนุนการตัดสินใจ สามารถช่วยลดภาระงานที่ซ้ำซากจำเจ และช่วยจัดการข้อมูลจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว สิ่งนี้ช่วยให้พนักงานมีเวลาและทรัพยากรทางความคิด (cognitive resources) เหลือมากขึ้นในการมุ่งเน้นงานที่มีคุณค่าทางกลยุทธ์ เช่น การแก้ปัญหาที่ซับซ้อน การคิดเชิงวิเคราะห์ และการพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ งานวิจัยในช่วงหลังยังพบว่าการใช้เทคโนโลยี เช่น AI หรือระบบดิจิทัล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน เนื่องจากเทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเปิดโอกาสให้พนักงานพัฒนาวิธีการทำงานใหม่ ๆ ได้ (Agarwal & Karahanna, 2000) ดังนั้น เมื่อพนักงานรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีมีประโยชน์ต่อการทำงานของตนเอง พวกเขาจะมีแนวโน้มใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสรรค์แนวคิดใหม่และพัฒนากระบวนการทำงานในองค์กร

ความสัมพันธ์ร่วมกันของ PEOU และ PU

ในกรอบแนวคิดของ TAM การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ถึงประโยชน์มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด โดยความง่ายในการใช้งานจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงและค้นพบประโยชน์ของเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น หากเทคโนโลยีมีความซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้งานอาจไม่สามารถรับรู้ถึงศักยภาพหรือประโยชน์ที่แท้จริงของเทคโนโลยีนั้นได้

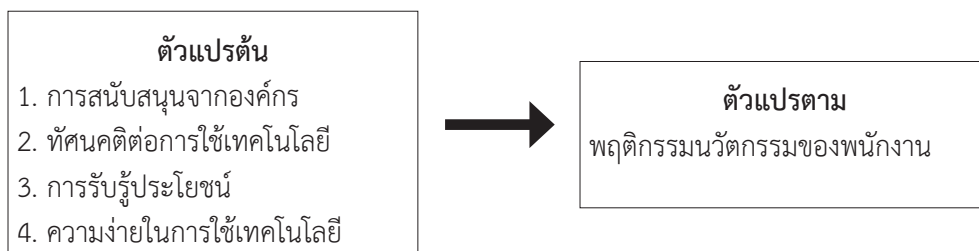
เมื่อเทคโนโลยีสามารถตอบโจทย์ทั้งด้านความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ในการทำงานจะช่วยตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาของพนักงานทั้งด้าน ความเป็นอิสระในการทำงาน (autonomy) และ ความรู้สึกรู้ว่าตนมีความสามารถ (competence) ซึ่งจะก่อให้เกิดแรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation) และส่งผลให้พนักงานมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงานมากขึ้น จากการทบทวนวรรณกรรมและเหตุผลทางทฤษฎีดังกล่าว สามารถพัฒนาสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H3: การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน Perceived Ease of Use (PEOU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB).

H4: การรับรู้ถึงประโยชน์ Perceived Usefulness (PU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB).

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือบุคลากรสายสนับสนุนระดับปฏิบัติงานของบริษัท ABC ซึ่งเป็นองค์กรผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ที่มีประวัติการดำเนินงานยาวนานกว่า 50 ปี จำนวนทั้งสิ้น 104 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กันยายน 2565) เนื่องจากเป็นประชากรที่ทราบจำนวนแน่นอน ผู้วิจัยจึงดำเนินการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ($e = 0.05$) ซึ่งคำนวณขนาดตัวอย่างขั้นต่ำได้จำนวน 83 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อยกระดับความเชื่อมั่นของข้อมูลและป้องกันความเสี่ยงจากการสูญหายหรือความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม (Non-response rate) ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำรองเพิ่มร้อยละ 5 ส่งผลให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้นเป็น 88 คน

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรพยากรณ์ ได้แก่ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS) และปัจจัยตามแบบจำลอง TAM ที่มีต่อพฤติกรรมนวัตกรรมนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 88 คน ถือว่ามีความเหมาะสมและมีอำนาจการทดสอบ (Statistical Power) ที่เพียงพอ โดยสอดคล้องกับเกณฑ์การพิจารณาของ Green (1991) ที่เสนอสูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างสำหรับการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณไว้ที่ $N \geq 50 + 8m$ (โดย m คือจำนวนตัวแปรพยากรณ์) ซึ่งในงานวิจัยนี้มีตัวแปรพยากรณ์รวม 3 ตัวแปรหลัก ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่ต้องการคือ 74 คน นอกจากนี้จำนวนดังกล่าวยังเป็นไปตามหลักการของ Hair et al. (2019) ที่ระบุว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำไม่ควรน้อยกว่า 5 เท่าของจำนวนตัวแปรที่ศึกษา (Ratio 5:1) และเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความคลาดเคลื่อนต่ำ ควรมีขนาดตัวอย่างตั้งแต่ 50 - 100 คนขึ้นไปสำหรับการวิเคราะห์ในองค์กรที่มีลักษณะเฉพาะ (Niche Industry) เช่น อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 88 คน จึงมีความสอดคล้องกับเงื่อนไขทางสถิติและสามารถให้ผลการวิเคราะห์ที่เชื่อถือได้ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยพัฒนาข้อคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB) (Davis, 1989; Janssen, 2000) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการทำงาน (2) คำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วยตัวแปรการสนับสนุนจากองค์กร การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) ความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยี (Perceived Ease of Use: PEOU) และทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (3) แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งวัดพฤติกรรมการคิดริเริ่ม การเสนอแนวคิด และการนำแนวคิดไปใช้ในการทำงาน และ (4) คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบเสนอความคิดเห็นเพิ่มเติม โดยข้อคำถามในส่วนที่ 2 และ 3 ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยดำเนินการสองขั้นตอน ได้แก่ การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยดัชนี IOC พบ

ว่าค่าทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่าเครื่องมือมีความเหมาะสมในการนำไปใช้เก็บข้อมูล นอกจากนี้ยังทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ในทุกตัวแปรสอดคล้องกับเกณฑ์ที่เสนอโดย Nunnally (1978)

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (Hair et al., 2019)

ก่อนดำเนินการวิเคราะห์การถดถอย ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงแบบปกติ (Normality) และปัญหาความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า Skewness และ Kurtosis และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งผลการตรวจสอบพบว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จึงสามารถดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้อย่างเหมาะสม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 มีช่วงอายุ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.9 อายุงานในองค์กรต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.1 ประสบการณ์การใช้ระบบระหว่าง 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.3 ความถี่ในการใช้ระบบ 7 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 63.6

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 88 คน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ศึกษาในระดับค่อนข้างสูงทุกด้าน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปร	Mean	SD	ระดับความคิดเห็น
1.การสนับสนุนจากองค์กร (POS)	3.68	0.55	เห็นด้วยมาก
2.ทัศนคติต่อการใช้งาน (ATU)	3.71	0.54	เห็นด้วยมาก
3.การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU)	3.73	0.57	เห็นด้วยมาก
4.การรับรู้ประโยชน์ (PU)	3.53	0.63	เห็นด้วยมาก
5.พฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงาน (IWB)	3.54	0.66	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ศึกษา พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก ทุกตัวแปร โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) มีค่าเฉลี่ย 3.73 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 รองลงมาคือ ทัศนคติต่อการใช้งาน (ATU) มีค่าเฉลี่ย 3.71 และ การสนับสนุนจากองค์กร (POS) มีค่าเฉลี่ย 3.68 ตามลำดับ ส่วน พฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงาน (IWB) และ การรับรู้ประโยชน์ (PU) มีค่าเฉลี่ย 3.54 และ 3.53 ตามลำดับ ซึ่งยังอยู่ในระดับเห็นด้วยมากเช่นกัน ทั้งนี้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.54–0.66 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีการกระจายตัวไม่มากและมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่อประเมินระดับและทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ซึ่งผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่

ตารางที่ 2 ค่าสหสัมพันธ์ (Correlations) ของตัวแปรที่ศึกษา

(n = 88)

		POS	ATU	PEOU	PU	IWB
การสนับสนุนจากองค์กร (POS)	Pearson Correlation	1	.604**	.606**	.647**	.413**
ทัศนคติต่อการใช้งาน (ATU)	Pearson Correlation		1	.762**	.773**	.444**
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU)	Pearson Correlation			1	.837**	.625**
การรับรู้ประโยชน์ (PU)	Pearson Correlation				1	.728**
พฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (IWB)	Pearson Correlation					1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 2 แสดง ค่าสหสัมพันธ์ (Correlations) ของตัวแปรที่ศึกษา จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 88 คน พบว่าตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.413–0.837 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) กับ การรับรู้ประโยชน์ (PU) ($r = 0.837$) ขณะที่ การสนับสนุนจากองค์กร (POS) มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงาน (IWB) ในระดับปานกลาง ($r = 0.413$) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน.

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (Attitude toward Use: ATU) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) ที่มีต่อพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงานของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB) ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Coefficients)

Predictors	B	Std. Error	Beta	t	Sig	VIF
Constant	1.334	0.372	-	3.583	0.001	-
POS	0.072	0.044	0.060	1.625	0.033	1.817
ATU	0.409	0.231	0.337	1.775	0.007	2.883
PEOU	0.227	0.161	0.196	1.409	0.043	3.775
PU	0.892	0.150	0.863	5.932	0.000	4.148

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในตารางที่ 3 พบว่า แบบจำลองมีความเหมาะสม โดยมีค่า $R = 0.759$ และ $R^2 = 0.576$ แสดงว่าตัวแปรอิสระ ได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กร ทักษะการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมนวัตกรรมการทำงานของพนักงานได้ ร้อยละ 57.6 และแบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 28.211, p < 0.01$)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Beta) พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมการทำงานมากที่สุดคือ การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (PU) ($\beta = 0.863$) รองลงมาคือ ทักษะการใช้เทคโนโลยี (ATU) ($\beta = 0.337$) และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ($\beta = 0.196$) ตามลำดับ ขณะที่ การสนับสนุนจากองค์กร (POS) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมการทำงานในระดับค่อนข้างต่ำ ($\beta = 0.060$) นอกจากนี้ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ระหว่าง 1.817 – 4.148 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ 5 แสดงว่า ไม่พบปัญหาความสัมพันธ์พหุสหสัมพันธ์ (Multicollinearity) ระหว่างตัวแปรอิสระในแบบจำลอง

จากผลการวิเคราะห์สามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$IWB = 1.334 + 0.072 (POS)^* + 0.409 (ATU)^* + 0.227 (PEOU)^* + 0.892 (PU)^*$$

สมการดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เมื่อค่าของตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ระดับพฤติกรรมนวัตกรรมการทำงานของพนักงานเพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยสูงที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยได้สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยและระดับนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมการทำงานของพนักงาน ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ความสัมพันธ์	Sig	ผลการทดสอบ
H1	POS → IWB	0.033	Supported
H2	ATU → IWB	0.007	Supported
H3	PEOU → IWB	0.043	Supported
H4	PU → IWB	0.000	Supported

ตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว ได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กร (POS) ทักษะการใช้เทคโนโลยี (ATU) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (PU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมการทำงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นสมมติฐาน H1, H2, H3 และ H4 ได้รับการสนับสนุนทั้งหมด โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมการทำงานมากที่สุดคือ การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (PU) รองลงมาคือ ทักษะการใช้เทคโนโลยี (ATU) และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ขณะที่ การสนับสนุนจากองค์กร (POS) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมการทำงานในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรอื่นในแบบจำลอง

อภิปราย และสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนจากองค์กร ทักษะการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี กับพฤติกรรมนวัตกรรมการทำงาน โดยพิจารณาปัจจัยด้านการสนับสนุนจากองค์กร ทักษะการใช้เทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลอง Technology Acceptance Model (TAM) ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี ผลการวิจัยสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการนวัตกรรมของพนักงานมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าเมื่อพนักงานรับรู้ว่าคุณสมบัติของเทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว และคุณภาพในการทำงาน พนักงานจะมีแนวโน้มใช้เทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานและพัฒนาแนวคิดใหม่ในการทำงาน ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแบบจำลอง Technology Acceptance Model ของ Davis (1989) ซึ่งระบุว่าการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีของบุคคล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Agarwal & Karahanna, 2000) และ Khan et al. (2025) ที่พบว่าเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ทศคติต่อการใช้เทคโนโลยี (Attitude toward Technology Use: ATU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการนวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งสะท้อนว่าพนักงานที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อเทคโนโลยีจะมีแนวโน้มเปิดรับแนวคิดใหม่และนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการทำงาน ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Theory of Reasoned Action (Fishbein & Ajzen, 1975) และ Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) ที่อธิบายว่าทัศนคติของบุคคลมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคล รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Aryany Pratiwi et al. (2023) ที่พบว่าทัศนคติเชิงบวกของพนักงานสามารถส่งเสริมพฤติกรรมการนวัตกรรมในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยี (Perceived Ease of Use: PEOU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการนวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Davis (1989) ที่อธิบายว่าความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยีช่วยลดความซับซ้อนในการเรียนรู้และเพิ่มความมั่นใจในการใช้งานของผู้ใช้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Kurniawati & Wijayadne, 2026) ที่พบว่าระบบเทคโนโลยีที่ใช้งานง่ายช่วยเพิ่มความสามารถของพนักงานในการทดลองใช้เทคโนโลยีและพัฒนาแนวทางการทำงานใหม่ ๆ

ประการสุดท้าย ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการนวัตกรรมของพนักงาน แม้ว่าระดับอิทธิพลจะต่ำกว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Eisenberger et al. (1986) และ Kurtessis et al. (2017) ที่ระบุว่าการสนับสนุนจากองค์กรช่วยสร้างแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมเชิงบวกของพนักงาน รวมถึงพฤติกรรมการนวัตกรรม เมื่อพิจารณาในบริบทของ บริษัท ABC ซึ่งเป็นองค์กรขนาดเล็กในอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ของไทยที่ดำเนินกิจการมายาวนานกว่า 50 ปีพบว่าองค์กรที่มีประวัติการดำเนินงานยาวนานมักมีรูปแบบการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ค่อนข้างมั่นคง การนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้จึงเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ผลการวิจัยสะท้อนว่าการออกแบบเทคโนโลยีที่ใช้งานง่ายและมีประโยชน์ต่อการทำงานจริงสามารถช่วยลดแรงต้านต่อการเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ ในการทำงาน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างนวัตกรรมในองค์กร

สรุปได้ว่า การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี กับพฤติกรรมการนวัตกรรมของพนักงานพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี และความง่ายในการใช้งาน สะท้อนว่าหากพนักงานมองว่าเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ใช้งานไม่ซับซ้อน และมีมุมมองเชิงบวก จะส่งเสริมการคิดริเริ่มและพัฒนาวัตกรรมได้ดีขึ้น ขณะที่การสนับสนุนจากองค์กรมีผลเชิงบวกแต่ในระดับรอง โดยในองค์กรจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ที่มีประสบการณ์ยาวนานกว่า 50 ปี มีพนักงานหลากหลายช่วงวัย และเพิ่งเข้าสู่ตลาดหลักทรัพ์แห่งประเทศไทย การบริหารการเปลี่ยนแปลงควบคู่กับการออกแบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนนวัตกรรมอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

ผลการวิจัยช่วยสนับสนุนกรอบแนวคิดของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการนวัตกรรมของพนักงาน นอกจากนี้ งานวิจัยยังช่วยขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมการนวัตกรรมในบริบทขององค์กรขนาดเล็กที่มีประวัติการดำเนินงานยาวนาน ซึ่งยังมีการศึกษาค้นคว้าจำกัดในวรรณกรรมด้านการจัดการองค์กร

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

จากผลการวิจัยที่พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน รองลงมาคือทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (ATU) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) สะท้อนให้เห็นว่ากลไกสำคัญในการขับเคลื่อนพฤติกรรมนวัตกรรมมีได้อยู่ที่การมีเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับระดับที่พนักงานรับรู้ว่าคุณค่าของเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถสร้างคุณค่าและยกระดับผลการปฏิบัติงานได้จริง

ในบริบทของบริษัท ABC ซึ่งเป็นองค์กรที่มีประวัติการดำเนินงานยาวนานกว่า 50 ปี แต่เพิ่งเข้าสู่ตลาดหลักทรัพยากร การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลจึงเป็นทั้งโอกาสและความท้าทาย โดยเฉพาะการปรับตัวของพนักงานที่คุ้นชินกับรูปแบบการทำงานเดิม ดังนั้น บริษัทควรมุ่งเน้นการออกแบบและคัดเลือกเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับลักษณะงาน (task-technology alignment) และสามารถแสดงผลลัพธ์เชิงประสิทธิภาพได้อย่างชัดเจน เช่น การลดขั้นตอนที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า หรือการเพิ่มความแม่นยำในการดำเนินงาน

ในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ บริษัทควรส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการใช้งานจริง ควบคู่กับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา เพื่อเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกและลดแรงต้านต่อการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานที่มีประสบการณ์ยาวนาน

ขณะเดียวกัน การออกแบบระบบให้ใช้งานง่ายควรถูกพิจารณาในเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากความง่ายในการใช้งานมีผลต่อการลดภาระทางการรับรู้ และเอื้อให้พนักงานสามารถทดลองและพัฒนาวิธีการทำงานใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

โดยสรุป ข้อเสนอแนะดังกล่าวสอดคล้องกับประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย เนื่องจากสามารถใช้เป็นแนวทางในการออกแบบทั้งระบบเทคโนโลยีและกระบวนการบริหารจัดการของบริษัท ABC เพื่อแปลงการยอมรับเทคโนโลยีไปสู่การสร้างพฤติกรรมนวัตกรรมได้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน

ข้อจำกัดของการวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดเนื่องจากเก็บข้อมูลจากพนักงานในองค์กรเพียงแห่งเดียวซึ่งอาจทำให้ผลการวิจัยไม่สามารถอธิบายบริบทขององค์กรอื่นได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้ การวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก จึงอาจไม่สามารถอธิบายกลไกเชิงลึกของพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานได้อย่างสมบูรณ์ การวิจัยในอนาคตควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังองค์กรในอุตสาหกรรมอื่น และใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานหรือการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้าง (SEM) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Agarwal, R., & Karahanna, E. (2000). Time flies when you're having fun: cognitive absorption and beliefs about information technology usage. *MIS quarterly*, 24(4), 665-694.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Al-Taie, M., & Khattak, M. N. (2024). The impact of perceived organizational support and human resources practices on innovative work behavior: does gender matter?. *Frontiers in Psychology*, 15, 1401916. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1401916>
- Amabile, T. M. (1983). *The social psychology of creativity*. Springer.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Westview Press.
- Arif, S., Zubair, A., & Manzoor, Y. (2012). Innovative work behavior and communication climate among employees of advertising agencies. *FWU Journal of Social Sciences*, 6(1), 65-72.
- Aryany Pratiwi, N., Fatimah, S., & Kukuh Susilo, A. (2023). The impact of organizational support and employee attitude to innovative work behavior mediating role of psychologic empowerment. *Journal of Information and Organizational Sciences*, 47(2), 445-472. <https://doi.org/10.31341/jios.47.2.11>

- Boonyachai, Y. (2024). Technology Acceptance and Marketing Mix Affecting Attitude and Intention of Working-Age People to use Electric Vehicles in Bangkok and Metropolitan Region. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 13(2), 140-156. [in Thai]
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- De Jong, J. P. J., & Den Hartog, D. N. (2010). Measuring innovative work behavior. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23–36.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500–507.
- Ekmekcioglu, E. B., & Öner, K. (2024). Servant leadership, innovative work behavior and innovative organizational culture: the mediating role of perceived organizational support. *European Journal of Management and Business Economics*, 33(3), 272-288. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-08-2022-0251>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Good, K. J. (1973). Social facilitation: Effects of performance anticipation, evaluation, and response competition on free associations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28(2), 270-275.
- Green, S. B. (1991). How many subjects does it take to do a regression analysis. *Multivariate behavioral research*, 26(3), 499-510.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort–reward fairness and innovative work behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3), 287–302. <https://doi.org/10.1348/096317900167038>
- Khan, M. I., Salendu, A., Azzahra, F., & Hussain, S. (2025). The Impact of Organizational Culture on Innovative Work Behavior Mediating Role of Perceived Organizational Support in Indonesian Small and Medium Enterprises (SMEs). *Journal of Psychological Perspective*, 7(1), 61-76.
- Krungsri Research. (2023). *Medical devices industry outlook in Thailand*. Bank of Ayudhya. Krungsri Research. [in Thai]
- Kurniawati, A. D., & Wijayadne, D. R. (2026). The Role of Trust and Perceived Usefulness as Mediators of the Influence of Personal Innovation on Intention to Use. *Calitatea*, 27(210), 183-191.
- Kurtessis, J. N., Eisenberger, R., Ford, M. T., Buffardi, L. C., Stewart, K. A., & Adis, C. S. (2017). Perceived organizational support: A meta-analytic evaluation. *Journal of Management*, 43(6), 1854–1884. <https://doi.org/10.1177/0149206315575554>
- Manuel III, M. C., & Capistrano, E. P. S. (2025). Self-efficacy and attitudes toward healthcare technology use: Empirical evidences from the Philippines. *Asia Pacific Management Review*, 30(3), 100338. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2024.12.002>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- NXPO. (2024, September 11). *White Paper: Advancing the Medical Device Industry through Local Innovation in Thailand 2024*. Office of the National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council. <https://www.nxpo.or.th/th/en/27933/>

- Pansuppawatt, A., Samart, Y., Thoumrungroje, P., & Pansuppawatt, P. (2024). Causal Factors of Intention to use e-payment: An Empirical Investigation in Thailand. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 13(1), 33-47. [in Thai]
- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698–714.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Salele, N., & Khan, M. S. H. (2022). Engineering trainee-teachers' attitudes toward technology use in pedagogical practices: extending computer attitude scale (CAS). *Sage Open*, 12(2), 21582440221102436. <https://doi.org/10.1177/21582440221102436>
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580–607.
- Thailand Development Research Institute (TDRI). (2025, August28). *Breaking barriers for Thai innovations*. Thailand Development Research Institute. <https://tdri.or.th/en/2025/08/breaking-barriers-for-thai-innovations/>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- West, M. A., & Farr, J. L. (1990). Innovation at work. In M. A. West, & J. L. Farr (Eds.), *Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies* (pp. 3–13). John Wiley.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.
- Zargar, P., Daouk, A., & Chahine, S. (2025). Driving innovative work behavior among university teachers through work engagement and perceived organizational support. *Administrative Sciences*, 15(7), 246. <https://doi.org/10.3390/admsci15070246>
- Zhang, X., & Bartol, K. M. (2010). Linking empowering leadership and employee creativity: The influence of psychological empowerment, intrinsic motivation, and creative process engagement. *Academy of management journal*, 53(1), 107-128.

คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจและการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

คัจฉนันท เลิศพงษ์ศิลป์^{1*} ภูมิ ศรีสุข² และ รพีพรรณ โสภากุล³

1,2,3 อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต วิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยี ลำปาง อำเภอเมืองลำปาง ลำปาง 52100 ประเทศไทย

*ผู้เขียนหลัก อีเมล Kaschananlert@gmail.com

วันที่ได้รับบทความ: 20 มีนาคม 2569 วันที่แก้ไขบทความ: 13 พฤษภาคม 2569 วันที่ตอบรับบทความ: 27 พฤษภาคม 2569

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความสำคัญด้านคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน และ 2) เพื่อตรวจสอบคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ และการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยประชากร คือ ผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยใน 9 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย น่าน พะเยา เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน แพร่ ลำปาง ลำพูน และอุตรดิตถ์ ซึ่งเคยใช้บริการอย่างน้อย 1 ครั้งในช่วงระยะเวลา 6 เดือน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพรรณนา เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานใช้เทคนิคการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า ทุกปัจจัยมีความสำคัญระดับมาก โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยที่ $X^2/df = .919$, $GFI = .941$, $AGFI = .926$, $CFI = 1.000$, $NFI = .938$, $RMSEA = .000$ โดยคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางลบต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การศึกษานี้สามารถเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งเอกชนพัฒนาคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ใช้บริการและเพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ การกลับมาใช้บริการซ้ำ ธุรกิจขนส่งเอกชน

The Influence of E-Service Quality, Satisfaction, and Electronic Word-of-Mouth on the Repeat Usage of Private Transportation Services in Upper Northern Region of Thailand

Kaschanan Lertpongsin^{1*}, Phoom Srisook² and Rapeepan Sopakul³

^{1,2,3} Lampang Inter-Tech College Muang District, Lampang Province 52100, Thailand

* Corresponding author's E-mail: Kaschananlert@gmail.com

Received: 20 March 2026 / Received in revised form: 13 May 2026 / Accepted: 27 May 2026

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the significance of electronic service quality, satisfaction, electronic word-of-mouth, and repurchase intention among users of private transportation services; and 2) to examine the influence of electronic service quality, satisfaction, and electronic word-of-mouth on repurchase intention among users of private transportation businesses in the upper northern region of Thailand. The population consisted of users of private transportation businesses in the upper northern region of Thailand across nine provinces: Chiang Rai, Nan, Phayao, Chiang Mai, Mae Hong Son, Phrae, Lampang, Lamphun, and Uttaradit, who had used the services at least once within the previous six months. This study employed a quantitative research approach. The sample group comprised 400 respondents selected through purposive sampling. The research instrument used for data collection was a questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, and standard deviation, while inferential statistics were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The findings revealed that all factors were rated at a high level of importance. The model demonstrated a good fit with the empirical data, with the following indices: $X^2/df = .919$, $GFI = .941$, $AGFI = .926$, $CFI = 1.000$, $NFI = .938$, and $RMSEA = .000$. Furthermore, quality of electronic service has had a positive influence on satisfaction. Electronic service quality also positively influenced electronic word-of-mouth. However, electronic service quality had a negative influence on repurchase intention. Satisfaction positively influenced repurchase intention. In addition, electronic word-of-mouth positively influenced repurchase intention with the significance level. This study can serve as a guideline for private transportation business operators to continuously improve the quality of electronic services in order to create positive experiences for customers and increase the likelihood of repeat service usage.

Keywords: e-service quality, electronic word-of-mouth (e-WOM), repurchase intention, private logistics business

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย ได้มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในภาคโลจิสติกส์ และการขนส่งผ่านนโยบาย Thailand 4.0 และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์แห่งชาติ โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาการขนส่งอัจฉริยะ เพื่อรองรับการเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการสนับสนุนผู้ประกอบการขนส่งเอกชนในการพัฒนาแพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์เพื่อรองรับการจอง การติดตามพัสดุ การชำระเงิน และการสื่อสารกับลูกค้า เพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการ (Ministry of Transport, 2023) การเติบโตทำให้การแข่งขันในธุรกิจขนส่งเอกชนมีความรุนแรงมากขึ้น การพัฒนาสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งโลจิสติกส์ ซึ่งจะนำไปสู่การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างสูงสุด ผู้ประกอบการธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าในอนาคต และความได้เปรียบทางการแข่งขันระยะยาวถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจยุคใหม่ โดยเฉพาะในระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาอีคอมเมิร์ซ (Pattanasing & Jiraphanumes, 2025) งานวิจัยของ Tian et al. (2025) ได้กล่าวว่า การให้บริการขนส่งที่น่าเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการซ้ำ

ธุรกิจขนส่งเอกชนในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ได้เน้นการพัฒนากระบวนการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเผชิญกับปัญหาด้านคุณภาพการให้บริการและความสามารถในการแข่งขัน อาทิ โครงสร้างพื้นฐานและ โลจิสติกส์ที่จำกัด ไม่มีโครงข่ายที่ครอบคลุมเพียงพอ ทำให้การขนส่งล่าช้าและต้นทุนเพิ่มขึ้น (Ministry of Transport, 2023) ผนวกกับการแข่งขันสูงและแรงกดดันด้านต้นทุน ภายใต้ตลาดขนส่งที่มีผู้ประกอบการจำนวนมาก ผู้ประกอบการจึงต้องปรับลดต้นทุนและหาทางเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อคงความสามารถในการทำกำไร (Zhou et al., 2021) ในมุมมองของผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยได้เผชิญกับปัญหาหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ของลูกค้าโดยตรง อาทิ ค่าขนส่งในบางพื้นที่มีราคาสูงขึ้น ความล่าช้าในการจัดส่ง สินค้าเสียหาย ระยะเวลาการขนส่งไม่แน่นอน ระบบบริหารจัดการเส้นทางยังไม่ดีพอ ส่งผลให้การจัดส่งไม่เป็นไปตามที่กำหนด (Nursalim et al., 2025) อีกทั้งคุณภาพการบริการ พนักงานขนส่งบางรายไม่มีความเป็นมืออาชีพ ขาดทักษะด้านบริการในด้านการสื่อสารกับลูกค้าไม่ชัดเจน เช่น การไม่แจ้งล่วงหน้าก่อนนำส่งสินค้า หรือบางครั้งการจัดส่งผิดที่หรือส่งของไม่ครบ และที่สำคัญการร้องเรียนและบริการหลังการขายผ่านการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์มักใช้เวลาานาน ตลอดจนกระบวนการเคลมสินค้าหรือคืนเงินยุ่งยาก และอาจไม่ได้รับการดูแลที่ดี ท้ายที่สุดส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ดังนั้น คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจและการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญ ปัญหาเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความไว้วางใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค หากธุรกิจขนส่งสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ย่อมจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจและขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้น

ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งศึกษาคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจและการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการแข่งขันและยกระดับคุณภาพการให้บริการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญด้านคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ และการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์

แนวคิดนี้มีรากฐานมาจากทฤษฎีคุณภาพการบริการที่ได้อธิบายว่าคุณภาพบริการเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง (Expectations) และการรับรู้ผลการให้บริการ (Perceived Performance) โดย Shankar and Datta (2020) ให้นิยามว่าคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ ระดับที่เว็บไซต์หรือระบบออนไลน์สามารถเอื้ออำนวยให้เกิดกระบวนการค้นหา การทำธุรกรรม และการรับมอบสินค้า/บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ครอบคลุมตั้งแต่ก่อน ระหว่าง

และหลังการใช้บริการ คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-service quality) หมายถึง การประเมินโดยรวมของผู้ใช้บริการ ต่อประสิทธิภาพและความเป็นเลิศของบริการที่ส่งมอบผ่านช่องทางดิจิทัล โดยครอบคลุมทั้งมิติด้านการออกแบบและการทำงานของระบบ เช่น ความสะดวกในการใช้งาน ความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ ตลอดจนมิติด้านผลลัพธ์ของการให้บริการ เช่น การตอบสนอง ความถูกต้อง และการส่งมอบบริการตามที่คาดหวัง

แนวคิดความพึงพอใจ

เป็นแนวคิดในการประเมินประสิทธิภาพของสินค้าและบริการ โดยเฉพาะในภาคธุรกิจบริการซึ่งคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการรับรู้และประสบการณ์ของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่าง ความคาดหวังก่อนการใช้บริการกับผลการรับรู้หลังการใช้บริการ โดยเมื่อผลการรับรู้ สูงกว่าความคาดหวังจะเกิดการยืนยันเชิงบวก และนำไปสู่ความพึงพอใจที่สูงขึ้น แต่หากผลการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังจะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจ (Lu & Liao, 2023)

แนวคิดของ Kotler and Keller (2016) สรุปว่า ความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบ ระหว่างผลการรับรู้ จากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการกับความคาดหวังที่มีอยู่ก่อนหน้านี้ หากผลการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวัง จะเกิดความไม่พึงพอใจ หากเท่ากันจะเกิดความพึงพอใจ และหากสูงกว่าความคาดหวังจะนำไปสู่ความพึงพอใจ ในระดับสูง หรือความประทับใจ ความพึงพอใจจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการรับรู้และการประเมินผลของลูกค้า ความพึงพอใจเกิดจาก กระบวนการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังเดิมกับผลการรับรู้ที่เกิดขึ้นจริงภายหลังการใช้สินค้าหรือบริการ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความคาดหวัง 2) ผลการรับรู้จริง และ 3) การยืนยันหรือไม่ยืนยันความคาดหวัง ซึ่งตามแนวคิด Expectation-Confirmation Theory ความพึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังก่อนการใช้บริการ กับผลการรับรู้ที่เกิดขึ้นภายหลังการใช้งานจริง โดยองค์ประกอบสำคัญประกอบด้วย ความคาดหวัง (expectation) ผลการรับรู้จริง (perceived performance) และการยืนยันหรือไม่ยืนยันความคาดหวัง (confirmation/disconfirmation) หากผลการรับรู้ สูงกว่าความคาดหวังจะเกิดการยืนยันเชิงบวกและนำไปสู่ความพึงพอใจในระดับสูง หากผลการรับรู้สอดคล้องกับความคาดหวัง จะเกิดความพึงพอใจ และหากผลการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังจะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจ (Lu & Liao, 2023)

แนวคิดการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์

การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Word of Mouth; e-WOM) หมายถึง การสื่อสารข้อมูล ความคิดเห็น ประสบการณ์ หรือการประเมินเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ถูกสร้างและเผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยพัฒนามาจากแนวคิด การสื่อสารแบบปากต่อปาก (WOM) ซึ่งเป็นการถ่ายทอดข้อมูลระหว่างบุคคลเกี่ยวกับประสบการณ์การบริโภค อย่างไรก็ตามการ บอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีลักษณะแตกต่างจากการสื่อสารแบบปากต่อปากแบบดั้งเดิม โดยแนวคิดของ Verma and Yadav (2021) การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ (eWOM) หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น ประสบการณ์ หรือ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าและบริการระหว่างผู้บริโภคผ่านสื่อดิจิทัลและเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยสามารถเกิดขึ้นได้ผ่านช่อง ทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์รีวิวสินค้า ชุมชนออนไลน์ ฟอรัม บล็อก สื่อสังคมออนไลน์ และเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้น (User-generated content) ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้และการตัดสินใจของผู้บริโภค และแนวคิดของ Al-Ja'afreh and Al-Adaileh (2020) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสารปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การบอกเล่าที่ถูกสร้างขึ้นโดยคนที่อาจจะเป็นลูกค้า คนที่เป็นลูกค้าในปัจจุบัน และคนที่เคยเป็นลูกค้า ลูกค้าเหล่านี้มีการบอกต่อเกี่ยวกับสินค้าหรือบริษัท ให้กับคนจำนวนมากหรือ กลุ่มคนผ่านทางอินเทอร์เน็ต

แนวคิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ

Fishbein and Ajzen (1975) อธิบายว่าความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนความน่าจะเป็นที่บุคคล จะกระทำพฤติกรรมหนึ่งในอนาคต ซึ่งในบริบทการตลาด การกลับมาใช้บริการซ้ำถือเป็นรูปแบบหนึ่งของ Behavioral Intention ที่เกิดจากทัศนคติของผู้บริโภคต่อสินค้า/บริการนั้น ตามแนวคิด Theory of Planned Behavior ความตั้งใจของผู้บริโภค ในการกลับมาใช้บริการหรือซื้อซ้ำถูกกำหนดโดย 3 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยปัจจัยทั้งสามมีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการในอนาคต (Cahigas et al. 2022) ซึ่งแนวคิด Do et al. (2023) อธิบายว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำเป็นผลลัพธ์ของความพึงพอใจ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังก่อนใช้บริการกับประสบการณ์จริง หากผลลัพธ์สูงกว่าความคาดหวัง จะนำไปสู่ความพึงพอใจ ความภักดี และพฤติกรรมซื้อซ้ำในระยะยาว การกลับมาใช้บริการซ้ำขึ้นอยู่กับความรู้คุณค่า

ซึ่งเป็นการประเมินโดยรวมของผู้บริโภคต่อประโยชน์ที่ได้รับเทียบกับต้นทุนที่เสียไป หากลูกค้ารับรู้ว่า มีความคุ้มค่าจะเพิ่มแนวโน้มในการซื้อซ้ำ การกลับมาใช้บริการซ้ำเป็นผลมาจากการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างลูกค้ากับองค์กร โดยความไว้วางใจและความผูกพันต่อผู้ให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความตั้งใจซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง เมื่อลูกค้ารับรู้ถึงความน่าเชื่อถือและเกิดความผูกพันต่อองค์กร จะมีแนวโน้มรักษาความสัมพันธ์และกลับมาใช้บริการในอนาคตมากขึ้น (Karami et al., 2023) และมุมมองของ Cahigas et al. (2022) สรุปว่าการกลับมาใช้บริการซ้ำเป็นระดับความตั้งใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการหรือซื้อสินค้าจาก ผู้ให้บริการรายเดิมอีกครั้งในอนาคต โดยพิจารณาจากความเต็มใจ ความแน่นอน และแนวโน้มในการตัดสินใจ ใช้บริการซ้ำ อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ความพึงพอใจ ความไว้วางใจและการรับรู้คุณค่า ผู้บริโภคได้รับจากสินค้าและบริการนั้น

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานได้ดังนี้

งานวิจัยของ Nursalim et al. (2025) พบว่า คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์และคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า และงานวิจัยของ Yulihapsari et al. (2025) ที่ชี้ให้เห็นว่า คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจ และความภักดีของผู้บริโภคจากผลการทบทวนวรรณกรรม สรุปได้ว่าปัจจัยคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลกับความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

H1 : คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

งานวิจัยของ Prasartsilp and Thungwha (2024) พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และงานวิจัยของ Hui et al. (2025) ได้พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonraksa et al. (2025) ได้พบว่า คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ด้านความน่าเชื่อถือและมีความเข้าใจ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการบริการ และความพึงพอใจการบริการมีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานที่ 2 ดังนี้

H2 : ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

งานวิจัยของ Seesa et al. (2025) พบว่าคุณภาพการบริการมีอิทธิพลโดยตรงต่อการกลับมาใช้บริการซึ่งผลการทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างที่ได้ปรับปรุง และพัฒนาขึ้นนี้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และงานวิจัยของ Prasartsilp and Thungwha (2024) พบว่า คุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่า และการตัดสินใจใช้บริการซ้ำอยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากผลการทบทวนวรรณกรรม สรุปได้ว่า มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานที่ 3 ดังนี้

H3 : คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

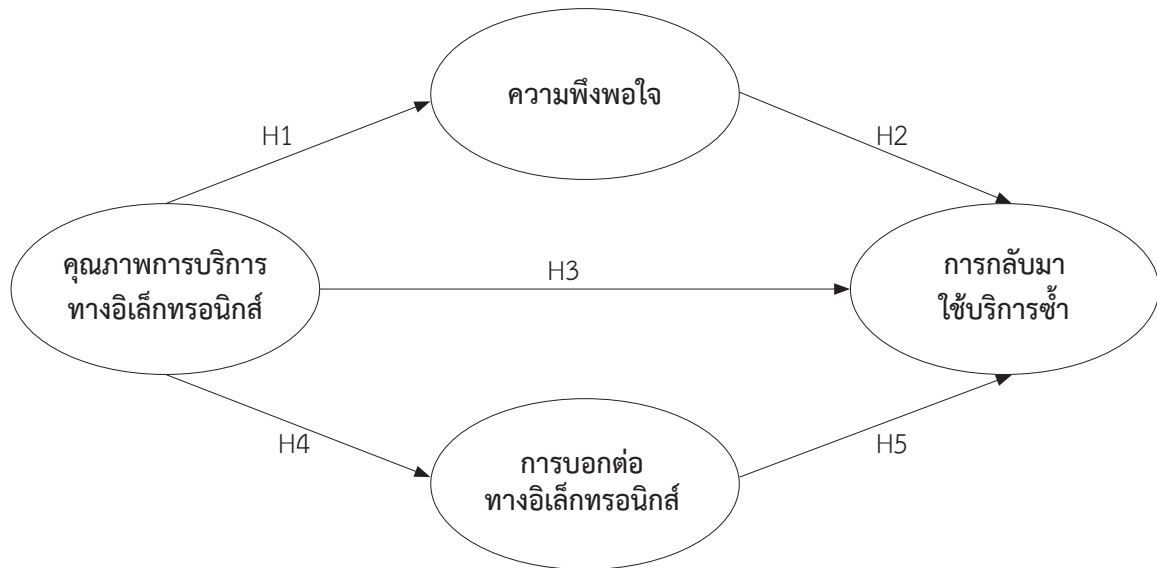
Al-Ja'afreh and Al-Adaileh (2020) คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความพึงพอใจมีอิทธิพลโดยตรงต่อการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ งานวิจัยของ Bawafi (2025). พบว่าคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tran et al. (2025) พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ จากผลการทบทวนวรรณกรรม สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานที่ 4 ดังนี้

H4 : คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์

งานวิจัยของ Farzin & Fattahi (2018) ยืนยันว่าความสำคัญของตัวแปร ความไว้วางใจของผู้บริโภค อิทธิพลด้านข้อมูล ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง การเสียสละเพื่อผู้อื่น ภาระผูกพันทางศีลธรรม และความเชื่อมั่นในความรู้ของตนเองต่อการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ชี้ให้เห็นว่าการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดการกลับมาใช้บริการซ้ำและความภักดีของผู้บริโภคผลการศึกษารังนี้จะช่วยให้ฝ่ายการตลาดของบริษัทและหน่วยงานโฆษณาจัดทำโฆษณาให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้บริโภค และเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค จากผลการทบทวนวรรณกรรม สรุปได้ว่า การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานที่ 5 ดังนี้

H5 : การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำเสนอกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ที่อาศัยอยู่ 9 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย น่าน พะเยา เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน แพร่ ลำปาง ลำพูน และอุตรดิตถ์ ซึ่งเคยใช้บริการอย่างน้อย 1 ครั้ง ในช่วงระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยการวิเคราะห์สมการโครงสร้างตามแนวคิดของ Hair et al. (2019) ระบุว่า การวิเคราะห์ SEM ควรมีย่อตราส่วนระหว่างจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนตัวแปรสังเกตอย่างน้อย 10–20 เท่า เพื่อให้การประมาณค่าโมเดลมีเสถียรภาพ การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรมาตรฐานวัด จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ 2) ความพึงพอใจ 3) การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ และ 4) การกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยมีตัวแปรสังเกต เท่ากับ 39 ตัวแปร ผู้วิจัยกำหนดให้ใช้กฎ 10:1 ($10 \times 39 = 390$) ดังนั้น จึงเก็บแบบสอบถามเพิ่มเป็น 400 ตัวอย่าง เพื่อให้ข้อมูลมีความครอบคลุมมากขึ้น ตามข้อตกลงของการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงได้ทบทวนเอกสาร แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ 2) ความพึงพอใจ 3) การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ และ 4) การกลับมาใช้บริการซ้ำ และกำหนดมิติของแต่ละตัวแปรอย่างชัดเจน ก่อนพัฒนาเป็นข้อคำถามที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย

2) ดำเนินการสร้างเครื่องมือ ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือตามกรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดโครงสร้างแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อคำถามวัดระดับความสำคัญของตัวแปรตามกรอบแนวคิด โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (คำถามปลายเปิด)

3) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้นำร่างแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย และความครอบคลุมของเนื้อหา จากนั้นคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) พบว่ามีค่าระหว่าง 0.06-1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์กำหนดเกณฑ์ การยอมรับที่ค่า IOC ≥ 0.60 และปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง คือ ผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนที่อยู่ในจังหวัด จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเข้าใจของข้อคำถามและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นหรือค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยวิธีการวัดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -coefficient) ตามวิธีของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวม เท่ากับ .919 ตามที่ Nunnally ได้เสนอแนะไว้คือมีค่า 0.70 ขึ้นไป (Nunnally, 1978) และหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminant Power) มีค่าตั้งแต่ 0.222-0.693 โดยใช้เทคนิค Item Total Correlation ตามเกณฑ์ของ Brennan (1992) ซึ่งควรมีค่า 0.20 ขึ้นไป

5) หลังจากผ่านขั้นตอนการตรวจสอบความตรงและความเชื่อมั่นแล้ว จึงจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ทั้งในรูปแบบเอกสารและแบบสอบถามออนไลน์ และนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบเอกสารออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของผู้ใช้บริการดิจิทัล และสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้อย่างครอบคลุม ด้วยวิธีการสร้างแบบสอบถามผ่านแบบสำรวจ Google Forms เพื่อขอเก็บข้อมูลผ่าน e-mail, Line และ Messenger เพื่อให้ได้ข้อมูลมีความครอบคลุม โดยกำหนดให้ผู้ตอบต้องผ่านคำถามคัดกรองก่อนจึงจะสามารถตอบแบบสอบถามส่วนถัดไปได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลเหล่านี้มาจัดกลุ่มและแจกแจงข้อมูลตามลักษณะทั่วไปของประชากร โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ด้วยมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของลิเคิร์ต (Likert, 1932) โดยมีการแบ่งเป็นระดับความสำคัญ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การวิเคราะห์อภิปรัชญาที่มีต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยใช้สมการโครงสร้าง ด้วยเทคนิค AMOS แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล และตรวจสอบความสัมพันธ์พหุสหสัมพันธ์ (Multicollinearity) โดยพิจารณาค่า VIF และ Tolerance ซึ่งไม่ควรเกิน 5.00 เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ (Hair et al., 2019) ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) วิเคราะห์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยกำหนดเกณฑ์การยอมรับที่ $\alpha \geq 0.70$ ซึ่งถือว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2019) ค่าความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) เพื่อประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading ≥ 0.50) ค่า Composite Reliability (CR ≥ 0.70) ค่า Average Variance Extracted (AVE ≥ 0.50) (Hair et al., 2019) ความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ใช้เกณฑ์ Fornell-Larcker โดยพิจารณาว่าค่า AVE ของแต่ละตัวแปรต้องมากกว่าค่าสหสัมพันธ์กำลังสองระหว่างตัวแปรนั้นกับตัวแปรอื่น (Fornell & Larcker, 1981)

2) การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝง 4 ตัว ได้แก่ คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยพิจารณาดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Model Fit Indices) ตามข้อเสนอของ Hair et al. (2019) ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าดัชนีพิจารณาความสอดคล้องของโมเดล (Model Fit Indices)

ดัชนี	เกณฑ์ที่ยอมรับได้
χ^2/df	< 3.00
CFI	≥ 0.90
TLI	≥ 0.90
RMSEA	≤ 0.08
SRMR	≤ 0.08

เมื่อโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์แล้ว จึงพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) และค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < .05$) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีอายุระหว่าง 30–39 ปี มากที่สุด โดยมีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นผู้ประกอบการ/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001–30,000 บาท มากที่สุด ส่วนใหญ่อาศัยอยู่จังหวัดลำปาง มากที่สุด รองลงมา คือ เชียงใหม่ น่าน ลำพูน เชียงราย พะเยา แพร่ แม่ฮ่องสอน และอุตรดิตถ์ เลือกใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชนของ Kerry Express มากที่สุด รองลงมา คือ Flash Express, J&T Express, Best Express และ Ninja Van ความถี่ในการใช้บริการขนส่งเอกชนมากกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการขนส่งเอกชน คือ ขนส่งสินค้าออนไลน์ (ส่งสินค้าให้ลูกค้า) มากที่สุด และเลือกช่องทางที่ใช้ในการทำรายการบริการขนส่งผ่านหน้าสาขา มากที่สุด รองลงมา คือ จุด Drop-off แอปพลิเคชันของบริษัทขนส่ง และเว็บไซต์ของบริษัทขนส่ง ตามลำดับ

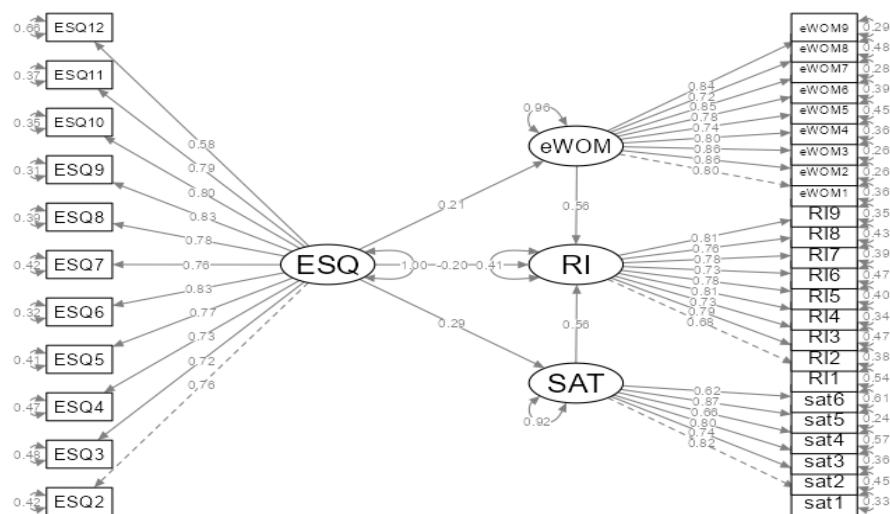
การวิเคราะห์ความสำคัญของคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

ปัจจัย	M	SD	ลำดับที่	แปลผล
คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์	3.94	0.770	4	
ความพึงพอใจ	4.09	0.751	2	ระดับมาก
การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์	4.12	0.779	1	
การกลับมาใช้บริการซ้ำ	4.07	0.742	3	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากทุกปัจจัย โดยมีการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับแรก ($M = 4.12$, $SD = 0.779$) รองลงมา คือ ความพึงพอใจ ($M = 4.09$, $SD = 0.751$) การกลับมาใช้บริการซ้ำ ($M = 4.07$, $SD = 0.742$) และคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ($M = 3.94$, $SD = 0.770$) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ และการกลับมาใช้บริการ โดยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)



$\chi^2/df = .919$, $p\text{-value} = .902$, $GFI = .941$, $AGFI = .926$, $CFI = 1.000$, $NFI = .938$,

ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม คือ การกลับมาใช้บริการซ้ำ

จากภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า มีค่า $p\text{-value} = .000$ และ ค่า X^2/df , RMSEA, RMR, NFI, CFI, GFI, AGFI ยังไม่ผ่านเกณฑ์ จึงทำการปรับโมเดล โดยการพิจารณาค่า MI สร้างเส้นเชื่อมระหว่างตัวแปร ผลของการปรับโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของรูปแบบ ดังนี้ $X^2/df = 0.919$ มีค่าน้อยกว่า 2 , $p\text{-value} = 0.902$ มีค่ามากกว่า 0.050, ค่า GFI = 0.941, AGFI = 0.926, CFI = 1.000, NFI = 0.938 มีค่ามากกว่า 0.900 และค่า RMSEA = 0.000, RMR = 0.017 มีค่าน้อยกว่า 0.050 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ

Antecedents	Consequence	Estimate	SE	β	t	P
ESQ	SAT	0.313	0.056	0.291	5.584	0.000***
ESQ		-0.180	0.057	-0.202	-3.132	0.002**
SAT	RI	0.464	0.051	0.560	9.111	0.000***
eWOM		0.472	0.047	0.559	9.940	0.000***
ESQ	eWOM	0.219	0.053	0.208	4.114	0.000***

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญ * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ (SAT) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.291 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($\beta = 0.291$, $t = 5.584$, $p = 0.000$) เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ว่าคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นตามไปด้วย และคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) ยังมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ (eWOM) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.208 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($\beta = 0.208$, $t = 4.114$, $p = 0.000$) แสดงให้เห็นว่า การมีคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ดีจะส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการเกิดการบอกต่อประสบการณ์เชิงบวกผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ส่วนคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) มีอิทธิพลทางลบต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ (RI) ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ -0.202 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($\beta = -0.202$, $t = -3.132$, $p = 0.002$)

ความพึงพอใจ (SAT) มีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ (RI) ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.560 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($\beta = 0.560$, $t = 9.111$, $p = 0.000$) แสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ และการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ (eWOM) มีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ (RI) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.559 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($\beta = 0.559$, $t = 9.940$, $p = 0.000$) แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ผ่านช่องทางออนไลน์มีบทบาทในการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	β	t-stat	p	ผลลัพธ์
H1 : คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ	0.291	5.584	0.000***	สนับสนุน
H2 : ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน	0.560	9.111	0.000***	สนับสนุน
H3 : คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน	-0.202	-3.132	0.002**	ไม่สนับสนุน

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	β	t-stat	p	ผลลัพธ์
H4 : คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์	0.208	4.114	0.000***	สนับสนุน
H5 : การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน	0.559	9.940	0.000***	สนับสนุน

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญ * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ผลการวิเคราะห์พบว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.291 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ผลลัพธ์ คือ สนับสนุนสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ผลการวิเคราะห์พบว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.560 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ผลลัพธ์ คือ สนับสนุนสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ผลการวิเคราะห์พบว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงลบต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.202 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลลัพธ์ คือ ไม่สนับสนุนสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิเคราะห์พบว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.208 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ผลลัพธ์ คือ สนับสนุนสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 5 การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.559 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ผลลัพธ์ คือ สนับสนุนสมมติฐาน

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการความสำคัญด้านคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ สรุปได้ดังนี้

1. การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก เพราะผู้ใช้บริการจะพยายามหาข้อมูลที่มาจากผู้ใช้บริการจริง เพื่อความปลอดภัย ความตรงต่อเวลา ความน่าเชื่อถือ และลดความไม่แน่นอนก่อนตัดสินใจใช้บริการตามแนวคิดของ Sakontawat and Erawan (2024) พบว่าการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากเนื่องจากข้อมูล ความคิดเห็น รีวิว หรือคำวิจารณ์ที่ผู้ใช้บริการเป็นข้อมูลที่มีคุณภาพ สามารถอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการในเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ เข้าใจง่าย และเป็นข้อมูลที่สามารถชี้แนะหรือโน้มน้าวให้ผู้บริโภคสนใจได้มากยิ่งขึ้น
2. ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เป็นลำดับที่สอง เพราะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการตัดสินใจของตนเองถูกต้องและคุ้มค่า เมื่อผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ตรงหรือสูงกว่าความคาดหวัง จะเกิดความรู้สึกมั่นใจ สบายใจ และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการเลือกใช้นั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hui et al. (2025) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ว่าการจัดส่งมีความตรงต่อเวลา เชื่อถือได้ และมีข้อมูลติดตามที่ชัดเจน จะเกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการซ้ำในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Evangelista (2025) ระบุว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญพื้นฐานในความสำเร็จของธุรกิจบริการ เช่น คุณภาพสินค้า/บริการ ราคา ประสบการณ์ทางอารมณ์มีผลต่อระดับความพึงพอใจและการเติบโตของธุรกิจบริการในระยะยาว ทำให้ธุรกิจสามารถวางแผนกลยุทธ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

3. การกลับมาใช้บริการซ้ำมีความสำคัญระดับมาก เป็นลำดับที่สาม เนื่องจากผู้ใช้บริการเคยได้รับประสบการณ์การบริการขนส่งที่ดีและความสะดวกสบายอย่างต่อเนื่อง จึงกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง แนวคิดของ Sari and Burhanudin (2023) นำเสนอว่าการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำไม่ได้เกิดจากการประเมินเชิงเหตุผล เพียงอย่างเดียว แต่ยังได้รับอิทธิพลจากความเชื่อมั่นที่มีต่อผู้ให้บริการ ความรู้สึกว่าได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมเมื่อเกิดปัญหา และประสบการณ์ทางอารมณ์ที่ดีจากการใช้บริการที่ผ่านมา เมื่อผู้ใช้บริการรู้สึกมั่นใจในมาตรฐานการบริการและเกิดความประทับใจจากประสบการณ์ก่อนหน้า จะมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำและพัฒนาความภักดีต่อองค์กรในระยะยาว งานวิจัยของ Seesa et al. (2025) พบว่าการให้บริการที่มีคุณภาพไม่เพียงแต่ส่งผลดีในด้านประสบการณ์ตรงของลูกค้าเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างการรับรู้คุณค่าในมุมมองของลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การให้บริการซ้ำ

4. คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย เพราะผู้ใช้บริการรับรู้ถึงว่าระบบที่ให้บริการมีความน่าเชื่อถือสามารถจัดการปัญหา การคืนสินค้า และการตอบสนองข้อร้องเรียนได้ รวมถึงมีความง่ายในการใช้งาน สร้างความสะดวกรวดเร็ว และตั้งแต่การค้นหาข้อมูล การทำธุรกรรม ไปจนถึงการติดตามผลหลังการให้บริการ แนวคิดของ Corbetta (2023) Shaikh et al. (2023) สรุปว่าคุณภาพการบริการ ทางอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างจากการบริการแบบดั้งเดิม เนื่องจากผู้ใช้บริการอาศัยการโต้ตอบผ่านระบบเทคโนโลยีและเว็บไซต์เป็นหลัก โดยการประเมินคุณภาพบริการจะพิจารณาจากประสิทธิภาพของเว็บไซต์ ความน่าเชื่อถือของระบบ ความสามารถในการส่งมอบบริการตามที่สัญญาไว้ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ ความไว้วางใจยังเป็นปัจจัยสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์กับความภักดีของลูกค้า หากผู้ใช้บริการไม่เชื่อมั่นในระบบหรือความปลอดภัยของบริการ ก็อาจไม่ตัดสินใจใช้บริการต่อเนื่อง แม้ว่าระบบจะใช้งานได้สะดวกก็ตาม และงานวิจัยของ Al-Ja'afreh and Al-Adaileh (2020) พบว่า ความน่าเชื่อถือของระบบและความปลอดภัยของข้อมูลเป็นมิติของคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่องค์กรควรให้ความสำคัญกับโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีและมาตรการรักษาความปลอดภัยข้อมูล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการศึกษาคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ และการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งเอกชนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย พบว่าความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชนภาคเหนือตอนบนเป็นอันดับแรก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนว่า เมื่อผู้ใช้บริการขนส่งรับรู้ว่าการให้บริการตรงตามความคาดหวัง ได้รับพัสดุตรงเวลาและไม่เสียหาย มีระบบติดตามแม่นยำ และพนักงานให้บริการดี จึงจะก่อให้เกิดการประเมินผลเชิงบวกต่อประสบการณ์โดยรวมในการใช้บริการครั้งถัดไปลูกค้าไม่จำเป็นต้องเสียเวลาประเมินหาผู้ให้บริการรายใหม่ สอดคล้องกับแนวคิด Do et al. (2023) พบว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลโดยตรงและเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค โดยเฉพาะในกรณีที่การจัดส่งมีความตรงเวลาและข้อมูลการติดตามพัสดุมีความถูกต้อง ความพึงพอใจจึงเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงประสบการณ์การบริการกับพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Hui et al. (2025) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ว่าการจัดส่งมีความตรงต่อเวลา เชื่อถือได้ และมีข้อมูลติดตามที่ชัดเจน จะเกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการซ้ำในอนาคต และงานวิจัยของ Prasartsilp and Thungwha (2024) พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงงานวิจัยของ Boonraksa et al. (2025) ยืนยันว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขนส่ง แสดงให้เห็นว่าการได้รับประสบการณ์ที่ดีในกระบวนการจัดส่ง เช่น ความรวดเร็ว ความถูกต้อง และการสื่อสารที่ชัดเจน มีบทบาทสำคัญต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

องค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัย

ผลการวิจัยที่พบว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางลบต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นว่าบริบทของธุรกิจบริการขนส่งคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มิได้ทำหน้าที่เป็นปัจจัยขับเคลื่อนโดยตรงต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำเสมอไป แต่มีบทบาทเชิงพื้นฐานและเชิงโครงสร้างที่ต้องพิจารณาร่วมกับคุณค่าในการให้บริการ แรงจูงใจ และบริบทการแข่งขัน ซึ่งช่วยวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากงานวิจัย

1. เนื่องจากคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์เพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในการกระตุ้นให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการขนส่งควรออกแบบประสบการณ์ให้กับผู้ใช้บริการตลอดเส้นทางการบริการ ควบคู่กับการใช้โปรแกรมสมาชิก โปรโมชั่นเฉพาะบุคคล และการสื่อสารแบบเจาะจงกลุ่ม เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ความผูกพัน และกระตุ้นการกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

2. ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนนโยบายที่ช่วยยกระดับคุณภาพข้อมูลเกี่ยวกับระบบการรีวิว หรือการแสดงความคิดเห็นที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และป้องกันรีวิวปลอม รวมถึงส่งเสริมการรู้เท่าทันดิจิทัลเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถประเมินข้อมูลออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

3. ผู้ประกอบการธุรกิจบริการขนส่งควรกำหนดกรอบมาตรฐานขั้นต่ำด้านคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ความเสถียรของระบบ ความปลอดภัยของข้อมูล ความรวดเร็วในการตอบสนอง และกลไกการจัดการข้อร้องเรียนออนไลน์ เพื่อยกระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ และป้องกันการลดต้นทุนที่กระทบต่อประสบการณ์ผู้ใช้

เอกสารอ้างอิง

- Al-Ja'afreh, A. L. I., & Al-Adaileh, R. A. I. D. (2020). The impact of electronic word of mouth on consumers purchasing intention. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 98(2), 183-193.
- Bawafi, A. (2025). The Effect of Word of Mouth (WOM), Service Quality and Customer Trust on Repurchase Intention. *Journal of Business and Management Review*, 6(8), 1038-1054.
<https://doi.org/10.47153/jbmr.v6i8.1689>
- Boonraksa, N., Boonchunone, S., Udomsub, R., Jeenkerdsup, B., & Klinvivatanasiri, C. (2025). The Influence of Logistics Service Quality Satisfaction and Revisit: Freight Forwarder Service User's Perspective. *The University of the Thai Chamber of Commerce Journal of Humanities and Social Sciences*, 45(4), 1-23. [in Thai]
- Brennan, R. L. (1992). Generalizability theory. *Educational Measurement: Issues and Practice*, 11(4), 27-34.
- Cahigas, M. M. L., Prasetyo, Y. T., Persada, S. F., & Nadlifatin, R. (2022). Examining Filipinos' intention to revisit Siargao after Super Typhoon Rai 2021 (Odette): An extension of the theory of planned behavior approach. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 84, 103455.
<https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.103455>
- Do, Q. H., Kim, T. Y., & Wang, X. (2023). Effects of logistics service quality and price fairness on customer repurchase intention: The moderating role of cross-border e-commerce experiences. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70, 103165. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103165>
- Evangelista, J. M. R. (2025). Customer Satisfaction: A Systematic Literature Review. *Journal of Academic and Research in Social Sciences*, 1(3), 26-44. [in Thai]
- Farzin, M., & Fattahi, M. (2018). eWOM through social networking sites and impact on purchase intention and brand image in Iran. *Journal of Advances in Management Research*, 15(2), 161-183.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Cengage Learning.
- Hui, G., Al Mamun, A., Reza, M. N. H., & Hussain, W. M. H. W. (2025). An empirical study on logistic service quality, customer satisfaction, and cross-border repurchase intention. *Heliyon*, 11(1), e41156.

- Karami, M., Eyüpoğlu, Ş., & Ertugan, A. (2023). The influence of relational benefits on behavioral intention and the moderating role of habit: A study in a personal service business. *Behavioral Sciences*, 13(7), 565. <https://doi.org/10.3390/bs13070565>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Likert, R. (1932). A technique for measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 5-55.
- Lu, K., & Liao, H. (2023). Dynamic preference elicitation of customer behaviours in e-commerce from online reviews based on expectation confirmation theory. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 36(2), 2106275. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2106275>
- Ministry of Transport. (2023). *Thailand Transport Development Plan Phase 2 (2023–2027)*. Ministry of Transport. <https://www.mot.go.th> [in Thai]
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Nursalim, C. P., Tannia, T., & Robert, A. (2025). Service quality and perceived value toward customer satisfaction in e-commerce delivery: The role of trust. *International Journal of Applied Business and International Management*, 10(1), 136–153. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v10i1.3741>
- Pattanasing, K., & Jiraphanumes, K. (2025). Influence of Electronic Service Quality on Relationship Quality, Customer Engagement and Loyalty: Evidence of Ornamental Plants Online Businesses in Thailand. *TEM Journal*, 14(3), 2812.
- Prasartsilp, A., & Thungwha, S. (2024). Service quality and satisfaction of using the service that affect the use of repeat services. of Bangkok Mass Transit System Public Company Limited. BTS Skytrain. *Journal of the Association of Researchers*, 29(2), 30–44. [in Thai]
- Sakontawat, A., & Erawan, T. (2024). The impact of electronic word of mouth (eWOM) on intention to purchase electric vehicle in Thailand. *Journal of Accountancy and Management*, 16(4), 120-134. [in Thai]
- Sari, S. L., & Burhanudin, B. (2023). Emotional experience and conative loyalty: The mediating role of revisit intention. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 40-48. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v11i1.10194>
- Seesa, N., Thongsodsang, C., Pothongsangarun, T., & Buathong, K., (2025). Model of service quality through customer value that affects the return of customer service in the private transport businesses in the upper northeast. *Journal of Social Science for Local Development Rajabhat Maha Sarakham University*, 9(2), 38-50. [in Thai]
- Shaikh, A., Banerjee, S., & Singh, B. (2023). The differential impact of e-Service quality's dimensions on trust and loyalty of retail bank customers in an emerging market. *Services Marketing Quarterly*, 44(2-3), 121-141. <https://doi.org/10.1080/15332969.2022.2161811>
- Shankar, A., & Datta, B. (2020). Measuring e-service quality: A review of literature. *International Journal of Services Technology and Management*, 26(1), 77–100. <https://doi.org/10.1504/IJSTM.2020.105398>
- Tian, X., Yan, B., Zhou, X., & Yan, Y. (2025). Impact of logistics delivery performance on consumers' future purchase behavior: Evidence from an e-commerce platform in China. *Electronic Commerce Research and Applications*, 72, 101509. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2025.101509>
- Tran, S. N., Bich, P. T., Doan, T. L. M., Lam, V. L. C., & Anh, T. T. T. (2025). The impact of online reviews on brand loyalty and e-WOM in Vietnam's cosmetics E-commerce Sector: The moderating role of e-service quality. *Social Sciences & Humanities Open*, 12, 102208. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.102208>

- Verma, S., & Yadav, N. (2021). Past, present, and future of electronic word of mouth (EWOM). *Journal of interactive marketing*, 53(1), 111-128. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.07.00>
- Yulihapsari, I. U., Indrawan, R., Simarmata, J., & Zainal, M. (2025). The role of e-service quality and price perception: Key to increasing loyalty through consumer satisfaction. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 6(2), 543-554. <https://doi.org/10.35912/jakman.v6i2.3941>
- Zhou, Q., Lim, F. J., Yu, H., Xu, G., Ren, X., Liu, D., Wang, X., Mai, X., & Xu, H. (2021). A study on factors affecting service quality and loyalty intention in mobile banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102424. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102424>

Technical Efficiency Measurement of Cassava Production of Thailand

Surakiat Parichatnon¹, Kamonthip Parichatnon^{2*} Poranee Loatong³ and Manote Rithinyo⁴

^{1,2,3}Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus,
Muang District, Surin Province 32000, Thailand

⁴Faculty of Engineering and Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Mueang Nakhon Ratchasima District,
Nakhon Ratchasima Province 30000, Thailand

* Corresponding author's E-mail: kamonthip.ma@rmuti.ac.th

Received: 17 March 2026 / Received in revised form: 17 May 2026 / Accepted: 10 June 2026

Abstract

Cassava farmers in Thailand currently face numerous economic and environmental challenges that significantly affect production efficiency. This study aims to measure the technical efficiency of cassava farmers of Thailand by applying Stochastic Frontier Analysis (SFA) with a Cobb–Douglas production function. The study represents an application of the SFA approach to cassava farming of Thailand using primary data collected from 400 farmers across eight provinces through systematic sampling. The results indicate that the average technical efficiency score was 0.853, with a maximum value of 0.970 and a minimum value of 0.591. The estimated gamma value was 0.876, suggesting that most of the variation in output was attributable to farm management practices rather than external factors beyond farmers' control. Farmer age was positively associated with technical inefficiency, whereas farming experience, training participation, and effective disease management were associated with lower levels of inefficiency. Notably, government support was found to have no statistically significant effect on technical inefficiency. These findings highlight the importance of targeted managerial and operational support, as well as farmer training programs, in enhancing the overall production efficiency of cassava farming of Thailand.

Keywords: Cassava, Technical Efficiency, Stochastic Frontier Analysis

การวัดประสิทธิภาพทางเทคนิคของการผลิตมันสำปะหลังของประเทศไทย

สุรเกียรติ์ ปริชาตินนท์¹ กมลทิพย์ ปริชาตินนท์^{2*} ภาณี หลาวทอง³ และ มาโนช รัตนโย⁴

^{1,2,3}คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ อำเภอเมือง
จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย

⁴คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน อำเภอเมืองนครราชสีมา
จังหวัดนครราชสีมา 30000 ประเทศไทย

*ผู้นิพนธ์หลัก อีเมล kamonthip.ma@rmu.ac.th

วันที่รับบทความ: 17 มีนาคม 2569 วันที่แก้ไขบทความ: 17 พฤษภาคม 2569 วันที่ตอบรับบทความ: 10 มิถุนายน 2569

บทคัดย่อ

ปัจจุบันเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังในประเทศไทยต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมหลายประการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิต งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดประสิทธิภาพเชิงเทคนิคของเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังของประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์เส้นพรมแดนสุ่ม (Stochastic Frontier Analysis: SFA) ร่วมกับฟังก์ชันการผลิตแบบคobb-ดักลาส (Cobb-Douglas) โดยงานวิจัยนี้เป็นการประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ SFA กับเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังของประเทศไทยใช้ข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรจำนวน 400 ราย ในแปดจังหวัด ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ ผลการศึกษาพบว่าค่าประสิทธิภาพเชิงเทคนิคเฉลี่ยเท่ากับ 0.853 โดยมีค่าสูงสุด 0.970 ค่าต่ำสุด 0.591 และค่า gamma เท่ากับ 0.876 ซึ่งบ่งชี้ว่าความผันแปรของผลผลิตส่วนใหญ่เกิดจากการบริหารจัดการฟาร์ม มากกว่าปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของเกษตรกร อายุของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับความไม่มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น ในขณะที่ประสบการณ์ การฝึกอบรม และการจัดการโรคพืชมีความสัมพันธ์กับความไม่มีประสิทธิภาพที่ลดลง ที่น่าสังเกตคือ การสนับสนุนจากภาครัฐไม่มีความสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงคุณค่าของการสนับสนุนด้านการจัดการและการดำเนินงานที่มุ่งเป้า รวมถึงการฝึกอบรม เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการผลิตมันสำปะหลังในภาพรวมของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: มันสำปะหลัง ประสิทธิภาพเชิงเทคนิค การวิเคราะห์เส้นพรมแดนสุ่ม

Introduction

Cassava is a crucial economic crop for the national economy, particularly in the ethanol and renewable energy industries. Cassava is considered an energy crop on par with sugarcane and oil palm. In recent years, cassava has often been cheaper than other starch-producing food crops and can be used as a raw material across various industries, resulting in a steady increase in global market demand. This demand has made cassava the fifth most important food crop worldwide, following corn, rice, wheat, and potatoes, when measured by total production volume (Sowcharoensuk, 2024). In 2021, global cassava production was approximately 324.7 million tons (Food and Agriculture Organization of the United Nations [FAO], 2022). By country, Nigeria is the leading producer (63.03 million metric tons), followed by the Democratic Republic of Congo (45.67 million metric tons), Thailand (30.11 million metric tons), Ghana (22.68 million metric tons), Brazil (18.10 million metric tons), and Indonesia (17.75 million metric tons) (Shahbandeh, 2023).

Thailand ranks as the world's third-largest cassava producer, producing 28-31 million tons annually on 8-9 million hectares with over 580,000 farming households, contributing 150 billion baht to the economy (ASEAN Cassava Centre, 2024). However, despite its production volume, Thailand's cassava production management area is expected to decline in 2024, with a harvested area of 8.682 million rai, a production volume of 26.877 million tons, and a yield of 3,096 kilograms per rai, down 6.32%, 12.22%, and 6.27% from the previous year, respectively (Sowcharoensuk, 2024). The main causes are the ongoing cassava mosaic disease outbreak in recent years and occasional drought, both significant risk factors for cassava production. Katepan et al. (2023) documented how this outbreak forced farmers in Nakhon Ratchasima Province to fundamentally adapt their farm management practices, illustrating the operational disruption caused by the disease at the farm level. Alongside environmental factors, labour shortages in agriculture further challenge cassava production in Thailand, especially in rural areas where labour availability is declining as younger generations shift toward industrial and service sectors. Additionally, the shortage of quality cuttings and outdated agricultural technology results in cassava production remaining heavily reliant on traditional, high-risk inputs, highlighting a need for development and improvements to ensure long-term production efficiency.

Despite how important cassava is to Thailand economically, there is surprisingly little empirical work measuring the technical efficiency of Thai cassava farmers using SFA – particularly at a scale large enough to draw meaningful conclusions. Most existing studies come from Africa or Southeast Asian countries other than Thailand. Among the limited Thai evidence, Thipbharos (2016) applied SFA to agricultural producers in Thailand but focused on other crops rather than cassava, leaving a significant gap in the evidence base for cassava-specific efficiency measurement. This gap in the evidence base is the starting point for the present study.

Given these challenges – environmental, labour, production, and market-related – this study has two main aims: first, to measure the technical efficiency of cassava production of Thailand using SFA with a Cobb-Douglas production function; and second, to identify the key factors that drive technical inefficiency among Thai cassava farmers. The contribution of this study lies in providing the first large-scale empirical SFA-based measurement of technical efficiency for this crop and country, with findings that have direct implications for agricultural managerial and operational support policy and farm management. Based on the literature, we propose three research hypotheses: H1 – cultivated area and fertilizer use are significant determinants of cassava output; H2 – farmer experience, training, and production risk management significantly reduce technical inefficiency; H3 – government support significantly reduces technical inefficiency.

Beyond its agronomic dimensions, cassava production in Thailand must be understood within the broader context of agri-business competitiveness and sustainable operations management. Thailand's cassava industry is a critical upstream supplier for global starch and ethanol markets, meaning that farm-level production efficiency directly affects supply chain efficiency, industrial competitiveness, and export performance (Sowcharoensuk, 2024). From a business management perspective, improving technical efficiency at the farm level is fundamentally a question of resource allocation efficiency, input cost management, and operational productivity – not merely an agronomic challenge.

Furthermore, the sustainability of Thailand's cassava agri-business depends on the managerial capability of individual farm operators to manage production risks, optimize input use, and adapt to changing market and environmental conditions. Efficiency under resource constraints, managerial decision-making, and sustainable production management are therefore central to the long-term competitiveness of Thailand's cassava sector in both domestic and export markets (ASEAN Cassava Centre, 2024). This study addresses this gap by framing cassava production efficiency as a business and operations management problem, providing evidence that is directly relevant for agricultural business practitioners, supply chain managers, and policymakers.

Literature Review

1. SFA Studies on Cassava Production

SFA has been applied fairly widely to study production efficiency across crops and regions. For cassava specifically, Abdul-Kareem and Isgin (2016) found a mean technical efficiency of 0.72 among cassava farmers in Ghana, with land size and credit access being key drivers. Gbigbi (2021) reported similar figures in Nigeria (mean TE = 0.74), pointing to fertilizer use and education as important factors. In Southeast Asia, Triyasari and Priyanto (2023) found a mean TE of 0.81 among cassava farmers on suboptimal dry land in Indonesia, while Ologbon et al. (2021) showed that farmers in mixed cassava-based systems in Nigeria operated at around 78% efficiency. SFA has also been widely applied beyond cassava: Chikezie et al. (2020) found significant inefficiency among rice farmers in Nigeria; Khan et al. (2022) applied SFA to rice production in Khyber Pakhtunkhwa, Pakistan, identifying experience and education as key efficiency drivers; Wu (2020) examined rice farmers in Eastern India; Priyanto et al. (2022) investigated whether climate change adaptation improves technical efficiency of rice farming in Yogyakarta, Indonesia; while Omar and Fatah (2021) applied the Cobb–Douglas SFA approach to coconut smallholders in Malaysia, demonstrating the versatility of this method across smallholder production management contexts. What these studies share is that there is a persistent and meaningful gap between what farmers are actually achieving and what is technically possible – which is precisely what this study examines in the Thai context.

2. Determinants of Technical Inefficiency in Smallholder Production Systems

Beyond estimating the production frontier itself, a large body of research has tried to understand what makes some farmers more or less efficient than others. Experience and training consistently come up as factors that reduce inefficiency – findings that sit comfortably with human capital theory. Farmer age tends to increase inefficiency, likely because older farmers are less inclined to change their practices. Access to managerial and operational support, credit, and improved inputs also matters in most contexts. Disease pressure, on the other hand, tends to push inefficiency up, consistent with the idea that biological risk introduces a stochastic element that is partly within farmers' control through preventive management and partly not.

3. Positioning and Analytical Framework of This Study

The parametric SFA approach was originally developed by Aigner and Chu (1968) and Afriat (1972), with further extensions by Richmond (1974), and remains the dominant method for estimating firm-level technical efficiency from production data. This study follows this approach with a Cobb-Douglas production function, in line with Bala et al. (2018) and Ologbon et al. (2021). This functional form is well-suited to smallholder production management contexts because it is relatively parsimonious and the parameters are easy to interpret. The one-sided error term in the SFA model allows us to separate genuine inefficiency from random noise – an important distinction in agriculture where weather, pests, and other external shocks can significantly affect output. By applying this framework to a large sample of Thai cassava farmers, this study extends the SFA literature into a context that has been underexplored.

4. Resource-Based View (RBV) and Farm-Level Competitive Advantage

The Resource-Based View (RBV), originating from Penrose (1959) and further developed by Barney (1991), provides a complementary theoretical lens for interpreting the determinants of technical efficiency in cassava production. Under the RBV, competitive advantage arises from firm-specific resources that are valuable, rare, inimitable, and non-substitutable. In the context of smallholder production systems, a farmer's accumulated experience, production risk management knowledge, and participation in training programmes can be conceptualized as strategic resources that enable superior operational performance. Farmers who possess these knowledge-based resources are better positioned to optimize input use, manage production risks, and achieve efficiency levels closer to the production frontier. This perspective reframes technical inefficiency not merely as a technical shortfall but as a consequence of unequal access to managerial and knowledge-based resources – a distinction with direct implications for agri-business development policy.

5. Human Capital Theory and Knowledge-Based Productivity

Schultz (1961) and Becker (1993) established that investment in human capital – through education, training, and experience – generates measurable returns in the form of enhanced productivity and decision-making capacity. In the agricultural context, this theory has been widely applied to explain efficiency differentials among farmers. Critically, from a business management standpoint, training is not simply a welfare intervention but an investment in managerial capability that yields operational returns. Farmers who receive structured training acquire knowledge-based productivity advantages: they learn to optimize input management strategy more precisely, identify early signs of disease, and apply improved farm management practices that reduce input waste. The human capital perspective thus supports a reorientation of managerial and operational support policy – away from input subsidy programmes and toward systematic capability development that builds long-term operational competence among farm managers.

6. Operations Efficiency Theory and Farm-Level Performance

Operations management theory emphasizes the role of process design, resource allocation efficiency, and operational discipline in achieving performance targets (Slack et al., 2016). Applied to cassava farming, this framework highlights that farm-level operational performance is shaped not only by what inputs are used but by how those inputs are managed, sequenced, and monitored. Production optimization, input management strategy, and risk control are operations management challenges as much as they are agronomic ones. The persistence of technical inefficiency – even when inputs are available – reflects operational gaps at the farm level: suboptimal timing of input management activities, inadequate disease monitoring protocols, and reactive rather than preventive management of production risks. Addressing these gaps requires not just more resources but better farm management practices and operational systems.

Research Methodology

Data Collection

The study uses primary data gathered through structured interviews with cassava farmers across Thailand during the 2022/23 growing season. The sample of 400 farmers was drawn from eight provinces – chosen to reflect the main cassava-growing regions – using systematic random sampling based on a sampling frame from the Office of Agricultural Economics. The sample size was determined using the Yamane (1973) formula. The questionnaire collected information on production-inputs used (cultivated area, labor quantity, fertilizer, herbicides), farm management practices, and farmer characteristics, including age, experience, training history, and uptake of government support programmes.

Data Analysis

Data were analyzed in three main stages as follows:

1. Descriptive Statistics Analysis: Calculations included percentage, mean, and standard deviation.
2. Technical Efficiency Analysis Using Stochastic Frontier Analysis (SFA): The Cobb-Douglas production function model and Maximum Likelihood Estimation (MLE) were used to estimate the coefficients of the variables, using FRONTIER 4.1 software (Coelli, 1996). The equation can be expressed as follows:

$$\ln y_i = \beta_0 + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + \beta_4 \ln X_4 + (v_i - u_i) \quad (1)$$

Where: $\ln$ = natural log, y_i = Cassava Yield (kg/ha), X_1 = Cultivated Area (ha), X_2 = Labor Quantity (persons/ha), X_3 = Fertilizer (kg/ha), X_4 = Herbicides (liters/ha), β_0 = Constant, β_1 - β_4 = coefficients of production factors, showing the elasticity of each factor, V_i = external random error, caused by uncontrollable factors such as weather, temperature, and Amount of rainfall, u_i = non-negative technical inefficiency term representing farm management inefficiency.

In this model, the error term is split into two parts: $e_i = v_i - u_i$. The first component, v_i , captures random shocks outside the farmer's control – unusual weather or pest outbreaks, for instance – and is assumed to follow a normal distribution with mean zero. The second component, u_i , represents technical inefficiency: the part of the shortfall from the frontier that reflects farm management inefficiency. This follows a half-normal distribution. The gamma parameter ($\gamma = \frac{\sigma_u^2}{\sigma^2}$) tells us what share of total output variation comes from inefficiency rather than noise; a value close to 1 means most of the non-negative technical inefficiency term variation is driven by management decisions.

3. Analysis of Factors Influencing Technical Inefficiency (TI): Maximum Likelihood Estimation (MLE) was used to estimate the coefficients in the following equation:

$$TI_i = \delta_0 + \sum_{j=1}^4 \delta_{0ji} D_{0ji} + \sum_{j=1}^3 \delta_j Z_{ji} + e_i \quad (2)$$

where: TI = Technical Inefficiency, Z_1 = Age of the Farmer (years), Z_2 = Experience (years), Z_3 = Number of Training (Sessions), D_1 = Use of Chemical-Treated Cuttings Before Planting (Dummy: No = 0, Yes = 1), D_2 = Cutting Method (Dummy: straight cut = 0, other = 1), D_3 = Disease (Dummy: No = 0, Yes = 1), D_4 = Government Support (Dummy: No = 0, Yes = 1), δ_0 = Parameter Constant, $\delta_1, \dots, \delta_7$ = Coefficients of Variables, e = error term.

Empirical Results

Factors Affecting Cassava Production

The analysis of factors affecting cassava production using the Stochastic Frontier approach estimated parameters through Maximum Likelihood Estimation (MLE), with the results presented in Table 1. Based on the Likelihood Ratio (LR) test, compared to the critical value under constraints at a 5% error level, equaling 6.13, the LR value was found to be 56.92, which exceeds the critical limit. This indicates that the coefficients of variables in the model impact inefficiency, differing from zero. This implies that each variable used in the model affects the level of inefficiency in cassava production. The results further demonstrate that the frontier production function can adequately explain the data on technical inefficiency in cassava production.

Of the inputs examined, fertilizer and cultivated area had statistically significant effects on cassava output. Input management strategy showed a strong positive relationship (coefficient = 4.728, $t = 5.341$, $p < 0.01$), consistent with agronomic research showing that cassava responds well to nutrient supplementation, particularly on depleted soils (Omondi & Yermiyahu, 2021; Luar et al., 2018). Cultivated area, on the other hand, showed a negative and significant coefficient (-2.763, $t = -2.992$, $p < 0.01$). This likely reflects diminishing returns: larger farms in this sample tended to be managed less intensively per hectare, which dragged down output per unit of input. Labour and herbicide use were not statistically significant, suggesting that at current input levels, adding more of these resources would not meaningfully improve output.

Table 1. Parameter Estimation of The Stochastic Frontier Production Function

Variable	Coefficient	Standard error	t-ratio
Constant	4.566	0.705	6.473
Cultivated Area	-2.763	0.924	-2.992***
Labor Quantity	0.351	0.888	0.395
Fertilizer	4.728	0.885	5.341***
Herbicides	0.684	0.613	1.116
sigma-squared	0.365	0.130	2.808***
gamma (γ)	0.876	0.104	8.430***
Log likelihood function	-95.400		
LR test of the one-sided error	56.920		

Note: *** = significant at α 1% (2.687)

Technical efficiency of cassava production

Looking at technical efficiency scores across the sample, the maximum was 0.970, the minimum was 0.591, and the mean was 0.853. In practical terms, the average Thai cassava farmer in this sample was achieving about 85.3% of the output they could theoretically produce with their current inputs – leaving a gap of roughly 14.7% that could, in principle, be closed through better farm management without adding more resources.

At the individual level, most farmers exhibited-high technical efficiency ($0.701 \leq TE \leq 0.900$), accounting for 63.00%, followed by those with very high efficiency ($0.901 \leq TE \leq 1.000$) at 31.25%, and moderate

efficiency ($0.501 \leq TE \leq 0.700$) at 5.75% (Table 2). These findings indicate that farmers with efficiency levels below 1 need to improve their input use to achieve optimal production levels. Improvements should focus on factors impacting production, such as the quantity of fertilizer and cultivated area. These findings may also reflect limitations related to farmers' experience, knowledge, and access to support.

Table 2. Distribution of farmers based on the technical efficiency of cassava production

Efficiency Level	Technical efficiency scores	Frequency	Percentage
Very Low	0.000 - 0.300	-	-
Low	0.301 - 0.500	-	-
Medium	0.501 - 0.700	23	5.75
High	0.701 - 0.900	252	63.00
Very High	0.901 - 1.000	125	31.25
Total		400	100.00
Max	0.970		
Min	0.591		
Mean	0.853		

Factors Affecting Technical Inefficiency

In examining factors that contribute to technical inefficiency in cassava production among Thai farmers, seven variables were identified: farmer age, production experience, training frequency, use of chemical-soaked cuttings, cutting methods, production risk management, and government support. The analysis of parameters for technical inefficiency shows that the statistically significant factors at the 0.01 level include production experience, with a coefficient of -0.394. This negative coefficient indicates that as farmers gain more experience or have engaged in cassava production for many years, inefficiency decreases. Another significant factor is training frequency, with a coefficient of -0.298, also negative, meaning that farmers with more training sessions acquire new production techniques, thus reducing technical inefficiency. At the 0.05 level, age is significant with a coefficient of 0.108, suggesting that as farmers age, inefficiency increases due to reduced physical capability. Disease prevalence also affects inefficiency, with a coefficient of 0.197, indicating that inadequate production risk management leading to outbreaks contributes to increased inefficiency (Table 3).

Other factors in Table 3, including the use of chemical-soaked cuttings, cutting methods, and government support, were found to have no statistically significant effect on technical inefficiency in cassava production.

Table 3. Technical Inefficiency Estimation

Variable	Coefficient	S.E.	t-ratio
Constant	5.861	1.167	5.023
Age of the Farmer	0.108	0.046	2.336**
Experience	-0.394	0.117	-3.361***
Number of Training	-0.298	0.085	-3.495***

Table 3. Technical Inefficiency Estimation (Cont)

Variable	Coefficient	S.E.	t-ratio
Use of Chemical-Treated Cuttings Before			
Planting	-0.115	0.095	-1.220
Cutting Method	0.064	0.063	1.003
Disease	0.197	0.091	2.165**
Government Support	-0.179	0.182	-0.982

Note: ** = significant at α 5% (2.021)

*** = significant at α 1% (2.687)

Conclusion and Discussion

The production frontier analysis confirms that cassava output in Thailand is most strongly shaped by fertilizer use and cultivated area. Fertilizer had the largest positive effect on yield, consistent with evidence from across the cassava-growing world (Omondi & Yermiyahu, 2021). The negative coefficient on cultivated area points to diminishing returns at larger farm sizes – a finding consistent with Sheng and Chancellor (2019), who showed that beyond a certain scale, larger farms tend to be managed less intensively per unit area, reducing overall output efficiency. This has direct implications for how managerial and operational support is targeted. Labour and herbicide use did not emerge as significant, which may reflect relatively uniform practices across the sample on these dimensions.

The mean technical efficiency of 0.853 suggests that Thai cassava farmers, on average, are performing reasonably well – but there is still a meaningful gap between actual and potential output. The gamma value of 0.876 confirms that most of this gap reflects farm-level management decisions rather than external shocks, which means it is, in principle, addressable through better information and practices. Some farmers face more binding constraints than others, and the results point to experience, training, and production risk management as the factors that matter most.

The mean TE of 0.853 found in this study is higher than what has been reported in comparable cassava SFA studies elsewhere. Abdul-Kareem and Isgin (2016) found 0.72 in Ghana, Gbigbi (2021) reported 0.74 in Nigeria, and Triyasari and Priyanto (2023) found 0.81 in Indonesia. The relatively higher efficiency in Thailand likely reflects better input access, more established extension systems, and the generally higher level of agricultural development in the country. That said, the presence of farmers with scores around 0.591 shows there is still meaningful variation within Thailand that warrants attention.

Among the factors driving technical inefficiency, farmer age increased inefficiency significantly (coefficient = 0.108, $p < 0.05$)—a pattern also observed in Chandel et al. (2022) and Salam et al. (2024) and generally attributed to older farm operators being less likely to adopt new production practices. Experience worked in the opposite direction (coefficient = -0.394, $p < 0.01$), as did the number of training sessions attended (coefficient = -0.298, $p < 0.01$). Both findings align with Human Capital Theory (Schultz, 1961), suggesting that farm operators who accumulate knowledge through experience and formal training are more capable of managing production resources efficiently. Production risk factors increased inefficiency (coefficient = 0.197, $p < 0.05$), reflecting the operational disruptions and output uncertainty associated with disease outbreaks. Government support did not emerge as statistically significant (coefficient = -0.179, $t = -0.982$),

consistent with findings from similar studies (Ho & Shimada, 2019; Omar & Fatah, 2021). This may indicate that existing managerial and operational support programmes are not yet sufficiently aligned with farm-level capability development and operational performance improvement.

From a broader theoretical standpoint, these results fit well within a framework that emphasises the role of human capital and risk in shaping farm performance. The experience and training effects are consistent with Schultz's (1961) view that investment in farmers' knowledge generates returns in the form of better decision-making. The disease effect is a reminder that even well-managed farms face stochastic shocks that cannot be fully guarded against – though disease-resistant varieties and preventive practices can reduce the impact. Taken together, the findings suggest that policy should focus less on input subsidies and more on building the capacity of farmers to use existing inputs well.

Managerial Implications

The findings of this study carry significant implications for three groups of stakeholders in Thailand's cassava agri-business: farm operators and agricultural entrepreneurs, supply chain managers, and policymakers.

1. Implications for Agricultural Business Operators

At the farm level, the results underscore the critical importance of input management strategy and production risk management as drivers of operational efficiency. Farmers operating below the efficiency frontier may benefit from prioritizing structured investment in managerial capability – particularly around fertilizer optimization and disease prevention protocols. The significant negative effect of training on technical inefficiency demonstrates that knowledge acquisition has a direct and measurable return in the form of improved farm management practices and output efficiency. Farm operators should treat training participation not as an optional activity but as a strategic investment in operational performance.

2. Implications for Supply Chain Management

Thailand's cassava supply chain – feeding starch processing and ethanol production industries – depends critically on upstream supply chain efficiency. Technical inefficiency at the farm level creates volatility in raw material supply, raising input costs for downstream processors and undermining industrial competitiveness. The finding that farm-level management decisions account for 87.6% of output variation ($\gamma = 0.876$) implies that targeted managerial and operational support for farmers could yield significant gains in supply chain reliability and consistency. Supply chain managers and agri-business companies operating in the cassava sector should consider co-investing in farmer capability development programmes as a risk management and competitiveness strategy.

3. Implications for Policy and Institutional Design

The non-significance of government support in this study is a signal that current programme designs are not generating measurable operational returns at the farm level. Policymakers should redesign extension programmes with a focus on managerial training rather than input subsidies – shifting from subsidy-oriented policy toward capability development initiatives that build operational competence among farm managers. Specifically, programmes should target input management strategy knowledge, production risk management (particularly disease prevention), and farm-level operational planning skills. Regional cooperatives and agri-business associations could serve as delivery channels for such capability-building programmes, complementing government extension efforts.

Suggestions

On the basis of these findings, we suggest four practical policy directions. First, the Department of Agricultural Extension (DOAE) should scale up training specifically around input management strategy – the data show clearly that training reduces inefficiency, and fertilizer use is the single biggest driver of output. Second, the Department of Agriculture (DOA) should make certified disease-resistant cassava varieties more widely available, given the high economic cost of disease. Third, cooperatives and community groups have a role to play in peer learning, particularly for older farmers who showed the highest inefficiency levels. Fourth, government support programmes should be redesigned with more attention to how they actually reach farmers – the current evidence suggests they are not having a measurable effect, which may be a question of design or delivery rather than intent. These directions connect to SDG Goal 2 (Zero Hunger) through improved smallholder productivity, and to SDG Goal 12 (Responsible Production and Consumption) through more efficient use of fertiliser and land.

Limitations

This study has a few limitations worth acknowledging. The data come from a single growing season (2022/23), so we cannot track how efficiency changes over time – a cross-sectional snapshot captures a moment but cannot speak to trends. The sample is confined to eight provinces, which means the findings may not fully represent conditions across all cassava-growing areas. We also used a Cobb-Douglas functional form, which imposes some restrictions on the production relationships; a Translog function would offer more flexibility, though at the cost of more parameters to estimate.

Future Research

Future work could address these limitations in a few ways. Panel data covering multiple seasons would allow a more dynamic picture of efficiency trends and help disentangle structural factors from year-to-year variation. Expanding the geographic coverage would strengthen generalizability. It would also be worth testing whether a Translog production function changes the results meaningfully. Beyond the methodological, there is scope for qualitative work exploring why government support programmes are not showing up as significant – whether that is a reach problem, a design problem, or something else – which would be important for policy.

References

- Abdul-Kareem, M. M., & Isgin, T. (2016). Technical Efficiency of Cassava Production in the Savannah Zone of Northern Ghana: Stochastic Frontier Analysis. *Journal of Biology, Agriculture and Healthcare*, 6(20), 62–72.
- Afriat, S. N. (1972). Efficiency Estimation of Production Functions. *International Economic Review*, 13(3), 568–598.
- Aigner, D. J., & Chu, S. F. (1968). On estimating the industry production function. *The American economic review*, 58(4), 826–839.
- ASEAN Cassava Centre. (2024). *Thailand: Cassava Cultivation Situation*. Sustainablecassava. <https://sustainablecassava.org/national-centre/article/Thailand-Article-2024-5-1/>
- Bala, M., Shamsudin, M. N., Radam, A., & Abd Latif, I. (2018). Profit Efficiency Among Cotton Farmers: A Cobb–Douglas Stochastic Frontier Production Function Analysis. *Journal of Asian Scientific Research*, 8(7), 237–246. <https://doi.org/10.18488/journal.2.2018.87.237.246>

- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Becker, G. S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education* (3rd ed.). University of Chicago Press.
- Chandel, R. B. S., Khan, A., Li, X., & Xia, X. (2022). Farm-Level Technical Efficiency and its Determinants of Rice Production in the Indo-Gangetic Plains: A Stochastic Frontier Model Approach. *Sustainability*, 14(4), 2267. <https://doi.org/10.3390/su14042267>
- Chikezie, C., Benchendo, G. N., Ibeagwa, O. B., Oshaji, I. O., & Onuzulu, O. A. (2020). Analysis of Technical Efficiency Among Rice Farmers in Ebonyi State of Nigeria: A Stochastic Frontier Approach. *Journal of Agriculture and Food Sciences*, 18(1), 40–49.
- Coelli, T. J. (1996). *A guide to FRONTIER Version 4.1: A computer program for stochastic frontier production and cost function estimation (CEPA Working Paper No. 96/07)*. Centre for Efficiency and Productivity Analysis, University of New England. <https://www.uq.edu.au/economics/cepa/frontier.php>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2022). *Agricultural Production Statistics 2000-2021*. FAO. <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cc2211en>
- Gbigbi, T. M. (2021). Technical Efficiency and Profitability of Cassava Production in Delta State: A Stochastic Frontier Production Function Analysis. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 18(1), 21–31.
- Ho, T., & Shimada, K. (2019). Technical Efficiency of Rice Farming in the Vietnamese Mekong Delta: A Stochastic Frontier Approach. *Ritsumeikan Economic Review*, 67(5–6), 130–144.
- Katepan, P., Dokmaithes, R., Mekhora, T., & Raksat, N. (2023). The Adaptation of Cassava Farmers to the Outbreak of Cassava Mosaic Disease in Huai Khaen Community, Moo 2, Non Somboon Subdistrict, Soeng Sang District, Nakhon Ratchasima Province. *Journal of Agricultural Research and Extension*, 41(1), 173–184. [in Thai]
- Khan, S., Shah, S. A., Ali, S., Ali, A., Almas, L. K., & Shaheen, S. (2022). Technical Efficiency and Economic Analysis of Rice Crop in Khyber Pakhtunkhwa: A Stochastic Frontier Approach. *Agriculture*, 12(4), 503. <https://doi.org/10.3390/agriculture12040503>
- Luar, L., Pampolino, M., Ocampo, A., Valdez, A., Cordora, D., & Oberthür, T. (2018). Cassava Response to Fertilizer Application. *Better Crops with Plant Food*, 102, 11–13.
- Ologbon, O. A. C., Oyebanjo, O., Oluwasanya, O. P., Ilori, A. R., & Fadipe, M. O. (2021). Economic Returns and Technical Efficiency in Cassava-Based Farming Systems in Yewa Communities of Ogun State, Nigeria. *Journal of Agricultural Science and Environment*, 21(1), 27–39.
- Omar, Z., & Fatah, F. A. (2021, May). Determinants of technical efficiency among coconut smallholder production in Johor, Malaysia: A cobb Douglas stochastic frontier production approach. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 757(1), 012013.
- Omondi, J. O., & Yermiyahu, U. (2021). Improvement in cassava yield per area by fertilizer application. In A. Frediansyah (Ed.), *Cassava - Biology, production, and use* (pp. 1-9). IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.97366>
- Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Basil Blackwell.
- Priyanto, M. W., Mulyo, J. H., Irlham, I., Perwitasari, H., & Siregar, A. P. (2022). Does Climate Change Adaptation Improve Technical Efficiency of Rice Farming? Findings from Yogyakarta Province, Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 19(2), 184–194.

- Richmond, J. (1974). Estimating Efficiency of Production. *International Economic Review*, 15(2), 515–521.
- Salam, M., Rukka, R. M., Samma, M. A. N. K., Tenriawaru, A. N., Muslim, A. I., Ali, H. N. B., & Ridwan, M. (2024). The Causal-Effect Model of Input Factor Allocation on Maize Production: Using Binary Logistic Regression in Search for Ways to be More Productive. *Journal of Agriculture and Food Research*, 16, 101094. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2024.101094>
- Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1–17. <https://www.jstor.org/stable/1818907>
- Shahbandeh, M. (2023). *Leading Cassava Producing Countries Worldwide in 2021*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1391572/global-leading-cassava-producing-countries/>
- Sheng, Y., & Chancellor, W. (2019). Exploring the Relationship Between Farm Size and Productivity: Evidence from the Australian Grains Industry. *Food Policy*, 84, 196–204. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2018.03.012>
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2016). *Operations management* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Sowcharoensuk, C. (2024, February 16). *Industry Outlook 2024–2026: Cassava Industry*. Krungsri Research. <https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/agriculture/cassava/io/cassava-2024-2026> [in Thai]
- Thipbharos, P. (2016). Technical Efficiency Approach of Agricultural Producers by Stochastic Frontier Analysis. *Journal of Economics Chiang Mai University*, 20(2), 93–124. [in Thai]
- Triyasari, S. R., & Priyanto, M. W. (2023). Technical Efficiency Analysis of Cassava Farmers on Suboptimal Dry Land. *Jurnal Lahan Suboptimal: Journal of Suboptimal Lands*, 12(2), 227–234.
- Wu, W. (2020). Estimation of Technical Efficiency and Output Growth Decomposition for Small-Scale Rice Farmers in Eastern India: A Stochastic Frontier Analysis. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 10(2), 139–156.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.

ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ของข้าราชการธุรการ ในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5

ศรีสุดา บุญสิงห์^{1*} กัญญพัทธ์ กล่อมรงค์เจริญ² นทีทิพย์ สรรพตานนท์³ และ ประภัศร วรณสถิตย์⁴

^{1,2,3,4} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50290 ประเทศไทย

*ผู้เขียนหลัก อีเมล bim815@hotmail.com

วันที่ได้รับบทความ: 14 มีนาคม 2569 วันที่แก้ไขบทความ: 12 พฤษภาคม 2569 วันที่ตอบรับบทความ: 30 พฤษภาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน (2) ศึกษาระดับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานและระดับประสิทธิภาพในการทำงาน และ (3) วิเคราะห์อิทธิพลของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากรจำนวน 484 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะได้จำนวน 250 คน และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ด้วยการเปรียบเทียบค่าที่แบบอิสระต่อการเปรียบเทียบความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และสถานภาพที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน นอกจากนี้ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานด้านการงาน ด้านสติปัญญา ด้านครอบครัว และด้านการเงิน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานด้านเวลา มีอิทธิพลเชิงลบต่อประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นว่าการบริหารจัดการความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานในแต่ละมิติจำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะอิทธิพลที่แตกต่างกัน เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐอย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ประสิทธิภาพในการทำงาน ข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5

Work-life Balance and Its Impact on the Work Efficiency of Administrative Civil Servants in the Office of the Attorney General, Region 5

Srisuda Boonsing^{1*}, Kunpatsawee Klomthongjaroen², Nateetip Sanpatanon³ and Prapassorn Vannasathid⁴

^{1,2,3,4} Faculty of Business Administration, Maejo University, San Sai District, Chiang Mai 50290 Thailand

* Corresponding author's E-mail: bim815@hotmail.com

Received: 14 March 2026 / Received in revised form: 12 May 2026 / Accepted: 30 May 2026

Abstract

This research aimed to (1) study the differences in personal factors affecting work performance, (2) study the levels of work-life balance and work performance, and (3) analyze the influence of work-life balance on the work performance of administrative officers under the Office of the Attorney General Region 5. This study employed a quantitative research approach. The population consisted of 484 individuals, and the sample size was determined using Yamane's formula, resulting in 250 participants selected through purposive sampling. The research instrument was a questionnaire that had been tested for content validity, with the index of item-objective congruence (IOC) meeting acceptable criteria. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics, including independent sample t-test, one-way ANOVA, and multiple regression analysis. The findings revealed that differences in monthly income significantly affected work performance, whereas differences in gender, age, educational level, job position, and marital status did not significantly affect work performance. Furthermore, work-life balance in the dimensions of work, intellectual, family, and financial aspects had a statistically significant positive influence on work performance. In contrast, time-related work-life balance had a statistically significant negative influence on work performance. These findings reflect that the management of work-life balance in each dimension should take into account their differing influences in order to appropriately enhance the work performance of public sector personnel.

Keywords: Work-Life Balance, Work Efficiency, Administrative Civil Servants in the Office of the Attorney General Region 5

บทนำ

ในยุคปัจจุบัน ระบบราชการไทยกำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน ทั้งด้านนโยบาย เทคโนโลยี และรูปแบบการทำงานของบุคลากรยุคใหม่ ส่งผลให้ข้าราชการจำนวนมากให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตและความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเพิ่มมากขึ้น มิได้มุ่งเน้นเพียงความมั่นคงในตำแหน่งหน้าที่เท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับเวลาพักผ่อน สุขภาวะทางกายและจิตใจ รวมถึงความพึงพอใจในการดำเนินชีวิต อย่างไรก็ตาม เมื่อบุคลากรต้องเผชิญกับภาระงานที่มากเกินไป ความกดดันจากการปฏิบัติงาน หรือข้อจำกัดของระบบงาน อาจก่อให้เกิดความเครียดสะสมและนำไปสู่ภาวะหมดไฟในการทำงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งคุณภาพชีวิตและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในระยะยาว (Jantakun & Chotpittayanon, 2023)

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนได้ตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการ และได้ดำเนินการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรภาครัฐ โดยพบว่าปัจจัยสำคัญประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ มิติด้านการทำงาน มิติด้านส่วนตัว มิติด้านสังคม และมิติด้านเศรษฐกิจ ซึ่งล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานของข้าราชการ (The Office of the Civil Service Commission, 2007)

ในบริบทของสำนักงานอัยการสูงสุด ซึ่งเป็นองค์กรสำคัญในกระบวนการยุติธรรมของประเทศไทย มีบทบาทในการดำเนินคดี การให้คำปรึกษาทางกฎหมายแก่หน่วยงานของรัฐ และการคุ้มครองสิทธิของประชาชน การดำเนินการดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรทั้งในสายวิชาชีพอัยการและสายสนับสนุน โดยเฉพาะข้าราชการธุรการที่ทำหน้าที่สนับสนุนการบริหารงานทั่วไป การจัดการเอกสาร และการประสานงานภายในองค์กร อย่างไรก็ตาม The Office of the Attorney General (2023) รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 โดยระบุว่า ข้าราชการธุรการในสังกัดมีจำนวนทั้งสิ้น 5,936 คน แบ่งเป็นเพศหญิง 4,420 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 และเพศชาย 1,516 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ทั้งนี้ จากข้อมูลยังพบว่า มีบุคลากรที่ยื่นเรื่องประกอบการโอนย้ายในปีเดียวกันถึง 1,224 ราย โดยเป็นข้าราชการธุรการถึง 1,197 ราย คิดเป็น ร้อยละ 20.17 ของข้าราชการธุรการทั้งหมด ซึ่งอาจสะท้อนถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภาระงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน หรือความไม่สมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของบุคลากร

เมื่อพิจารณาในระดับพื้นที่ สำนักงานอัยการภาค 5 มีพื้นที่รับผิดชอบครอบคลุมหลายจังหวัดในภาคเหนือตอนบน ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน พะเยา และแม่ฮ่องสอน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์กว้างขวาง และมีความหลากหลายทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลให้มีปริมาณคดีและการกิจทางกฎหมายที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ทั้งคดีอาญา คดีแพ่ง และการให้คำปรึกษาทางกฎหมายแก่หน่วยงานของรัฐ

นอกจากนี้ จากข้อมูลรายงานประจำปีของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบว่าบุคลากรในสายสนับสนุน โดยเฉพาะข้าราชการธุรการ มีบทบาทสำคัญในการจัดการเอกสารคดี การประสานงาน และการสนับสนุนกระบวนการยุติธรรม ซึ่งมีลักษณะงานที่ต้องอาศัยความถูกต้องแม่นยำสูง และต้องดำเนินงานภายใต้กรอบระยะเวลาที่จำกัด ประกอบกับข้อจำกัดด้านอัตราค่าจ้างและทรัพยากร ทำให้บุคลากรต้องรับผิดชอบงานที่หลากหลายและมีความต่อเนื่องสูง ลักษณะดังกล่าวส่งผลให้การปฏิบัติงานอยู่ภายใต้ความกดดัน ทั้งด้านปริมาณงาน ความซับซ้อนของงาน และความคาดหวังจากกระบวนการยุติธรรม ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเครียด ความเหนื่อยล้าและความไม่สมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ส่งผลให้การจัดสรรเวลาให้กับชีวิตส่วนตัวและครอบครัวทำได้ยากยิ่งขึ้น แม้ว่าจะมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานในหน่วยงานภาครัฐทั่วไป แต่ยังพบว่าการศึกษาในหน่วยงานกระบวนการยุติธรรม โดยเฉพาะสำนักงานอัยการ ซึ่งมีลักษณะงานเฉพาะด้านกฎหมาย มีความกดดันสูง และมีข้อจำกัดเชิงโครงสร้างขององค์กรยังมีอยู่อย่างจำกัด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่เกี่ยวข้องในบริบทเฉพาะของหน่วยงานกระบวนการยุติธรรม และนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคล รวมถึงปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานให้เหมาะสม อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5
2. เพื่อศึกษาระดับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานและระดับประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5
3. เพื่อวิเคราะห์ผลของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) คือลักษณะเฉพาะของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ทั้งในด้านการดำเนินชีวิต การตัดสินใจ และการตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ในสังคม โดยปัจจัยดังกล่าวสะท้อนถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถกำหนดรูปแบบการรับรู้ ความต้องการ และทัศนคติของบุคคลได้แตกต่างกัน (Kotler & Keller, 2016)

แนวคิดเกี่ยวกับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน

Merrill and Merrill (2003) กล่าวว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้านหลัก ได้แก่

1. ด้านการทำงาน (Work) คือ การทำงานอย่างมีจุดมุ่งหมายและความหมาย โดยไม่ละเลยบทบาทอื่นในชีวิต บุคคลควรรู้จักจัดสรรเวลาและพลังงานให้กับงานอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและไม่ก่อให้เกิดความเครียดหรือส่งผลกระทบต่อชีวิตส่วนตัว
2. ด้านครอบครัว (Family) เป็นการให้ความสำคัญกับบทบาทในครอบครัว เช่น การดูแลคู่สมรส บุตร หรือสมาชิกในครอบครัวอื่น ๆ โดยการใช้เวลาและพลังงานในการสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น เกื้อกูล และมีความสุข ซึ่งเป็นฐานสำคัญของคุณภาพชีวิตโดยรวม
3. ด้านเวลา (Time) การจัดการเวลาอย่างมีประสิทธิภาพถือเป็นหัวใจสำคัญของความสมดุล บุคคลต้องสามารถแบ่งเวลาอย่างเหมาะสมระหว่างภารกิจต่าง ๆ ในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นงาน ครอบครัวยุ หรือการดูแลตนเอง เพื่อไม่ให้บทบาทใดบทบาทหนึ่งมากเกินไปจนรบกวนส่วนอื่น ๆ
4. ด้านการเงิน (Money) คือการวางแผนและบริหารจัดการด้านการเงินอย่างมีระบบ ช่วยลดความกังวลและสร้างความมั่นคงในชีวิต การใช้จ่ายอย่างมีสติและสอดคล้องกับคุณค่าที่ตนเองยึดถือ ช่วยให้บุคคลมีอิสรภาพในการดำเนินชีวิตและไม่เป็นภาระในระยะยาว
5. ด้านสติปัญญา (Intellectual) คือการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น การอ่านหนังสือ การเรียนรู้ทักษะใหม่ การไตร่ตรองตนเอง หรือการเปิดรับมุมมองใหม่ ๆ ซึ่งช่วยให้บุคคลมีวิจารณญาณที่ดี และสามารถตัดสินใจได้อย่างรอบคอบทั้งในชีวิตส่วนตัวและการทำงาน

Greenhaus and Beutell (1985) อธิบายว่า ความขัดแย้งระหว่างงานกับครอบครัว (Work-Family Conflict) เป็นลักษณะของความไม่สอดคล้องกันของบทบาทที่บุคคลต้องเผชิญในชีวิตการทำงานและชีวิตครอบครัว ซึ่งไม่สามารถดำเนินควบคู่กันได้อย่างเหมาะสม โดยเมื่อบุคคลให้ความสำคัญหรือทุ่มเทต่อบทบาทหนึ่งมากเกินไป อาจส่งผลให้ไม่สามารถปฏิบัติอีกบทบาทหนึ่งได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ทั้งนี้สามารถจำแนกความขัดแย้งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ความขัดแย้งด้านเวลา (Time-Based Conflict) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลต้องใช้เวลาไปกับบทบาทหนึ่งมากเกินไปจนไม่สามารถจัดสรรเวลาให้กับอีกบทบาทหนึ่งได้อย่างเพียงพอ เช่น การทำงานล่วงเวลา การทำงานเป็นกะ หรือการมีตารางเวลาที่ขาดความยืดหยุ่น ส่งผลให้มีข้อจำกัดในการทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว ในทางกลับกัน หากบุคคลใช้เวลาไปกับครอบครัวมากเกินไปก็อาจส่งผลให้ไม่สามารถทุ่มเทเวลาให้กับงานได้อย่างเต็มที่ ดังนั้น ความต้องการด้านเวลาจากทั้งสองบทบาทจึงก่อให้เกิดแรงกดดันและนำไปสู่ความขัดแย้ง เนื่องจากไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ในแต่ละบทบาทได้อย่างสมบูรณ์

2. ความขัดแย้งด้านความตึงเครียด (Strain-Based Conflict) เป็นความขัดแย้งที่เกิดจากแรงกดดันหรือความเครียดจากบทบาทหนึ่ง ส่งผลกระทบต่อบทบาทหนึ่ง โดยอาจแสดงออกผ่านความรู้สึกเครียด วิตกกังวล อ่อนล้า หรืออารมณ์ไม่มั่นคง ทั้งบทบาทด้านงานและครอบครัวสามารถเป็นแหล่งที่มาของความเครียดได้ ตัวอย่างเช่น ความไม่ชัดเจนของบทบาท ความขัดแย้งในบทบาท หรือสภาพแวดล้อมในการทำงานที่กดดัน ปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลให้เกิดอารมณ์เชิงลบจากการทำงาน และถ่ายทอดไปสู่ชีวิตส่วนตัว (Negative Emotional Spillover)

3. ความขัดแย้งด้านพฤติกรรม (Behavior-Based Conflict) เกิดจากความแตกต่างของพฤติกรรมที่เหมาะสมในแต่ละบทบาท กล่าวคือ พฤติกรรมที่ถูกคาดหวังในบทบาทหนึ่ง อาจไม่สอดคล้องกับอีกบทบาทหนึ่ง เช่น ในบทบาทการทำงาน ผู้บริหารอาจต้องมีความเด็ดขาด มั่นใจ และควบคุมอารมณ์ได้ดี ขณะที่บทบาทในครอบครัวต้องการความอ่อนโยน การเอาใจใส่ และการแสดงออกทางอารมณ์ หากบุคคลไม่สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละบทบาทได้อาจนำไปสู่ความขัดแย้งด้านพฤติกรรม

Walton (1973) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of Work Life: QWL) ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-Life Balance: WLB) โดยแนวคิดดังกล่าวมิได้ให้นิยามความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานโดยตรง แต่มุ่งเน้นให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีความปลอดภัย เปิดโอกาสให้บุคลากรได้ใช้และพัฒนาศักยภาพของตนเอง ตลอดจนยึดหลักความเป็นธรรมในการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งช่วยลดแรงกดดันจากการทำงานและป้องกันความเครียดสะสม ทั้งนี้ Walton ได้เสนอองค์ประกอบของคุณภาพชีวิตในการทำงานไว้ 8 ประการ ได้แก่ ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและดีต่อสุขภาพ การพัฒนาความรู้ความสามารถของ ความมั่นคงและโอกาสในการเติบโตในสายอาชีพ การส่งเสริมบูรณาการทางสังคมในองค์กร การดำเนินงานตามหลักนิติธรรมและกระบวนการยุติธรรม ความสมดุลของชีวิตส่วนตัว (Work-Life Balance) และความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน

Peterson and Plowman (1953) ได้เสนอว่า ประสิทธิภาพในการทำงาน (Work Efficiency) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายขององค์กร โดยมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และมีผลสัมฤทธิ์สูงสุด ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านคุณภาพของงาน หมายถึง ระดับความถูกต้อง ความครบถ้วน และความแม่นยำของผลงานที่เกิดจากการปฏิบัติงาน ซึ่งต้องสอดคล้องกับมาตรฐานที่องค์กรกำหนด และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ด้านปริมาณงาน เป็นการประเมินจำนวนผลผลิตหรือภารกิจที่สามารถดำเนินการได้ภายในช่วงเวลาที่กำหนด โดยสะท้อนถึงความสามารถในการทำงานได้มากขึ้นโดยยังรักษาระดับคุณภาพของผลงานไว้
3. ด้านระยะเวลา หมายถึง ความสามารถในการจัดการและควบคุมกระบวนการทำงานให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลาโดยไม่เกิดความล่าช้า ทั้งนี้ยังสะท้อนถึงทักษะด้านการวางแผน การบริหารเวลา และความชำนาญในการปฏิบัติงาน
4. ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน หมายถึง การบริหารและใช้ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมและคุ้มค่า ไม่ว่าจะเป็นงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ หรือกำลังคน โดยมุ่งให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้ต้นทุนที่เหมาะสม

สมมติฐานของการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีส่วนหนึ่งที่สนับสนุนการกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

H1: ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5

จากแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) อธิบายว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ และสถานภาพ เป็นลักษณะเฉพาะที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ความคิด และการตัดสินใจของบุคคล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลในด้านการงานและการดำเนินชีวิต โดยบุคคลที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันย่อมมีแรงจูงใจ ทักษะ และความสามารถในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกันด้วย เช่นเดียวกับการศึกษา Taweethai (2021) และ Huabsawan and Gluntapura (2024) ที่พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลบางประการมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานย่อย ดังนี้

- H1.1: ข้าราชการธุรการเพศชายและเพศหญิงมีระดับประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- H1.2: ข้าราชการธุรการที่มีอายุต่างกันมีระดับประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- H1.3: ข้าราชการธุรการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- H1.4: ข้าราชการธุรการที่ดำรงตำแหน่งงานต่างกันมีระดับประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- H1.5: ข้าราชการธุรการที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีระดับประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- H1.6: ข้าราชการธุรการที่มีสถานภาพต่างกันมีระดับประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- H2: ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานทั้งในด้านการทำงาน ครอบครัว เวลา การเงิน และสติปัญญา มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5

ด้านการทำงาน

ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ด้านการทำงาน เป็นการจัดสรรภาระงานให้เหมาะสม ไม่มากหรือน้อยเกินไป ซึ่งช่วยลดความเครียดและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดย Merrill and Merrill (2003) อธิบายว่า การทำงานอย่างมีความสมดุลช่วยให้บุคคลสามารถใช้ศักยภาพได้อย่างเต็มที่ ขณะที่ Peterson and Plowman (1953) อธิบายว่า ประสิทธิภาพในการทำงานขึ้นอยู่กับความสามารถในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Somsila et al. (2025) ที่พบว่า ความสมดุลในการทำงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้น ความสมดุลด้านการทำงานจึงมีแนวโน้มส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานย่อย ดังนี้

H2.1: ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ด้านการทำงาน มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

ด้านครอบครัว

ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ด้านครอบครัวช่วยสร้างความมั่นคงทางจิตใจและแรงสนับสนุนทางสังคม ซึ่งส่งผลต่อความพร้อมในการทำงาน โดย Merrill and Merrill (2003) ชี้ว่าครอบครัวเป็นฐานสำคัญของคุณภาพชีวิต ขณะที่ Greenhaus and Beutell (1985) อธิบายว่า หากเกิดความขัดแย้งระหว่างงานกับครอบครัว จะส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Somsila et al. (2025) ที่พบว่าความสมดุลระหว่างงานและครอบครัวมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้น ความสมดุลด้านครอบครัวจึงมีแนวโน้มส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานย่อย ดังนี้

H2.2: ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ด้านครอบครัว มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

ด้านเวลา

ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ด้านเวลาเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการบทบาทต่าง ๆ ในชีวิต โดย Merrill and Merrill (2003) ระบุว่าการบริหารเวลาอย่างเหมาะสมช่วยลดความตึงเครียดและเพิ่มประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม Greenhaus and Beutell (1985) อธิบายว่า หากเกิดความขัดแย้งด้านเวลา จะส่งผลให้ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ และทำให้ประสิทธิภาพลดลง สอดคล้องกับแนวคิดของ Peterson and Plowman (1953) ที่เน้นความสำคัญของเวลาในการทำงาน ดังนั้น ความสมดุลด้านเวลาจึงมีแนวโน้มส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานย่อย ดังนี้

H2.3: ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ด้านเวลา มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

ด้านการเงิน

ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ด้านการเงินช่วยลดความกังวลและสร้างความมั่นคงในชีวิต ส่งผลให้บุคคลสามารถมุ่งเน้นการทำงานได้มากขึ้น โดย Merrill and Merrill (2003) ชี้ว่าการบริหารการเงินที่ดีช่วยให้ความมั่นคง ขณะที่ Walton (1973) ระบุว่าค่าตอบแทนที่เหมาะสมเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพชีวิตในการทำงาน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Somsila et al. (2025) ที่พบว่าปัจจัยด้านการเงินมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้น ความสมดุลด้านการเงินจึงมีแนวโน้มส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานย่อย ดังนี้

H2.4: ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ด้านการเงิน มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

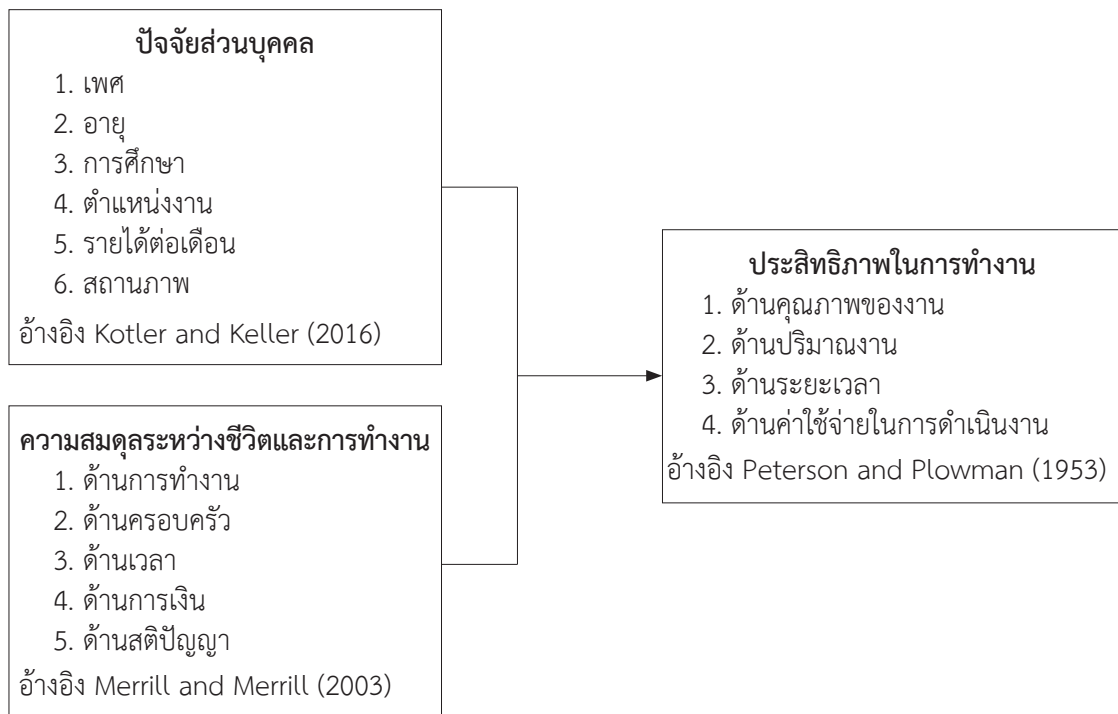
ด้านสติปัญญา

ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ด้านสติปัญญาเป็นการพัฒนาความรู้และทักษะอย่างต่อเนื่องซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพในการทำงาน Merrill and Merrill (2003) ระบุว่าการพัฒนาตนเองเป็นองค์ประกอบสำคัญของชีวิตที่สมดุล ขณะที่ Peterson and Plowman (1953) เชื่อว่าประสิทธิภาพในการทำงานขึ้นอยู่กับความสามารถและทักษะของบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Somsila et al. (2025) จึงมีแนวโน้มส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานย่อย ดังนี้

H2.5: ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ด้านสติปัญญา มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานกับประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ดังแสดงในภาพที่ 1



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา คือ ข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ทั้งหมด 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน พะเยา เชียงราย และแม่ฮ่องสอน รวม 46 สำนักงาน รวมประชากรทั้งหมดจำนวน 484 คน โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งจากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 219 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 250 คน

ภายหลังจากกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คนแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามว่า ต้องเป็นข้าราชการธุรการที่ปฏิบัติงานอยู่ในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 และยินยอมให้ข้อมูลในการวิจัย ทั้งนี้รายละเอียดการกระจายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเก็บแบบสอบถามจำนวน 250 คน

กลุ่มจังหวัด	จำนวนประชากร (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
เชียงใหม่	205	42.36	106
เชียงราย	70	14.46	36
ลำพูน	25	5.17	13
ลำปาง	38	7.85	20
แพร่	30	6.20	15
น่าน	34	7.02	18
พะเยา	39	8.06	20
แม่ฮ่องสอน	43	8.88	22
รวม	484	100.00	250

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ประสานงานกับผู้อำนวยการสำนักอำนวยการในแต่ละจังหวัด เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเผยแพร่แบบสอบถามไปยังกลุ่มข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Forms และส่งลิงก์ผ่านแอปพลิเคชัน Line การเก็บข้อมูลดำเนินการจนกว่าจะได้จำนวนแบบสอบถามครบตามขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดในแต่ละจังหวัด รวมจำนวนทั้งสิ้น 250 คน โดยหากจังหวัดใดมีผู้ตอบแบบสอบถามไม่ครบตามจำนวนที่กำหนด ผู้วิจัยได้ติดตามและขอความร่วมมือเพิ่มเติม เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ตามที่กำหนด

เครื่องมือวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในรูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ Google Forms ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ (Check list) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการทำงาน ด้านครอบครัว ด้านเวลา ด้านการเงิน และด้านสติปัญญา เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านระยะเวลา และด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ และส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ หรือประเด็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน รวมถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

การแปลค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วง ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	กำหนดให้อยู่ในระดับ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.20	กำหนดให้อยู่ในระดับ	เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย	2.61 - 3.40	กำหนดให้อยู่ในระดับ	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 - 2.60	กำหนดให้อยู่ในระดับ	ไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.80	กำหนดให้อยู่ในระดับ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นอาจารย์ระดับอุดมศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ระเบียบวิธีวิจัย และสถิติการวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความชัดเจนของเนื้อหา ภาษา และรูปแบบของข้อคำถาม จากนั้นผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป จึงถือว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ได้ (Pasunon, 2014; Taweethai, 2021) ผลการตรวจสอบพบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.50–1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และมีความเหมาะสมสำหรับนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ก่อนนำไปใช้จริง เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยกำหนดเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 2 แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน

ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านการทำงาน	0.783
ด้านครอบครัว	0.926
ด้านเวลา	0.932
ด้านการเงิน	0.938
ด้านสติปัญญา	0.909
ภาพรวมความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน	0.941

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ดังแสดงในตารางที่ 2 พบว่า แบบสอบถามด้านความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.941 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 3 แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของประสิทธิภาพในการทำงาน

ประสิทธิภาพในการทำงาน	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านคุณภาพของงาน	0.856
ด้านปริมาณงาน	0.768
ด้านระยะเวลา	0.794
ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.940
ภาพรวมความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของประสิทธิภาพในการทำงาน	0.926

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ดังแสดงในตารางที่ 3 พบว่า แบบสอบถามด้านประสิทธิภาพในการทำงานมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.926 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (Hair et al., 2010)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การแจกแจงข้อมูลความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Average, Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความคิดเห็น

2. การวิเคราะห์สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) มีดังนี้ การวิเคราะห์สถิติ Independent Samples t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกันจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานทางสถิติในการตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตและการทำงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ได้แก่

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

เมื่อ	Y	แทน	ตัวแปรตาม
	x1, x2, x3, x4, x5	แทน	ตัวแปรต้น
	$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของสมการ
	ε	แทน	ความคลาดเคลื่อน

โดยที่ Y = ประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการ ในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5

X_1 = ด้านการทำงาน, X_2 = ด้านครอบครัว, X_3 = ด้านเวลา, X_4 = ด้านการเงิน, X_5 = ด้านสติปัญญา

สามารถแทนค่าได้ดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{ด้านการทำงาน} + \beta_2 \text{ด้านครอบครัว} + \beta_3 \text{ด้านเวลา} + \beta_4 \text{ด้านการเงิน} + \beta_5 \text{ด้านสติปัญญา} + \varepsilon$$

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ผลการวิจัยมีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ตำแหน่ง นักจัดการงานทั่วไป รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 25,000 บาท มีสถานภาพโสด

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตและการทำงาน

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตและการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 แสดงผลดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน

(n=250 คน)

ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน	M	SD	ระดับ
1. ด้านการทำงาน	4.38	0.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ด้านครอบครัว	4.32	0.79	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ด้านเวลา	4.28	0.81	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ด้านการเงิน	4.15	0.74	เห็นด้วย
5. ด้านสติปัญญา	4.32	0.76	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.29	0.76	

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ($M = 4.29, SD = 0.76$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการทำงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.38, SD = 0.71$) รองลงมา ได้แก่ ด้านสติปัญญา ($M = 4.32, SD = 0.76$) และด้านครอบครัว ($M = 4.32, SD = 0.79$) ด้านเวลา ($M = 4.28, SD = 0.81$) และด้านการเงิน ($M = 4.15, SD = 0.74$) ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการทำงาน

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 แสดงผลดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับประสิทธิภาพในการทำงาน

(n=250 คน)

ประสิทธิภาพในการทำงาน	M	SD	ระดับ
1. ด้านคุณภาพงาน	4.82	0.57	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ด้านปริมาณงาน	4.35	0.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ด้านเวลา	4.49	0.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ด้านค่าใช้จ่าย	4.51	0.62	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.54	0.61	

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ($M = 4.54, SD = 0.61$)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 แสดงผลดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5

ประสิทธิภาพในการทำงาน			
ปัจจัยส่วนบุคคล	T/F	p-value	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. เพศ	-0.783	0.434	ไม่แตกต่าง
2. อายุ	0.933	0.425	ไม่แตกต่าง
3. ระดับการศึกษา	2.298	0.103	ไม่แตกต่าง
4. ตำแหน่งงาน	1.924	0.057	ไม่แตกต่าง
5. รายได้ต่อเดือน	2.433	0.048*	แตกต่าง
6. สถานภาพ	1.179	0.309	ไม่แตกต่าง

หมายเหตุ: ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และสถานภาพ มีค่า p-value มากกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวได้ว่า ข้าราชการธุรการที่มีความแตกต่างกันในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และสถานภาพ มีระดับประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน มีค่า p-value เท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวได้ว่า ข้าราชการธุรการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน

ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานเฉพาะปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน และปฏิเสธสมมติฐานในปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่น

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและค่า VIF ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระโดยพิจารณาค่า Variance Inflation Factor (VIF) และค่า Tolerance เพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์กันสูงระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ก่อนนำตัวแปรเข้าสู่การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แสดงผลดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและค่า VIF

ตัวแปรอิสระ : ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน	Tolerance	VIF
ด้านการทำงาน	0.486	2.058
ด้านครอบครัว	0.374	2.674
ด้านเวลา	0.374	2.677
ด้านการเงิน	0.666	1.502
ด้านสติปัญญา	0.600	1.667

หมายเหตุ: เกณฑ์ยอมรับ VIF < 10 และ Tolerance > 0.10 (Hair et al., 2010)

จากตารางที่ 7 แสดงผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง 1.502 ถึง 2.677 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 และค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.374 ถึง 0.666 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านการทำงาน ด้านครอบครัว ด้านเวลา ด้านการเงิน และด้านสติปัญญา ไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันสูง (Multicollinearity) และมีความเหมาะสมในการนำไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ต่อไป

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานทั้งในด้านการงาน ครอบครัว เวลา การเงิน และสติปัญญา มีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5

ตารางที่ 8 แสดงความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5

ตัวแปรต้น : ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B)	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β)	ค่า t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	1.361	-	8.518	0.000
ด้านการงาน	0.304	0.380	6.689	0.000*
ด้านครอบครัว	0.124	0.177	2.740	0.007*
ด้านเวลา	-0.086	-0.136	-2.101	0.037*
ด้านการเงิน	0.101	0.142	2.921	0.004*
ด้านสติปัญญา	0.273	0.382	7.471	0.000*

R = 0.786, R² = 0.618, Adjusted R² = 0.610, F = 78.990, Sig. = 0.000

หมายเหตุ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 8 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุ (R) = 0.786 แสดงให้เห็นว่าความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานในระดับค่อนข้างสูง และมีค่า R² = 0.618 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ด้านสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพในการทำงานได้ ร้อยละ 61.80

นอกจากนี้ ค่า Adjusted R² = 0.610 แสดงให้เห็นว่า เมื่อปรับค่าความคลาดเคลื่อนแล้ว โมเดลยังคงมีความสามารถในการอธิบายประสิทธิภาพในการทำงานได้ในระดับใกล้เคียงกัน สะท้อนถึงความเหมาะสมของแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยรวม พบว่า ค่า F = 78.990 และค่า p-value น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการทำงาน ด้านครอบครัว ด้านเวลา ด้านการเงิน และด้านสติปัญญา สามารถร่วมกันอธิบายประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละด้าน พบว่า ด้านสติปัญญา (β = 0.382) และด้านการงาน (β = 0.380) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด แสดงว่า เมื่อความสมดุลในด้านดังกล่าวเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้นตามไปด้วย และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับสูง เมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น โดยที่ตัวแปรอื่นถูกควบคุมให้คงที่

สำหรับด้านครอบครัว (β = 0.177) และด้านการเงิน (β = 0.142) พบว่ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ เมื่อความสมดุลในทั้งสองด้านเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้นเช่นกัน อย่างไรก็ตาม อิทธิพลของทั้งสองด้านอยู่ในระดับรองลงมาเมื่อเปรียบเทียบกับด้านสติปัญญาและด้านการงาน

ในขณะที่ด้านเวลา (β = -0.136) พบว่ามีอิทธิพลเชิงลบต่อประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า เมื่อความสมดุลด้านเวลาเพิ่มขึ้น อาจส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ทั้งนี้ อาจเกิดจากการที่บุคคลให้ความสำคัญกับเวลาในชีวิตส่วนตัวมากเกินไป หรือมีการใช้เวลาในช่วงเวลางานไปดำเนินกิจกรรมส่วนตัว ส่งผลให้มีเวลาในการปฏิบัติงานลดลง ขาดความต่อเนื่อง และกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม

ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการทำงาน ด้านครอบครัว ด้านเวลา ด้านการเงิน และด้านสติปัญญา มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นว่าความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และสถานภาพ ไม่ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน ในขณะที่รายได้ต่อเดือนส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

เพศ ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ไม่แตกต่างกันระหว่างเพศชายและเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า เพศไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากลักษณะงานและบทบาทหน้าที่ของข้าราชการธุรการมีความชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ส่งผลให้การปฏิบัติงานเป็นไปในแนวทางที่ไม่แตกต่างกันตามเพศ นอกจากนี้ องค์การอาจมีระบบการคัดเลือก การพัฒนา และการประเมินผล การปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นความสามารถและผลงานเป็นสำคัญ มากกว่าปัจจัยด้านเพศ ส่งผลให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งเพศชายและเพศหญิง

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Taweethai (2021) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรโรงเรียนที่จัดการศึกษาขั้นพื้นฐานเทศบาลนครนครปฐม ซึ่งพบว่า บุคลากรที่มีเพศแตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจสะท้อนให้เห็นว่า การปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานด้านการศึกษามุ่งเน้นมาตรฐานการปฏิบัติงานและความสามารถของบุคลากรเป็นสำคัญ ส่งผลให้บุคลากรทั้งเพศชายและเพศหญิงสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพใกล้เคียงกัน

อายุ ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ไม่แตกต่างกันตามช่วงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า อายุไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากข้าราชการธุรการในแต่ละช่วงวัยสามารถปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้มาตรฐานการทำงานและระบบการบริหารงานที่ชัดเจนของหน่วยงาน นอกจากนี้ บุคลากรในช่วงวัยที่แตกต่างกันอาจมีจุดเด่นที่ต่างกัน เช่น ผู้ที่มีอายุมากอาจมีประสบการณ์และความชำนาญในการปฏิบัติงาน ขณะที่บุคลากรที่มีอายุน้อยอาจมีความคล่องตัว และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ดี ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งช่วงวัย อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Huabsawan and Gluntapura (2024) ที่ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานการประปานครหลวง (สำนักงานประปา 18 สาขา) ซึ่งพบว่า พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจสะท้อนให้เห็นว่าบุคลากรในแต่ละช่วงวัยต่างมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่สามารถสนับสนุนการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพได้แตกต่างกัน ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

ระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ไม่แตกต่างกันตามระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษาไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากลักษณะงานธุรการมีแนวทาง ขั้นตอน และมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้ตามกรอบเดียวกัน นอกจากนี้ บุคลากรสามารถพัฒนาทักษะจากประสบการณ์ในการทำงานควบคู่กับความรู้ทางวิชาการ ส่งผลให้แม้จะมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ก็ยังสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับใกล้เคียงกัน อีกทั้ง องค์การอาจมีระบบการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในหน่วยงาน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน ทำให้ระดับการศึกษาไม่ใช่ปัจจัยหลักที่กำหนดประสิทธิภาพในการทำงาน

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Taweethai (2021) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรโรงเรียนที่จัดการศึกษาขั้นพื้นฐานเทศบาลนครนครปฐม ซึ่งพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ อาจสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของประสบการณ์และการพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานมากกว่าระดับการศึกษาเพียงอย่างเดียว

ตำแหน่งงาน จากผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ไม่แตกต่างกันตามตำแหน่งงาน แสดงให้เห็นว่า แม้ข้าราชการธุรการจะดำรงตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน แต่ลักษณะงานหน้าที่ความรับผิดชอบ และกระบวนการปฏิบัติงานมีความคล้ายคลึงกัน ส่งผลให้ระดับประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการปฏิบัติงานของข้าราชการธุรการอยู่ภายใต้ระเบียบ ขั้นตอน และมาตรฐานการทำงานที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้ปฏิบัติงานในแต่ละตำแหน่งสามารถดำเนินงานได้ตามกรอบเดียวกัน นอกจากนี้ องค์การอาจมีระบบการกำกับดูแล การประเมินผล และการควบคุมคุณภาพงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งไม่แตกต่างกัน อีกทั้ง โครงสร้างการทำงานของหน่วยงานอาจมีลักษณะการทำงานแบบบูรณาการหรือการทำงานเป็นทีม ซึ่งบุคลากรในแต่ละตำแหน่งต้องประสานงานและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ส่งผลให้ผลลัพธ์ของงานขึ้นอยู่กับความร่วมมือของทีมงานมากกว่าตำแหน่งงานของบุคคล นอกจากนี้ ความก้าวหน้าทางสายงานอาจไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อรูปแบบการปฏิบัติงานในเชิงภารกิจหลัก ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานยังคงอยู่ในระดับใกล้เคียงกันในทุกตำแหน่ง

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Taweethai (2021) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรโรงเรียนที่จัดการศึกษาขั้นพื้นฐานเทศบาลนครนครปฐม ซึ่งพบว่า ประเภทตำแหน่งงานที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ อาจสะท้อนให้เห็นว่าลักษณะงานและระบบการบริหารจัดการภายในหน่วยงานมีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน ส่งผลให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้ตามกรอบหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ขึ้นอยู่กับตำแหน่งงานที่ดำรงอยู่

สถานภาพ ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ไม่แตกต่างกันตามสถานภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า สถานภาพไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งนี้ อาจสะท้อนให้เห็นว่าข้าราชการธุรการสามารถบริหารจัดการบทบาทหน้าที่ทั้งในชีวิตส่วนตัวและการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม ภายใต้กรอบระเบียบ ขั้นตอน และมาตรฐานการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงาน ไม่แตกต่างกันตามสถานภาพ

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Huabsawan and Gluntapura (2024) ที่ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานการประปานครหลวง (สำนักงานประปา 18 สาขา) ซึ่งพบว่า พนักงานที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากไม่ว่าบุคลากรจะมีสถานภาพใด ต่างก็ต้องปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และมาตรฐานที่องค์กรกำหนด จึงส่งผลให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมมีความใกล้เคียงกัน

รายได้ต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 แตกต่างกันตามระดับรายได้ แสดงให้เห็นว่า รายได้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากระดับรายได้และค่าตอบแทนที่ได้รับมีความเชื่อมโยงกับแรงจูงใจ ความพึงพอใจในการทำงาน และระดับความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน โดยผู้ที่มียาได้เหมาะสมหรือสอดคล้องกับภาระงาน ย่อมมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น ส่งผลให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

นอกจากนี้ รายได้ยังอาจสะท้อนถึงประสบการณ์และความรับผิดชอบ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความเชี่ยวชาญและความสามารถในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้บุคลากรที่มีรายได้สูงกว่ามีแนวโน้มที่จะมีประสิทธิภาพในการทำงานสูงกว่า อีกทั้ง ผลการศึกษาดังกล่าวยังสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดคุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of Working Life: QWL) ของ Walton (1973) ซึ่งให้ความสำคัญกับค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรมในฐานะปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ แรงจูงใจ และประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Huabsawan and Gluntapura(2024) ที่ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานการประปานครหลวง (สำนักงานประปา 18 สาขา) ซึ่งพบว่า พนักงานที่มีรายได้แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากรายได้และค่าตอบแทนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจ ความพึงพอใจในการทำงาน และความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน โดยบุคลากรที่ได้รับค่าตอบแทนเหมาะสมกับภาระงานและความรับผิดชอบ อาจมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น ส่งผลให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติพบว่าหน่วยงานของสำนักงานอัยการบางตำแหน่งงานอาจได้รับค่าตอบแทนหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับรายได้ของบุคลากรมีความแตกต่างกัน แม้จะดำรงตำแหน่งงานในลักษณะใกล้เคียงกัน ซึ่งอาจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้รายได้มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานมากกว่าตำแหน่งงาน

ดังนั้น ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาทักษะ ความรู้ และศักยภาพของบุคลากร รวมถึงการจัดระบบค่าตอบแทนและแรงจูงใจที่เหมาะสม

ความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตและการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตและการทำงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถอภิปรายผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตและการทำงานด้านการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการภาระงาน ความชัดเจนของบทบาทหน้าที่ และความสามารถในการปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สนับสนุนประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากลักษณะงานของข้าราชการธุรการที่ต้องอาศัยความถูกต้องรอบคอบ และการดำเนินงานตามขั้นตอนอย่างเป็นระบบ การบริหารจัดการงานที่ดีจึงช่วยลดความผิดพลาด เพิ่มความต่อเนื่องในการทำงาน และส่งผลให้ผลลัพธ์ของงานมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การมีขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนยังช่วยให้บุคลากรสามารถวางแผนและจัดลำดับความสำคัญของงานได้อย่างเหมาะสม อีกทั้ง องค์การอาจมีระบบสนับสนุนการทำงาน เช่น การกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน การติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องมือในการทำงาน ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้มีความรวดเร็วและแม่นยำมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้บุคลากรสามารถรักษาระดับประสิทธิภาพในการทำงานได้อย่างสม่ำเสมอ

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Somsila et al. (2025) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ซึ่งพบว่า ความสมดุลด้านการงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการภาระงาน ความชัดเจนของบทบาทหน้าที่ และการบริหารงานอย่างเหมาะสม มีส่วนช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร

ด้านครอบครัว ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตและการทำงานด้านครอบครัวส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า การได้รับการสนับสนุนและความเข้าใจจากครอบครัว รวมถึงความสามารถในการจัดการบทบาทหน้าที่ด้านครอบครัวควบคู่กับการทำงาน มีส่วนช่วยเสริมสร้างสมาธิและความพร้อมในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากเมื่อบุคลากรมีความสัมพันธ์ที่ดีภายในครอบครัว และได้รับกำลังใจหรือการสนับสนุนจากสมาชิกในครอบครัว จะช่วยลดความเครียดและความกังวลในชีวิตส่วนตัว ส่งผลให้สามารถมุ่งเน้นกับการทำงานได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ การบริหารจัดการบทบาทระหว่างครอบครัวและการทำงานได้อย่างเหมาะสม ยังช่วยให้บุคลากรมีความสมดุลทางอารมณ์และมีพลังในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น อีกทั้ง ครอบครัวยังเป็นแหล่งสนับสนุนทางจิตใจที่สำคัญ ซึ่งส่งผลต่อแรงจูงใจและทัศนคติในการทำงาน หากบุคลากรมีความมั่นคงทางด้านครอบครัว ย่อมมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจ มีความรับผิดชอบ และสามารถรักษาระดับประสิทธิภาพในการทำงานได้อย่างต่อเนื่อง

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Somsila et al. (2025) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ซึ่งพบว่า ความสมดุลด้านครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับการได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวและการลดความขัดแย้งระหว่างบทบาท มีส่วนช่วยส่งเสริมความพร้อมและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร

ด้านเวลา ผลการวิจัยพบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานด้านเวลาส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีทิศทางความสัมพันธ์เชิงลบ ($\beta = -0.136$) สะท้อนให้เห็นว่า เมื่อพิจารณาพร้อมกับปัจจัยด้านอื่นแล้ว การรับรู้ความสมดุลด้านเวลาที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับประสิทธิภาพในการทำงาน

ทั้งนี้ อาจสะท้อนบริบทของการปฏิบัติงานในหน่วยงานราชการของสำนักงานอัยการภาค 5 ซึ่งมีภารกิจที่ต้องดำเนินการ ภายใต้กรอบเวลาและข้อกำหนดที่ชัดเจน รวมถึงลักษณะงานที่มีความเร่งด่วนและต่อเนื่อง ทำให้บุคลากรจำเป็นต้องให้ความสำคัญ กับการปฏิบัติงานเป็นหลัก ดังนั้น เมื่อบุคลากรให้ความสำคัญกับการจัดสรรเวลาในชีวิตส่วนตัวมากเกินไป หรือมีการใช้เวลา ในช่วงเวลาว่างไปกับกิจกรรมส่วนบุคคล อาจส่งผลให้เวลาในการปฏิบัติงานลดลง ขาดความต่อเนื่อง และส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม

นอกจากนี้ สะท้อนให้เห็นว่า “ความสมดุลด้านเวลา” ในบริบทของหน่วยงานในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 5 อาจไม่ได้หมายถึงการแบ่งเวลาอย่างเท่าเทียมระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงานเสมอไป แต่เป็นการบริหารจัดการเวลา ให้สอดคล้องกับลักษณะงานและความรับผิดชอบในแต่ละช่วงเวลา หากการจัดสรรเวลาไม่เหมาะสม อาจส่งผลให้ประสิทธิภาพ ในการทำงานลดลงได้ อีกทั้ง ความสัมพันธ์เชิงลบที่พบยังสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดความขัดแย้งระหว่างบทบาท (Role Conflict) โดยเฉพาะความขัดแย้งด้านเวลา (Time-Based Conflict) ของ Greenhaus and Beutell (1985) ซึ่งระบุว่า เมื่อบุคคลต้องใช้เวลาไปกับบทบาทหนึ่งมากเกินไป จนทำให้ไม่สามารถจัดสรรเวลาให้กับอีกบทบาทหนึ่งได้อย่างเพียงพอ อาจส่งผลให้ไม่สามารถทุ่มเทเวลาให้กับงานได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ ความต้องการด้านเวลาจากทั้งสองบทบาทจึงก่อให้เกิดแรงกดดัน และนำไปสู่ความขัดแย้ง เนื่องจากไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ในแต่ละบทบาทได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้น เวลาเป็นทรัพยากรที่มีจำกัด เมื่อบุคคลจัดสรรเวลาให้กับบทบาทหนึ่งมากเกินไป ย่อมส่งผลกระทบต่ออีกบทบาทหนึ่ง และอาจทำให้ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ อย่างเต็มประสิทธิภาพได้

ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ในกรอบเดียวกับข้อค้นพบของ Somsila et al. (2025) ที่ศึกษาความสมดุลระหว่างชีวิต และการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยในครั้งนี้ แสดงให้เห็นความแตกต่างในเชิงทิศทางของมิติด้านเวลา ซึ่งอาจเกิดจากความแตกต่างด้านบริบทของหน่วยงาน ลักษณะงาน และรูปแบบการใช้เวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากร

ด้านการเงิน ผลการวิจัยพบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานด้านการเงินส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นว่า ความมั่นคงทางรายได้และการบริหารจัดการทางการเงินที่เหมาะสมมีส่วนสนับสนุน แรงจูงใจและความตั้งใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งเชื่อมโยงกับระดับประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากเมื่อบุคลากร มีความมั่นคงทางการเงิน จะช่วยลดความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ทำให้สามารถมุ่งมั่นและทุ่มเทกับการปฏิบัติงาน ได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ การมีรายได้ที่เหมาะสมกับภาระงานและความรับผิดชอบยังช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจในการทำงาน และความรู้อยู่มีคุณค่าในตนเอง ซึ่งส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการพัฒนาผลงานอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง ในบริบทของหน่วยงานภาครัฐ ระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นคงและความผูกพันต่อองค์กร หากบุคลากรรับรู้ว่าตนได้รับ ผลตอบแทนอย่างเป็นธรรมและเหมาะสม ย่อมส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการปฏิบัติงานและสามารถรักษาระดับประสิทธิภาพ ในการทำงานได้อย่างสม่ำเสมอ

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Somsila et al. (2025) ที่ศึกษาความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ซึ่งพบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยสามารถสะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยที่ช่วยลดความกังวลในชีวิตส่วนตัว และเสริมสร้างความมั่นคงในการดำเนินชีวิต อาจมีส่วนสนับสนุนแรงจูงใจและประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร

ด้านสติปัญญา ผลการวิจัยพบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานด้านสติปัญญาส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า การเปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ การนำความรู้และทักษะมาใช้ ในการปฏิบัติงาน รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่อง มีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับประสิทธิภาพ ในการทำงาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากลักษณะงานของข้าราชการธุรการที่ต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจในระเบียบ กฎหมาย และขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง การมีความรู้และทักษะที่ทันสมัยจึงช่วยให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องยังช่วยให้บุคลากรสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง

ของระบบงานหรือเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งองค์กรอาจมีการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรผ่านการฝึกอบรม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในหน่วยงาน ซึ่งช่วยเพิ่มพูนทักษะและประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้บุคลากรสามารถยกระดับคุณภาพงานและรักษาประสิทธิภาพในการทำงานได้อย่างต่อเนื่อง

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Somsila et al. (2025) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตและการทำงาน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ซึ่งพบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะการส่งเสริมการเรียนรู้ การพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะของบุคลากร ซึ่งมีผลช่วยสนับสนุนประสิทธิภาพในการทำงานและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของระบบงาน ได้อย่างเหมาะสม

โดยสรุป ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานในด้านการทำงาน ด้านครอบครัว ด้านเวลา ด้านการเงิน และด้านสติปัญญา ล้วนมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการธุรการในสังกัดสำนักงาน อัยการภาค 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นว่า การบริหารจัดการชีวิตและการทำงานอย่างเหมาะสมในหลายมิติ มีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานภายใต้บริบทของการทำงานในระบบราชการ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานควรกำหนดนโยบายด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการให้มีความเหมาะสม เป็นธรรม และสอดคล้องกับภาระงานและความรับผิดชอบ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่ารายได้มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ
2. ควรกำหนดนโยบายส่งเสริมความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานในระดับองค์กร โดยครอบคลุมมิติด้านการทำงาน ครอบครัว เวลา การเงิน และการพัฒนาศักยภาพ เพื่อสนับสนุนประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรอย่างเป็นระบบ
3. ควรกำหนดนโยบายด้านการบริหารอัตรากำลังและการกระจายภาระงานให้เหมาะสมกับปริมาณงาน โดยเฉพาะในหน่วยงานที่มีภารกิจต่อเนื่องและความกดดันสูง เพื่อป้องกันปัญหาความเครียดและความไม่สมดุลในการทำงาน
4. ควรกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่อง เช่น การฝึกอบรม การพัฒนาทักษะ และการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงานและรองรับความซับซ้อนของงานในหน่วยงานกระบวนการยุติธรรม

ข้อเสนอแนะเชิงบริหาร

1. ผู้บริหารควรบริหารจัดการภาระงานและกำหนดขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจน เพื่อลดความซ้ำซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยด้านความสมดุลในการทำงาน
2. ควรส่งเสริมระบบการบริหารเวลาในองค์กร เช่น การกำหนดกรอบเวลาการทำงานที่ชัดเจน การติดตามความก้าวหน้าของงาน และการลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและความต่อเนื่องของงาน
3. ควรส่งเสริมบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และความสัมพันธ์ในองค์กร เพื่อสนับสนุนมิติด้านครอบครัวและลดความเครียดจากการทำงาน
4. ควรจัดระบบแรงจูงใจในการทำงาน เช่น การให้รางวัลตามผลการปฏิบัติงาน หรือการยกย่องเชิงสัญลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและแรงจูงใจของบุคลากร
5. ควรสนับสนุนการให้ความรู้ด้านการวางแผนการเงิน และการบริหารจัดการรายได้ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินของบุคลากร ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับประสิทธิภาพในการทำงาน
6. ควรส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง ผ่านการอบรม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในองค์กร เพื่อยกระดับศักยภาพในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะเชิงบุคคล

1. ข้าราชการธุรการควรพัฒนาทักษะการบริหารเวลาและการจัดลำดับความสำคัญของงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดปัญหาความขัดแย้งด้านเวลา
2. ควรสร้างสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานในมิติต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านการทำงานและครอบครัว เพื่อเสริมสร้างความพร้อมทั้งด้านร่างกายและจิตใจในการปฏิบัติงาน

3. ควรพัฒนาความรู้ ทักษะ และความสามารถอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
4. ควรวางแผนและบริหารจัดการการเงินส่วนบุคคลอย่างเหมาะสม เพื่อลดความกังวลและเพิ่มสมาธิในการทำงาน
5. ควรดูแลสุขภาพกายและจิตใจของตนเอง รวมถึงการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยในลักษณะเปรียบเทียบระหว่างสำนักงานอัยการในภาคอื่น เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของบริบทองค์กรที่อาจส่งผลต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานและประสิทธิภาพในการทำงาน
2. ควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์และมุมมองของข้าราชการอัยการในประเด็นความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน
3. ควรศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติม เช่น ความผูกพันต่อองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน หรือภาวะหมดไฟในการทำงาน เพื่อขยายกรอบการวิเคราะห์ให้ครอบคลุมมิติด้านพฤติกรรมองค์กรมากยิ่งขึ้น
4. ควรศึกษาการเปลี่ยนแปลงของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานในระยะยาว เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานในช่วงเวลาต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

- Greenhaus, J. H., & Beutell, N. J. (1985). Sources of conflict between work and family roles. *Academy of Management Review*, 10(1), 76–88.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Huabsawan, R., & Gluntapura, O. (2024). Quality of work life affecting work efficiency of employee, the Metropolitan Water Works Authority (18 Branches). *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 10(2), 347–360.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu/article/view/281242/184924> [in Thai]
- Jantakun, R., & Chotpittayanon, N. (2023). Burnout syndrome among personnel working for the Agricultural Land Reform Office. *Journal of Wisdom the Political Science and Multi-Disciplinary Sciences*, 6(3), 195–211. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/WPSMS/article/view/266474/175068> [in Thai]
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Merrill, A. R., & Merrill, R. R. (2003). *Life matters: Creating a dynamic balance of work, family, time, & money*. McGraw-Hill.
- Pasunon, P. (2014). Sample Size Determination from Krejcie and Morgan (1970) approach in quantitative research. *The Journal of Faculty of Applied Arts*, 2, 112-20.
- Peterson, E., & Plowman, E. G. (1953). *Business organization and management* (3rd ed.). Irwin.
- Somsila, K., Onlamai, W., & Pollasan, T. (2025). Organizational citizenship behavior and job performance of flight attendant: role of work-life balance. *Journal of Liberal Arts and Management Science, Kasetsart University*, 12(1), 19–38.
<https://so14.tci-thaijo.org/index.php/jlams/article/view/1094/1011> [in Thai]
- Taweethai, T. (2021). Factors affecting personnel performance of Nakhon Pathom municipality schools providing basic education. *Governance Journal*, 10(2), 73–87.
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/gjournal-ksu/article/view/248485/170133> [in Thai]

- The Office of the Attorney General. (2023). *Annual report of human resource management division, Office of the Attorney General, fiscal year 2023*. <https://heyzine.com/flip-book/bafa389930.html> [in Thai]
- The Office of the Civil Service Commission. (2007). Quality of work life of Thai civil servants. *Journal of Civil Service*, 52(5), 4-10. <https://www.ocsc.go.th/wp-content/uploads/2023/12/วารสารข้าราชการ-ปีที่-52-ฉบับที่-5-พ.ศ.-2550.pdf> [in Thai]
- Walton, R. E. (1973). Quality of working life: What is it? *Sloan Management Review*, 15(1), 11-21.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.

Developing a Resilient Supply Chain Risk Management Program: A Case Study of an Automotive Parts Manufacturer in Thailand

Sikharin Chueamueangphan^{1*} and Piyawan Puttibarncharoensri²

^{1,2}Martin de Tours School of Management and Economics,
Assumption University, Bangkok District, Bangkok, 10240, Thailand

* Corresponding author's E-mail: g6729577@au.edu

Received: 22 February 2026 / Received in revised form: 2 June 2026 / Accepted: 18 June 2026

Abstract

This research aims to investigate potential risks within the supply chain of Flexigen Korat, a newly established manufacturing facility under the Flexigen Group. The plant operates under a Just-in-Time (JIT) system, making it particularly vulnerable to disruptions in the supply chain. The objectives of this study are to identify potential risks that may disrupt operations, assess their impacts, and propose risk mitigation strategies to enhance supply chain resilience. The study employs qualitative interviews and risk assessment techniques, drawing upon historical disruption records from other manufacturing facilities within the same region. The findings reveal a total of 24 potential risk factors, which were evaluated using ABC analysis and categorized into three priority levels: high-risk (A-RISK), medium-risk (B-RISK), and low-risk (C-RISK). This analysis provides a comprehensive overview of the risk structure that may affect Flexigen Korat and serves as a foundation for developing risk mitigation strategies aligned with the likelihood and severity of each risk. These strategies are intended to strengthen the resilience of the supply chain and improve its ability to withstand and recover from disruptions. measures highlight that systematic risk identification and assessment, combined with the implementation of appropriate mitigation measures, can significantly enhance the overall effectiveness of risk management. Furthermore, it recommends future research on the outcomes of implementing risk management strategies in practice, as well as the continuous monitoring, review, and updating of risk assessments to ensure the long-term continuity of organizational operations.

Keywords: Supply Chain Risk Management, Supply Chain Resilience, Automotive Industry, Just-in-Time Manufacturing, Risk Mitigation

การพัฒนาโปรแกรมการบริหารความเสี่ยงในโซ่อุปทานให้มีความสามารถในการฟื้นตัว: กรณีศึกษาจากผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

ศิรินทร์ เชื้อเมืองพาน^{1*} และ ปิยวรรณ พุทธิบาลเจริญศรี²

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240 ประเทศไทย

*ผู้นิพนธ์หลัก อีเมล g6729577@au.edu

วันที่รับบทความ: 22 กุมภาพันธ์ 2569 วันที่แก้ไขบทความ: 2 มิถุนายน 2569 วันที่ตอบรับบทความ: 18 มิถุนายน 2569

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในโซ่อุปทานของโรงงานเพ็กซีกัน สาขาโคราช ซึ่งเป็นโรงงานผลิตแห่งใหม่ในเครือเพ็กซีกันกรุ๊ป ดำเนินงานภายใต้ระบบทันเวลาพอดี (Just-in-Time) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดการหยุดชะงักต่อการดำเนินงาน ประเมินผลกระทบ และเสนอแนวทางบรรเทาความเสี่ยงและสร้างความสามารถในการฟื้นตัวให้กับโซ่อุปทาน การศึกษานี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพและการประเมินความเสี่ยง โดยอ้างอิงจากประวัติการหยุดชะงักที่เคยเกิดขึ้นในโรงงานผลิตอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน ผลการศึกษาพบความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจำนวน 24 รายการ ซึ่งประเมินด้วยการวิเคราะห์แบบ ABC และจัดลำดับความสำคัญออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ความเสี่ยงระดับสูง (A-RISK) ความเสี่ยงระดับกลาง (B-RISK) และความเสี่ยงระดับต่ำ (C-RISK) การวิเคราะห์ดังกล่าวช่วยให้เห็นภาพรวมของโครงสร้างความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับเพ็กซีกัน โคราช อย่างชัดเจน และนำไปสู่การออกแบบกลยุทธ์การบรรเทาความเสี่ยงที่สอดคล้องกับความเป็นไปและความรุนแรงของความเสี่ยง เพื่อสร้างความสามารถในการฟื้นตัวของโซ่อุปทาน การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการระบุและประเมินความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการนำมาตราการบรรเทาความเสี่ยงที่เหมาะสมมาใช้ สามารถช่วยยกระดับประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยงโดยรวมได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ยังแนะนำให้มีการศึกษาต่อเนื่องเกี่ยวกับผลลัพธ์จากการนำกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงไปใช้จริง รวมถึงการติดตาม ตรวจสอบ และปรับปรุงการประเมินความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อคงไว้ซึ่งความต่อเนื่องในการดำเนินงานขององค์กร

คำสำคัญ: การบริหารความเสี่ยงในโซ่อุปทาน ความสามารถในการฟื้นตัวของโซ่อุปทาน อุตสาหกรรมรถยนต์ การผลิตแบบทันเวลา การบรรเทาความเสี่ยง

Introduction

The automotive industry is a highly integrated sector contributing about 3% of global GDP, and Thailand has evolved into a major manufacturing and export hub over the past decade. Thailand's automotive production relies on complex domestic and international supply networks, increasing exposure to supply chain risks. Therefore, Supply Chain Risk Management (SCRM) is essential to reduce disruption impacts, with this study focusing on identifying and evaluating risks faced by auto-part suppliers and developing strategies to enhance supply chain resilience. This research is a case study of Flexigen Korat, a family-owned company that provides on-demand hot-cutting services for monofilament yarn tubes used in wire harness protection systems, supplying a specific OEM located in the same province. The plant operates three hot cutting machines with 12 staffs working two shifts from Monday to Friday. With these resources, Flexigen Korat can produce up to 400,000 pieces per month, operating at 75% of its total production capacity. As a newly established manufacturing plant, Flexigen Korat faces key challenges such as an inexperienced workforce, newly introduced cutting machines, and dependence on overseas raw materials, all of which increase operational vulnerability and require close supervision. To ensure operational consistency and improve profitability, the company must identify potential supply chain risks and determine appropriate response techniques, guided by the research questions: "What are the potential supply chain risks in Flexigen Korat?" and "How can Flexigen Korat develop strategies to enhance supply chain resilience?"

To create supply chain resilience of Flexigen Korat, the objectives of this study are as follows:

1. To identify potential supply chain risks that Flexigen Korat may encounter across its operations.
2. To assess the likelihood and impact of the identified supply chain risks affecting Flexigen Korat's performance.
3. To propose appropriate resilience strategies to mitigate such risks.

Literature Review

Supply chain risks can significantly affect organizational performance because disruptions within interconnected supply chain networks may generate widespread operational and financial consequences. Cases involving Ericsson, Toyota, Boeing, Cisco, and Pfizer demonstrate the substantial impact of ineffective risk management. Consequently, supply chain risk management (SCRM) has become increasingly important as a proactive approach for identifying, assessing, mitigating, and monitoring supply chain risks to enhance organizational resilience and long-term competitiveness (Ghadir et al., 2026).

This study applies the Supply Chain Risk Management (SCRM) process to identify risks in Flexigen Korat's just-in-time operations, aiming to improve efficiency and ensure uninterrupted production and delivery.

Risk management involves using strategies and continuous risk assessment to reduce vulnerabilities and improve supply chain resilience. Since supply chains involve many interconnected members, disruptions at one point can affect the entire chain. Longer and more complex supply chains often face higher risks, although building resilient supply chains can be costly. Therefore, many studies emphasize the importance of strong supply chain risk management to reduce negative impacts on performance (Gurtu & Johny, 2021).

Supply Chain Risk Management (SCRM) is a systematic approach used to identify, assess, mitigate, monitor, and control risks across supply chains in order to minimize disruptions and improve organizational performance. Scholars emphasize that SCRM helps organizations address supply chain vulnerabilities and uncertainties proactively, ensuring operational continuity and reducing negative impacts on business

operations (Nonye & Aruwa, 2026). An effective SCRM system enhances organizational resilience, protects overall performance, and ensures business continuity. Accordingly, strengthening supply chain risk management procedures is essential for managing operational uncertainties, improving disruption response capability, and enhancing organizational resilience in increasingly volatile business environments (Belhadi et al., 2021; Queiroz et al., 2022).

According to Sharifi and Naimzad (2026), **The SCRM process** enhances supply chain resilience by identifying and reducing vulnerabilities. Key stages of SCRM commonly include risk identification, assessment, mitigation, control, monitoring, and continuous improvement. These interconnected processes help organizations proactively manage disruptions, improve risk management practices through experience, and strengthen long-term operational resilience.

Figure 1 presents the conceptual framework of the five-step supply chain risk management process adopted in this study.

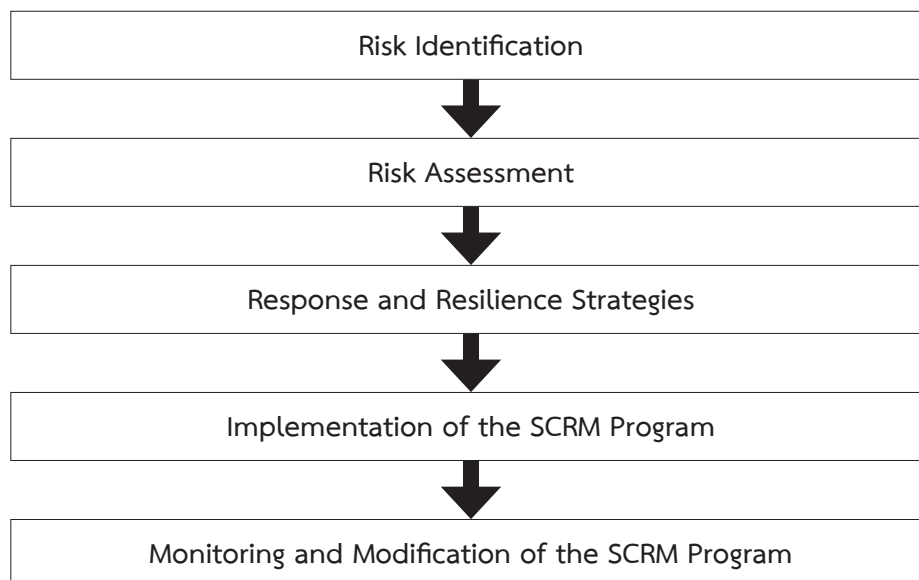


Figure 1: Conceptual Framework of the Study

Step 1: Risk Identification. According to Shahsavari et al. (2024), risk identification involves detecting potential disruptive events before their impact on operations occurs. Effective risk identification enables organizations to develop appropriate mitigation strategies and manage vulnerabilities proactively. Although existing studies use quantitative and qualitative methods to identify potential risk events, they often overlook the contributing factors leading to those risks, limiting the ability to predict and prevent disruptions effectively.

Step 2: Risk Assessment. According to Gurtu and Johny (2021), Risk assessment is part of supply chain risk management used to evaluate vulnerabilities and potential impacts affecting supply chain operations. While Shahsavari et al. (2024) stated that “Risk assessment evaluates the probability of occurrence and the severity of consequences associated with identified risks”. Risk assessment plays a crucial role in supporting informed decision-making in risk management.

Risk Categorized Method

To initiate an effective supply chain risk management and resilience program, the proper risk categorization and prioritization are the primary keys. In this study, ABC analysis is employed to classify risks according to their level of significance, allowing organizations to prioritize and apply appropriate management strategies (Waters, 2011). Risks are categorized into three groups: A risks, which are highly critical and require immediate action; B risks, which are of moderate severity and warrant regular attention; and C risks, which have low impact and may be considered negligible. Risk scoring in this study is based on the calculation.

Additionally, **risk maps** serve as visual tools for categorizing risks by illustrating their relative severity and likelihood (Jia et al., 2022). By plotting risks within a matrix framework, organizations can more effectively identify and prioritize critical risks that require immediate attention. According to Lengyel et al. (2023), risk maps are widely applied in risk matrix methodologies to classify and prioritize risks based on likelihood and impact levels. In process security assessment, these visual tools support risk screening and decision-making processes while enhancing organizational responsiveness and improving decision-making effectiveness under uncertain operational conditions.

Step 3: Response and Resilience Strategies. Common supply chain risk response techniques include avoidance, retention, transfer, and loss control, along with practices such as reducing high-risk sourcing, adopting multi-sourcing, implementing contract-based risk transfer, or accepting low-impact risks (Monczka et al., 2026). According to Sahab and Oulfarsi (2026), supply chain resilience refers to the ability of supply chains to withstand, recover from, and adapt to disruptions, while supply chain robustness focuses on maintaining performance during disruptions. Events such as the COVID-19 pandemic highlighted the importance of implementing effective supply chain risk management (strategies to reduce disruption impacts and strengthen supply chain performance).

Step 4: Implementation of the Supply Chain Risk Management Program should be implemented after appropriate risk response and resilience strategies are selected. Effective implementation of supply chain risk management should follow the selection of appropriate risk response and resilience strategies. Successful implementation requires continuous monitoring, clear protocols for risk detection and response, stakeholder involvement, and well-defined roles and responsibilities to ensure timely and effective responses to supply chain disruptions. Additionally, responsive mitigation strategies and integration into daily operations are essential for strengthening supply chain resilience ((Monczka et al., 2026; Gurtu & Johny, 2021).

Step 5: Monitoring and Modification of the Supply Chain Risk Management Program are essential processes in supply chain risk management programs, enabling organizations to continuously evaluate vulnerabilities, reassess operational risks, and improve mitigation effectiveness. Continuous monitoring supports early disruption detection and operational responsiveness, while modification processes allow organizations to adapt mitigation strategies according to changing supply chain conditions and emerging uncertainties (Gurtu & Johny, 2021; Fritz & Cordova, 2023).

Although Sahab and Oulfarsi (2026) stated that, “Previous research supports this perspective, identifying SCRM practices as vital for preparing for risks, responding to, and recovering from unforeseen disruptions. Moreover, scholars have examined how supply chain partners utilize dynamic capabilities to adapt to market changes and disruptions, often mobilizing cross-organizational processes to do so”, the limited research addresses their application in newly established, small-scale manufacturing plants operating under Just-in-Time systems, particularly in emerging economies such as Thailand.

In addition, there is a lack of empirical studies that integrate risk identification, assessment, and tailored mitigation strategies within a single operational context. This gap is particularly critical in Just-in-Time environments, where reduced buffer capacity and higher supplier dependency increase vulnerability.

As emphasized by Yu et al. (2024), organizations in emerging economies are increasingly balancing JIT practices with resilience-oriented strategies, including inventory buffering and enhanced supply chain coordination. To address these gaps, this study adopted an in-depth case study approach of automotive parts manufacturer in Thailand. It provides a systematic and context-specific analysis of supply chain risks, highlighting how plant-level characteristics such as resource constraints, workforce maturity and reliance on overseas suppliers’ shape risk exposure and resilience strategies.

Research Methodology

Research Design

This study used qualitative technique through open-ended interviews to understand the internal and external risks affecting Flexigen’s international manufacturing sites. The researcher gathered in-depth insights from supply chain managers who directly handle the manufacturing operations under different environmental and operational conditions. Real situations and practical experiences were explored. This design allowed the researcher to obtain a broader perspective on managing supply chain risks.

Sampling and Informants

A qualitative research design was employed using purposive sampling to select three experienced supply chain mangers who represent 60% of the total supply chain managers overseeing Flexigen’s manufacturing operation in Asia region. Given the case study approach, the objective is to provide in-depth context-specific insights rather than statistical generalization. Each informant responsible for operations in distinct manufacturing environments related to Flexigen Korat operational contexts. Each informant is responsible for a separate manufacturing site, located in the Philippines and India. The selection ensured the participants provide a comprehensive and context-rich representation of the organization’s supply chain risk exposure. Data collected reflected diverse experiences from different operational environments. The names of the interviewees are included to acknowledge their professional contributions to the research show in Table 1.

Table 1 Interviewees’ Profile and Interview Details

No.	Respondents And Seniority	Position	Type of Interview	Date
1.	Mira (20 years)	Supply Chain Manager, Flexigen Cebu, Philippines	Online Interview	April 3 – 9, 2025
2.	Kervin (10 years)	Supply Chain Manager, Flexigen Cavite, Philippines	Online Interview	April 8, 2025
3.	Darvin (6 years)	Supply Chain Manager, Flexigen Chennai, India	Online interview	April 8 – 9, 2025

Data Collection Procedure

As shown in Table 1, the interviews were carried out from April 3 to April 9, 2025. Each session was conducted online to accommodate the distance between the interviewer and the interviewees. Open-ended questions were used to allow participants to freely share their experiences and opinions about supply chain risks and operations. To ensure that important details were captured for analysis, the researcher recorded each session with the participants' consent.

Example of open-ended questions

- 1) What is the supply chain risks you have been encountered so far and what are the source of risks?
- 2) Have you ever had supply chain risks that arise from quality issues? Can you share with me the source of risk and how you respond to this issue?
- 3) In case of Just-in-Time delivery, what are supply chain risks you've ever encountered and how did you respond to it?
- 4) How could the risk impact your function or what would be the damage to your organization?

Data Analysis Techniques

The collected data were analyzed using reflexive thematic analysis following Braun and Clarke (2021). Interview transcripts were repeatedly reviewed to identify recurring patterns, operational issues, and resilience-related themes. These themes were then systematically categorized to capture key aspects of supply chain risks, mitigation strategies, and organizational responses. This approach enabled the researcher to develop meaningful insights from participants' experiences and operational practices.

Trustworthiness

To ensure the quality and trustworthiness of the research findings, member checking and audit trail techniques were employed throughout the study (Nowell et al., 2017). Member checking was conducted after the interviews to validate the data and reduce potential researcher bias by confirming that participants' perspectives were accurately interpreted. In addition, an audit trail consisting of interview transcripts, coding notes, and theme development records was maintained to enhance transparency, dependability, and consistency in the thematic analysis process. These procedures strengthened the credibility and rigor of the qualitative findings.

Identification of Supply Chain Risks

Based on qualitative interview findings and operational constraint analyses conducted at manufacturing facilities in Cebu, Cavite, and Chennai, a total of 24 potential supply chain risks were identified. These risks represent the key vulnerabilities and operational challenges that may impact Flexigen Korat branch.

Evaluation of Supply Chain Risks

Risk evaluation involves assessing both the likelihood of a risk occurring (probability) and the severity of its potential impact (consequence) for each identified supply chain risk, adopting a structured qualitative approach by integrating expert judgement, interview insights, and operational evidence derived from Flexigen Korat including frequency of supply disruptions, transportation variability, production interruptions, delivery performance. Adopting structured scales for probability and consequence enables categorize uncertainties into clear levels, making risk assessment, prioritization, and decision-making more systematic and effective.

Probability and consequence scores were derived using structured expert judgment. Three supply chain managers evaluated each risk's likelihood and impact based on their operational experience across supply, production, and delivery, considering factors such as occurrence frequency, past disruptions, and operational variability. The researcher incorporated empirical observations from Flexigen Korat's operations, including supply disruptions, lead time variability, production interruptions, and delivery performance, to assess supply chain risks based on predefined probability and operational impact criteria adapted from recent supply chain risk management frameworks (Fan & Stevenson, 2018; Gurtu & Johny, 2021).

To enhance reliability of the assessment, triangulation was applied by comparing inputs from 1) interview inputs from three informants, 2) operational insights from the researcher's direct involvement and observations of Flexigen Korat's supply chain activities, and 3) predefined probability and consequence scales as evaluation criteria. Discrepancies were resolved through a consensus-based approach. The researcher reviewed differing assessments, considered the majority opinion then aligning final ratings with the most representative operational scenario supported by empirical evidence.

Adapted from Christopher and Peck (2004), a 5x5 risk matrix was used to evaluate the risks, with scores ranging from 1 to 25. Both probability and consequence were rated on a five-point scale (1-5). The overall Risk Score was calculated using the following formula:

$$\text{Risk Score} = \text{Probability} \times \text{Consequence}$$

A probability score of 1 (Very Low) indicates that a risk event is very unlikely to occur under normal operating conditions. A score of 2 (Low) suggests that the event is unlikely to occur but remains possible. A score of 3 (Medium) represents a moderate likelihood, indicating that the event has approximately an even chance of occurring. A score of 4 (High) indicates that the event is likely to occur and should therefore receive greater attention from risk managers. Finally, a score of 5 (Very High) signifies that the risk event is highly likely to occur and may require immediate monitoring and mitigation measures.

A consequence score of 1 (Negligible) represents an insignificant impact with little or no effect on the functioning of the supply chain. A score of 2 (Minor) indicates limited disruptions, delays, or additional costs affecting certain parts of the supply chain, while most operational functions continue normally. A score of 3 (Medium) reflects moderate disruptions that affect some supply chain activities; however, the main functions remain capable of meeting operational requirements. A score of 4 (Serious) represents major disruptions to essential supply chain operations, resulting in significant delays and high recovery costs. The highest score, 5 (Catastrophic), indicates complete and potentially irrecoverable failure of the supply chain or organization, which may lead to operational shutdowns and substantial reputational damage.

This approach ensures that the resulting risk scores reflect a systematic and context-specific evaluation, combining expert insights with real operational conditions, rather than relying on a single subjective judgment. The calculated scores were classified using ABC analysis to prioritize risk management actions.

The resulting risk scores were then categorized using ABC Analysis (Table 5) to determine priority levels as follows:

A-RISK: Score 15-25 (high risk, immediate action required)

B-RISK: Score 8-14 (medium risk, regular monitoring required)

C-RISK: Score <8 (low risk, minimal concern)

Table 2 Probability-Consequence Matrix

Probability	Consequence				
	Negligible	Minor	Medium	Serious	Catastrophic
Very High (5)	5	10	15	20	25
High (4)	4	8	12	16	20
Medium (3)	3	6	9	12	15
Low (2)	2	4	6	8	10
Very Low (1)	1	2	3	4	5

Source: Adapted from Waters (2011)

Table 6 presents the evaluated risks based on a qualitative assessment using probability and consequence scores derived from interview inputs and operational observations at Flexigen Korat. This approach integrates expert judgment with empirical operational evidence, ensuring that the risk evaluation reflects both practical experience and real-world conditions to strengthen prioritization. Scores were reviewed and adjusted as needed, and final risk scores calculated as the product of probability and consequence were categorized using ABC analysis to indicate priority levels.

Table 3 Evaluation of Identified Risks

No.	Type of Risk	Probability	Consequence	Risk Score	Degree of risk
1	Supply Risk	High	Catastrophic	25	A
2	Demand Risk	High	Serious	20	A
3	Capacity Risk	High	Catastrophic	20	A
4	Machine Risk	High	Catastrophic	20	A
5	Production Risk	High	Catastrophic	20	A
6	Customs Risk	High	Serious	16	A
7	Operational Risk	High	Medium	12	B
8	Human Resource Risk	Medium	Medium	6	B
9	Inventory Risk	High	Medium	12	B
10	Transport Risk	Medium	Medium	9	B
11	Security Risk	Low	Serious	4	B
12	Natural Risk	High	Medium	8	B
13	Management Risk	Medium	Medium	6	B
14	Internal Policy Risk	Medium	Medium	9	B
15	Policy Risk	Medium	Medium	12	B
16	Facility Risk	Low	Serious	4	B
17	Strategic Risk	Medium	Medium	12	B

Table 3 Evaluation of Identified Risks (Cont.)

No.	Type of Risk	Probability	Consequence	Risk Score	Degree of risk
18	Competitive Risk	Medium	Medium	9	B
19	Financial Risk	Medium	Minor	4	B
20	Tools Risk	Low	Minor	2	C
21	Packaging Risk	Medium	Minor	6	C
22	Product Risk	Medium	Minor	2	C
23	Safety Risk	Low	Minor	2	C
24	Environmental Risk	Low	Minor	1	C

Risk Map

Figure 2 illustrates the risk map that classifies risks into A-RISK, B-RISK, and C-RISK based on the risk score. A-RISK includes critical production, capacity, supply, demand, customs and machine-related risks requiring immediate action due to their significant impact on Just-in-Time operations. B-RISK covers operational, human resource, inventory, transport, security, natural, management, internal policy, policy, facility, strategic and competitive and financial risk that require monitoring and contingency planning, as they may escalate if unmanaged. C-RISK includes tools, packaging, product, safety, environmental risk which have low impact.

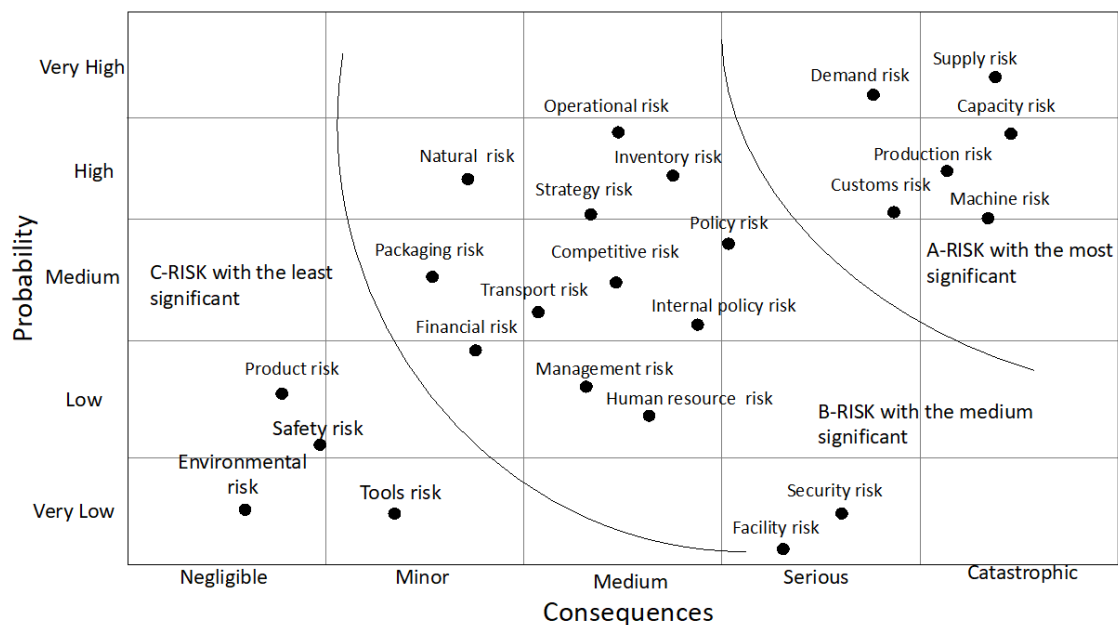


Figure 2 Flexigen Manufacturing Plants' Risk Map

The response and resilience technique presented in Table 7 were developed through a step-by-step risk response mapping process. First, initial ideas were gathered from interview data. These ideas were then improved using operational experience and adjusted to aligned with established supply chain risk management framework. Each response technique was selected based on the specific characteristics of each identified risk, including their probability, impact and operational context ensuring the solutions are both practical and theoretical grounding.

Table 4 Response and Resilience Strategies for Flexigen Korat

No.	Type of Risk	Probability	Consequence	Risk Score	Degree of risk	Response Techniques
1	Supply Risk	High	Catastrophic	25	A	Non-Insurance Transfer: secure purchase contracts with suppliers to ensure raw material quantity and quality. Active Retention: allocate an emergency budget for urgent transport, such as air shipments. Duplication: reduce reliance on single suppliers by adopting multi-sourcing across different regions to mitigate supply shortages.
2	Demand Risk	High	Serious	20	A	Non-Insurance Transfer: establish demand fluctuation agreements with customers to cover additional costs beyond agreed limits and implement demand confirmation policies for sudden demand drops. Collaboration: work closely with customers to identify causes of demand fluctuations and develop appropriate action plans.
3	Capacity Risk	High	Catastrophic	20	A	Active Retention: maintain Kanban or pre-made inventory for high-volume items. Duplication: shift production to intragroup plants with similar capabilities. Collaboration: coordinate closely with customers to anticipate demand increases from new projects. Keep Spare Capacity: expand capacity when new demand is confirmed as firm orders. Standardized Facility: standardize operations to enable flexible production transfers across plants.
4	Machine Risk	High	Catastrophic	20	A	Avoidance: prevent machine overuse to reduce breakdown risk. Active Retention: implement structured preventive maintenance plans and prepare critical spare parts in advance. Collaboration: work with machine suppliers to develop maintenance programs and maintain in-house technical support if needed. Standardized Facility: install standardized spare machines to enable quick replacement and operational continuity.

Table 4 Response and Resilience Strategies for Flexigen Korat (Cont.)

No.	Type of Risk	Probability	Consequence	Risk Score	Degree of risk	Response Techniques
5	Production Risk	High	Catastrophic	20	A	Accept the Risk: absorb additional costs and extend production time through overtime to meet demand and prevent customer line stoppages. Collaboration: communicate the situation clearly and adjust production plans across all stakeholders.
6	Customs Risk	High	Serious	16	A	Accept the Risk: comply fully with Thai Customs tariff codes. Active Retention: allocate additional time for customs clearance procedures. Avoidance: avoid disputes with customs authorities that could disrupt operations. Duplication: prepare tariff code leniency documentation in advance to reduce clearance delays. Collaboration: coordinate with freight forwarders to secure extended demurrage and detention allowances.
7	Operational Risk	High	Medium	12	B	Active Retention: provide Thai-language training and pilot testing to ensure correct use of digital control cards. Contingency Plan: establish shared data access tools to maintain operations during system downtime. Corporate Culture: promote awareness of digital systems to improve efficiency and reduce paper usage. Collaboration: work closely with the IT team to resolve system issues and ensure system stability.
8	Human Resource Risk	Medium	Medium	6	B	Non-Insurance Transfer: outsource workforce support to cover employee absences based on agreed manpower arrangements. Active Retention: provide Thai-language training materials, conduct regular skills training, use KPIs to measure competency, and support team-building activities. Corporate Culture: emphasize employee importance and foster a supportive, open, and problem-solving work environment.

Table 4 Response and Resilience Strategies for Flexigen Korat (Cont.)

No.	Type of Risk	Probability	Consequence	Risk Score	Degree of risk	Response Techniques
9	Inventory Risk	High	Medium	12	B	Adapt to It: adjust Kanban size and inventory levels regularly and ensure pre-made stock can be converted to other products if demand declines. Non-Insurance Transfer: establish agreements assigning customer responsibility for Kanban stock or raw materials in the event of sudden end-of-production decisions. Collaboration: work closely with customers to identify causes of demand reduction and prevent excess or obsolete inventory.
10	Transport Risk	Medium	Medium	9	B	Active Retention: identify alternative transport routes and allocate budgets for urgent modes such as air freight or hand carry. Adapt to It: plan for predictable seasonal risks by increasing buffer stock or transport lead time. Collaboration: maintain regular communication with freight forwarders to monitor transport conditions and routing options.
11	Security Risk	Low	Serious	4	B	Avoidance: avoid opening non-work-related emails and report suspicious messages to the IT team. Collaboration: work with the IT department to filter emails and block access to suspicious websites. Corporate Culture: raise cybersecurity awareness through visible reminders and regular training on the financial impacts of cyberattacks.
12	Natural Risk	High	Medium	8	B	Active Retention: increase buffer stock and extend purchase lead times during the monsoon season. Duplication: source from alternative regions if supplier production is disrupted by natural risks. Insurance: obtain insurance coverage to protect facilities from natural hazard damage. Collaboration: regularly coordinate with suppliers to monitor potential supply disruptions. Agile Supply Chain: temporarily shift demand to manufacturing plants in other regions when supplier flows are impacted.

Table 4 Response and Resilience Strategies for Flexigen Korat (Cont.)

No.	Type of Risk	Probability	Consequence	Risk Score	Degree of risk	Response Techniques
13	Management Risk	Medium	Medium	6	B	Loss Reduction: conduct daily or weekly reviews and promptly adjust manufacturing plans to current conditions. Collaboration: bring stakeholders together to share information and jointly redesign recovery manufacturing plans.
14	Internal Policy Risk	Medium	Medium	9	B	Oppose the Change: respect country-specific tariff code decisions and comply with customs requirements. Passive Retention: accept additional charges when necessary to secure inbound supply. Collaboration: work closely with customs brokers to prepare advance clearance and adapt to regulatory changes.
15	Policy Risk	Medium	Medium	12	B	Active Retention: promptly assess policy impacts on products and components based on the bill of materials and confirm feasibility with customers. Collaboration: coordinate with customs brokers to stay updated on reciprocal tariff policies and source alternative suppliers from non-affected countries. Communication: inform customers of the company's import privileges to minimize perceived tariff impacts.
16	Facility Risk	Low	Serious	4	B	Non-Insurance Transfer: arrange building maintenance with the landlord and ensure building insurance coverage is in place. Active Retention: install and maintain fire alarms, extinguishers, emergency lighting, and evacuation plans. Duplication: strictly follow scheduled maintenance to ensure facility readiness.
17	Strategic Risk	Medium	Medium	12	B	Active Retention: deliver high service quality to meet customer needs and strengthen customer loyalty. Collaboration: work with the sales team to identify new customers and expand cutting services to a broader product range.

Table 4 Response and Resilience Strategies for Flexigen Korat (Cont.)

No.	Type of Risk	Probability	Consequence	Risk Score	Degree of risk	Response Techniques
18	Competitive Risk	Medium	Medium	9	B	Non-Insurance Transfer: establish business contracts specifying minimum purchase quantities and contract duration. Agile Supply Chain: develop flexible supply chains to respond quickly to customer requirements. Collaboration: maintain close communication with customers to monitor their responses to competitor actions.
19	Financial Risk	Medium	Minor	4	B	Contingency Plan: arrange contingency loans from headquarters to address financial shortfalls. Collaboration: revise customer credit terms when late payments affect cash flow. Interchange Parts and Products: optimize excess raw material by reallocating inventory to other plants using the same materials.
20	Tools Risk	Low	Minor	2	C	Active Retention: implement maintenance plans for each tool. Duplication: prepare spare tool sets and engage responsive local tool suppliers for repair or replacement. Avoidance: apply Poka-Yoke principles to clearly identify tool storage areas and ensure proper storage conditions.
21	Packaging Risk	Medium	Minor	6	C	Active Retention: maintain buffer stock of spare packaging to meet demand. Duplication: identify responsive suppliers capable of providing repair services for damaged packaging. Collaboration: work with suppliers to develop upcycling plans for worn-out packaging.
22	Product Risk	Medium	Minor	2	C	Loss Control: improve lighting to reduce defects. Passive Retention: replace defective products promptly to meet customer requirements. Collaboration: conduct root cause analysis and implement preventive actions, particularly during night shifts.

Table 4 Response and Resilience Strategies for Flexigen Korat (Cont.)

No.	Type of Risk	Probability	Consequence	Risk Score	Degree of risk	Response Techniques
23	Safety Risk	Low	Minor	2	C	Loss Control: review and improve operations to address safety issues. Active Retention: ensure first-aid kits are readily available for minor injuries. Insurance: obtain insurance coverage for major injury recovery costs. Collaboration: conduct safety training and install warning signs in critical areas. Policy Enforcement: define and apply penalties for safety rule violations.
24	Environmental Risk	Low	Minor	1	C	Loss Reduction: upcycle defective or obsolete parts before disposal. Active Retention: improve purchasing strategies to minimize the use of air transport. Collaboration: work with product R&D and machine suppliers to use recycled materials and develop low-carbon production methods.

Implementation of the Supply Chain Risk Management Program

To enhance the effectiveness of the Flexigen Korat Risk Management Program, a dedicated risk management team or assigned personnel should coordinate closely with all functions to implement risk and resilience strategies and encourage timely issue reporting. Operational effectiveness can be strengthened through integrated supply processes with customers and suppliers, including aligned forecasting, safety stock agreements, and regular monitoring of demand fluctuations. Transportation efficiency requires systematic recording and analysis of transport risks to refine response strategies. Production efficiency should be improved by controlling capacity utilization, monitoring defect rates, ensuring tool availability, and strengthening operator skills through structured training and KPIs. A safe and clean workplace, supported by safety policies, audits, and pest control, is essential for productivity. Finally, strict adherence to preventive maintenance plans for machines and tools, supported by proper documentation and local repair services, ensures operational readiness and continuity.

Monitoring and Modification of the Supply Chain Risk Management program

After three months of implementation, Flexigen Korat should evaluate the effectiveness of the supply chain risk management program. If the response and resilience techniques are found to be ineffective or inefficient, risks may reoccur, requiring the company to revise existing measures or adopt alternative risk management approaches.

Discussion and Conclusion

Establishing a new manufacturing plant presents significant challenges, particularly when operating under a Just-in-Time system, which inherently increases supply chain vulnerability compared to traditional inventory systems due to lower safety stock levels, higher supplier dependency, demand variability and strict on-time delivery requirements. As a result, even small disruptions at Flexigen Korat can significantly impact the customer operation continuities. The findings indicate that a single response technique is often insufficient due to the interconnection of risks that can amplify their overall impact such as machine risk that has high probability and catastrophic impact, and triggers production risk leading to significant disruptions in operational continuity. Therefore, multiple techniques such avoiding machine overuse, implementing preventive maintenance programs, or ensuring spare part availability to reduce machine-related risks must often be combined.

The study identifies structural vulnerability in Just-in-Time practices, particularly in supply risk as reliance on overseas raw material suppliers introduces transportation uncertainty and lead time variability, with limited Kanban level a small Bullwhip effect caused from demand fluctuation, or port congestion could disrupt the operation continuity. A single customer proximity model creates strategic risk as the asset specified for one customer, increase capital burden, less scalability in the same geography, and may decrease its bargaining power. The finding emphasizes risk management and resilience program is essential for Flexigen Korat as it was designed. Moreover, risks observed during the early operational phase reflects maturity issues. These factors include process instability, workforce learning curve effects, and management planning. Such risks are transitional in nature of a new set up site, and will gradually decrease once system stabilized and organizational learning increase.

In comparison of global Just-in-Time practices vulnerability, as stated by Choi et al. (2023) that supply chain turbulence such as natural disasters, upstream geographic, or long and variable transportation cycles does impact Just-in-Time synchronization. The literature also indicated the misconceptions and misapplications

of the philosophy could lead to management risk. Still, the authors emphasize the need to adapt Just-in-Time through a segmented supply chain design by proposing response techniques include strategic placement of buffers in form of inventory, capacity and capability.

For theoretical implications, the findings of this study are consistent with prior research that highlights the inherent vulnerability of Just-in-Time systems where lean practices and low buffer increase the risk of supply chain disruptions, especially when firms depend on a small number of suppliers. This study supports these ideas by demonstrating how supplier issues, transportation delays, and demand changes can directly affect operations in this particular environment.

In addition, the results confirm that the interconnection of risks observed in this study supports Christopher and Peck (2004) framework that risks are rarely isolated but often transmit across multiple functions such machine related issue triggering production disruptions, which impact directly to delivery performance, reflect a cascading risk structure consistent with existing theoretical frameworks. Unlike many previous researches that focus on mature supply chains, this study extends prior research by providing empirical, plant-level evidence from a newly established manufacturing operation in an emerging economy. The early-stage operation conditions such as workforce inexperience, system instability, and supplier dependency that intensifies supply chain highlighted in this study contribute to the literature by offering a more context specific understanding of how risk manifest and interact in newly developed Just-in-Time environments.

Overall, this study demonstrates that supply chain resilience in newly established manufacturing environments such Flexigen Korat can be significantly strengthened through a systematic integration of risk identification, assessment and context-specific response strategies. These measures support both immediate operational responses and long-term resilience, enabling the company to maintain continuity and adapt effectively to global supply chain challenges. This highlights the importance of developing context-specific SCRM frameworks for emerging manufacturing environments, where operational constraints and supply chain dependencies significantly influence risk exposure.

From the managerial perspective, this study provides several actionable implications for supply chain practitioners, particularly those operating in Just-in-Time environments.

First, managers should adopt a hybrid approach to Just-in-time systems by strategically introducing buffers in form of safety stock, spare capacity, or extended lead times for high risk materials. This is especially critical when sourcing from overseas suppliers, where transportation variability and port congestion can significantly disrupt supply continuity.

Second, organizations should reduce single suppliers' dependency by implementing multi-sourcing strategies across different regions enhancing supply flexibility and mitigate the risk of supply disruption caused by geopolitical, environmental, or operational factors.

Third, managers should establish proactive risk monitoring systems by tracking key operational indicators such as supplier lead time variability, production downtime frequency and demand fluctuation patterns as early warning signal indicators for potential disruptions.

Fourth, companies operating with customer-specific product models should diversify their customer base where possible to reduce strategic risk and improve bargaining power.

Finally, organizations should invest in workforce development and structured training programs to reduce operational risks associated with inexperienced personnel, particularly during the early stages of plant establishment.

These recommendations emphasize that supply chain risk management should not be treated as a reactive function but rather as a proactive and strategic capability embedded within daily operations supporting sustainable operations, competitive advantage, long-term organizational stability, and profitability protection.

Recommendations

As this study proposes risk response and resilience techniques based on insights from supply chain managers of other manufacturing plants and a structured risk identification approach for Flexigen Korat, the empirical validation of proposed strategies hasn't been measured at this state and some lower-severity risks may not have been fully explored. In addition, the applicability of the suggested techniques may vary due to differences in geography, operational conditions, and business practices. Therefore, future research should focus on long-term implementation to evaluate actual effectiveness and provide a more comprehensive understanding of resilience development at Flexigen Korat. Further studies could also compare mitigation strategies across individual entities under similar disruption scenarios and examine emerging digital and cybersecurity risks, which may evolve rapidly and affect the long-term relevance of the findings.

References

- Belhadi, A., Kamble, S., Jabbour, C. J. C., Gunasekaran, A., Ndubisi, N. O., & Venkatesh, M. (2021). Manufacturing and service supply chain resilience to the COVID-19 outbreak: Lessons learned from the automobile and airline industries. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120447. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120447>
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. SAGE.
- Choi, T. Y., Netland, T. H., Sanders, N., Sodhi, M. S., & Wagner, S. M. (2023). Just-in-time for supply chains in turbulent times. *Production and Operations Management*, 32(7), 2331–2340. <https://doi.org/10.1111/poms.13979>
- Christopher, M., & Peck, H. (2004). Building the resilient supply chain. *The International Journal of Logistics Management*, 15(2), 1–14. <https://doi.org/10.1108/09574090410700275>
- Fan, Y., & Stevenson, M. (2018). A review of supply chain risk management: definition, theory, and research agenda. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 48(3), 205–230. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-01-2017-0043>
- Fritz, M. M., & Cordova, M. (2023). Developing managers' mindset to lead more sustainable supply chains. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 7, 100108. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2023.100108>
- Ghadir, A. H., Vandchali, H. R., Fallah, M., & Tirkolaee, E. B. (2026). Evaluating the impacts of COVID-19 outbreak on supply chain risks by modified failure mode and effects analysis: a case study in an automotive company. *Annals of Operations Research*, 360(1), 483–513.
- Gurtu, A., & Johny, J. (2021). Supply chain risk management: Literature review. *Risks*, 9(1), 16. <https://doi.org/10.3390/risks9010016>
- Jia, J. A., Nwaogazie, I. L., & Anyanwu, B. O. (2022). Risk Matrix as a tool for risk analysis in underwater operations in the oil and gas industry. *Journal of Environmental Protection*, 13(11), 856–869. <https://doi.org/10.4236/jep.2022.1311054>
- Lengyel, D. M., Mazzuchi, T. A., & Vesely, W. E. (2023). Establishing risk matrix standard criteria for use in the continuous risk management process. *Journal of Space Safety Engineering*, 10(3), 276–283. <https://doi.org/10.1016/j.jsse.2023.05.001>

- Monczka, R. M., Handfield, R. B., & Giunipero, L. C. (2026). *Purchasing and supply chain management* (7th ed.). Cengage Learning.
- Nonye, D. V., Alexander, E. O., & Aruwa, S. S. A. (2026). Assessing the effect of supply chain risk management strategies on the operational performance of Nigerian National Petroleum Company Limited (NNPC Ltd). *International Journal of Research and Scientific Innovation*, 13(1), 675–690.
<https://doi.org/10.51244/ijrsi.2026.13010058>
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International journal of qualitative methods*, 16(1), 1609406917733847.
<https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Queiroz, M. M., Ivanov, D., Dolgui, A., & Fosso Wamba, S. (2022). Impacts of epidemic outbreaks on supply chains: mapping a research agenda amid the COVID-19 pandemic through a structured literature review. *Annals of operations research*, 319(1), 1159-1196.
- Sahab, S., & Oulfarsi, S. (2026). The Role of Supply Chain Risk Management in Shaping Supply Chain Resilience and Robustness: Empirical Evidence from Moroccan Manufacturing Firms. *Logistics*, 10(2), 39.
<https://doi.org/10.3390/logistics10020039>
- Shahsavari, M., Hussain, O. K., Saberi, M., & Sharma, P. (2024). Event identification for supply chain risk management through news analysis by using large language models. *The Review of Socionetwork Strategies*, 18(2), 255-278.
- Sharifi, M. S., & Naimzad, A. (2026). A Systematic Literature Review on Supply Chain Risk Management. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(1), 235-259.
- Waters, D. (2011). *Supply chain risk management: Vulnerability and resilience in logistics*. Kogan Page.
- Yu, W., Wong, C. Y., Jacobs, M. A., & Chavez, R. (2024). What are the right configurations of just-in-time and just-in-case when supply chain shocks increase? *International Journal of Production Economics*, 276, 109352. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2024.109352>



สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ (Objectives)

- เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา ค้นคว้า และการผลิตผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้านการบัญชี การตลาด การเงินและการธนาคาร การบริหารการปฏิบัติการและเทคโนโลยี การบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ การบริหารการขนส่งพัสดุและโลจิสติกส์ การท่องเที่ยว การโรงแรมและอุตสาหกรรมบริการ การบริหารจัดการทั่วไป การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ เศรษฐศาสตร์ และคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
- เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการในรูปแบบของบทความวิชาการ และบทความวิจัยที่มีคุณภาพด้านการบัญชี การตลาด การเงินและการธนาคาร การบริหารการปฏิบัติการและเทคโนโลยี การบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ การบริหารการขนส่งพัสดุและโลจิสติกส์ การท่องเที่ยว การโรงแรมและอุตสาหกรรมบริการ การบริหารจัดการทั่วไป การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ เศรษฐศาสตร์ และคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
- เพื่อเป็นสื่อกลางในการนำเสนอ แลกเปลี่ยนความรู้เชิงวิชาการของผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ตลอดจนเป็นสื่อกลางในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์อย่างกว้างขวาง

ขอบเขตของวารสารฯ (Scopes)

ขอบเขตของวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทั้งในเชิงมหภาคหรือเชิงจุลภาคในสาขาที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------------|--|
| • การบัญชี | • การตลาด |
| • การเงินและการธนาคาร | • การบริหารการปฏิบัติการและเทคโนโลยี |
| • การบริหารธุรกิจ | • การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร |
| • อสังหาริมทรัพย์ | • การบริหารการขนส่ง พัสดุและโลจิสติกส์ |
| • การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ | • การท่องเที่ยว การโรงแรมและอุตสาหกรรมบริการ |
| • การบริหารจัดการทั่วไป | • เศรษฐศาสตร์ |
| • การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ | • การวิเคราะห์ปัญหาทางสังคมเศรษฐกิจในภาพรวม |
| • คอมพิวเตอร์ธุรกิจ | รวมถึงหลักสำคัญในการบริหารจัดการ |

บทความที่ลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย **ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ** การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ข้อกำหนดของบทความต้นฉบับ (Manuscript Requirements)

ผู้ที่ประสงค์ส่งบทความสามารถส่งบทความที่เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ โดยผู้เขียนบทความทุกคนต้องให้ข้อมูล เกี่ยวกับชื่อและนามสกุลของผู้เขียน หน่วยงานที่สังกัด รวมทั้งข้อมูลที่ติดต่อได้ให้ชัดเจน ในกรณีเป็นบทความที่เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาหลักก่อนนำส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ บทความที่จะส่งไม่ควรมีความยาวเกิน 25 หน้า และบทความควรมีความยาวไม่เกิน 300 คำ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) มีคำสำคัญ (Keywords) ไม่เกิน 5 คำ โดย ทั้งบทความภาษาไทยและบทความภาษาอังกฤษต้องมีบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษด้วยเช่นเดียวกัน ผู้ส่งบทความ ควรตรวจสอบความถูกต้องของการพิมพ์ต้นฉบับ เช่น ตัวสะกด วรรคตอนและความเหมาะสม ความสละสลวยของการใช้ภาษา ผู้ส่งบทความจะต้องเขียนอ้างอิงเอกสารอื่นโดยจัดให้อยู่ในรูปแบบ APA Style (สามารถดูรายละเอียดได้ที่ http://en.wikipedia.org/wiki/APA_style#Reference_list) และจะต้องตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการอ้างอิงบทความวิจัยที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ (1) ต้องผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยให้ผู้เขียนระบุเลขที่หนังสือรับรอง พร้อมแนบสำเนาหนังสือรับรองประกอบการส่งบทความ หรือ (2) ผู้วิจัยหลัก (Corresponding Author) ต้องผ่านการอบรมจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากสถาบันการศึกษา พร้อมแนบสำเนาประกาศการผ่านการอบรมฯ

องค์ประกอบของบทความ

บทความวิจัย และบทความวิชาการ ประกอบด้วย

1. ชื่อเรื่อง (Title) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้เขียน (Author (s)) ใช้ชื่อและนามสกุลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษพร้อมระบุหน่วยงานที่สังกัด รวมทั้ง E-mail ของผู้เขียนที่สามารถติดต่อได้ (กรณีใช้ Free E-mail ที่ไม่สามารถระบุหน่วยงานที่สังกัด ขอให้เพิ่มเบอร์ โทรศัพท์ที่ติดต่อได้)
3. บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีความยาวไม่เกิน 300 คำ
4. คำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่เกิน 5 คำ และระบุไว้ท้ายบทคัดย่อ
5. เนื้อหา (Contents) จัดเป็น 1 คอลัมน์ มีรายละเอียดดังนี้
 - 5.1 บทความวิจัยควรมีการนำเสนอการวิจัยและผลที่ได้รับอย่างเป็นระบบโดยควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบเพิ่มเติมที่แตกต่างได้)
 - o บทนำ (Introduction)
 - o วัตถุประสงค์ของการวิจัย
 - o สมมติฐานของการวิจัย (ถ้ามี)
 - o แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - o วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) ที่สามารถอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัยรวมถึงการเก็บข้อมูล หรือเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยอย่างชัดเจน
 - o ผลการวิจัย (Results)
 - o อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย (Discussion and Conclusion)
 - o ข้อเสนอแนะ
 - o เอกสารอ้างอิง (References)
 - 5.2 บทความวิชาการ หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจน และมีลำดับเนื้อหาที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน และเสนอแนะมีประเด็นอย่างสมบูรณ์ โดยควรประกอบด้วย หัวข้อดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบเพิ่มเติมที่แตกต่างได้)
 - o บทนำ (Introduction)
 - o แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - o สารในประเด็นต่างๆ (Contents)
 - o อภิปรายผล และสรุป (Discussion and Conclusion)
 - o ข้อเสนอแนะ
 - o เอกสารอ้างอิง (References)

การเตรียมต้นฉบับ (บทความวิจัย/บทความวิชาการ)

1. บทความมีความยาวไม่เกิน 25 หน้า กระดาษ A4 โดยจัดเป็น 1 คอลัมน์
(รวมบทคัดย่อภาษาไทย ภาษาอังกฤษและเอกสารอ้างอิง)
2. การตั้งค่าหน้ากระดาษ ให้กำหนดขอบบน 1.5 นิ้ว ขอบล่าง 1 นิ้ว ขอบซ้าย 1.5 นิ้ว และขอบขวา 1 นิ้ว
3. ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK โดยกำหนดขนาด ดังนี้
 - 3.1 ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 20 point ตัวหนา ชิดซ้าย
 - 3.2 ชื่อผู้เขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 15 point ตัวหนา ชิดซ้าย
 - 3.3 ตำแหน่ง สถานที่ทำงาน และ E-mail address ของผู้เขียน ขนาด 15 point ตัวธรรมดาชิดซ้าย
 - 3.4 หัวข้อเรื่อง ขนาด 16 point ตัวหนา ชิดซ้าย
 - 3.5 รายละเอียด/เนื้อเรื่อง ขนาด 15 point ตัวธรรมดา ชิดซ้าย
4. ตารางให้วางตารางไล่ลำดับที่อ้างอิงถึงในบทความ พิมพ์ชื่อและลำดับของตารางเหนือตาราง และพิมพ์คำอธิบาย เพิ่มเติมใต้ตาราง
5. การอ้างอิงในเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิง โดยจัดให้อยู่ในแบบ APA Style

การอ้างอิงเอกสาร (References)

บทความทุกเรื่องที่จะเข้ามาพิจารณาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จะต้องมีการเขียนอ้างอิงเอกสารอื่นหรือเขียนแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่ามาใช้ในการตอนท้ายของบทความ โดยให้เขียนอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น และให้จัดอยู่ในรูปแบบ APA Style ซึ่งผู้ส่งบทความควรตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของการอ้างอิงให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท. กำหนดอย่างเคร่งครัด (บทความเรื่องใดที่มีรูปแบบการอ้างอิงที่ยังไม่เป็นไปตามที่วารสารฯ กำหนดจะได้รับการส่งต่อไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความอ่านพิจารณาในขั้นตอนถัดไป) โดยผู้ส่งบทความต้องยึดตามหลักเกณฑ์หลักๆ ดังต่อไปนี้

การอ้างอิงบทความในวารสาร

• หลักเกณฑ์

Surname, initial. (year). title. *journal name*, volume, page number.

(นามสกุล, ชื่อย่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ฉบับที่, เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.)

• ตัวอย่าง

Detert, J. R., & Burris, E. R. (2007). Leadership behavior and employee voice: Is the door really open? *Academy of Management Journal*, 50 (4), 869-884.

การอ้างอิงหนังสือ

• หลักเกณฑ์

Surname, initial. (year). title. publisher.

(นามสกุล, ชื่อย่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ. สำนักพิมพ์.)

• ตัวอย่าง

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. John Wiley and Sons.

ขั้นตอนการดำเนินงานภายหลังได้รับต้นฉบับ

บทความที่ได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์ต้องผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยกระบวนการดังต่อไปนี้

1. กองบรรณาธิการแจ้งให้ผู้ส่งบทความทราบเมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความเรียบร้อยแล้วสมบูรณ์
2. กองบรรณาธิการตรวจสอบขอบเขตของบทความ หากบทความอยู่ในขอบเขตวารสารฯ จะรับไว้พิจารณา
3. ในกรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาเห็นควรให้ดำเนินการส่งบทความ เพื่อทำการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิต่อไป บรรณาธิการจะส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะลงตีพิมพ์หรือไม่ ทั้งนี้ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Process)
4. เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาการกลั่นกรองบทความแล้ว กองบรรณาธิการพิจารณาโดยอ้างอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 2 ท่านเป็นอย่างน้อยว่าบทความนั้นๆ สมควรลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย หรือควรที่จะส่งให้กับผู้ส่งบทความกลับไปแก้ไขก่อนพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง
5. การพิจารณาบทความที่ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิและมีการปรับปรุงแก้ไขจนกระทั่งมีความถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วนแล้ว กองบรรณาธิการจะออกหนังสือตอบรับการตีพิมพ์ให้ผู้เขียน ส่วนการพิจารณาว่าจะได้รับการตีพิมพ์ในวารสารฉบับที่เท่าใด กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตามความเหมาะสม

การส่งบทความ (Paper Submission)

ผู้ที่ประสงค์ส่งบทความกับวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย กรุณาส่งไฟล์ บทความผ่านระบบวารสารอิเล็กทรอนิกส์ Thai Journal Online (ThaiJO) ที่อยู่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/aphecityu/index> ในกรณีที่ไม่สามารถส่งบทความผ่านระบบได้ให้ส่งไฟล์ต้นฉบับบทความในรูปแบบของไฟล์ Microsoft Word มายังอีเมล apheitbus_journal@southeast.ac.th ID line : 081-718-7457 โทรศัพท์ : 02-744-735 ถึง 65 ต่อ 157 หรือ 081-718-7457, 080-446-1719, 092-260-8244

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

แบบฟอร์มการส่งต้นฉบับเพื่อพิจารณานำลงวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/น.ส.).....

2. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด.....ตำแหน่งวิชาการ (ถ้ามี).....

3. สถานภาพผู้เขียน

○ อาจารย์สถาบันการศึกษา (ชื่อสถาบัน).....

หลักสูตร.....คณะ.....

○ นักศึกษาสถาบันการศึกษา (ชื่อสถาบัน).....

หลักสูตร.....คณะ.....

○ บุคคลทั่วไป (ชื่อหน่วยงาน)

4. ขอนำส่ง

○ บทความวิจัย เรื่อง (ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

○ บทความวิชาการ เรื่อง (ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

○ บทความปริทัศน์ เรื่อง (ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

○ บทวิจารณ์หนังสือ เรื่อง (ภาษาไทย).....

5. ชื่อผู้เขียนร่วม (ถ้ามี)

(ชื่อสถาบัน)..... หลักสูตร.....คณะ.....

6. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก เลขที่

แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....

จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....โทรสาร.....

E-mail.....

7. สิ่งที่ส่งมาด้วย ○ แฟ้มข้อมูลต้นฉบับ ชื่อแฟ้มข้อมูล.....

ลงนาม.....อาจารย์ที่ปรึกษา (กรณีเป็นนักศึกษา)

(.....)

วันที่...../...../.....

ลงนาม.....ผู้พิมพ์

(.....)

วันที่...../...../.....



แบบฟอร์มยื่นข้อเสนอส่งบทความ
วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ประเภทต้นฉบับบทความ ☐ วิจัย ☐ วิชาการ/ปริทัศน์ ☐ บทความหนังสือ

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย).....

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ)

ข้าพเจ้า ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ชื่อ - นามสกุล (ผู้เขียนคนที่ 1).....

ตำแหน่งทางวิชาการ ☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ อาจารย์

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

วุฒิการศึกษาสูงสุด ☐ ป.เอก ☐ ป.โท ☐ ป.ตรี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

โทรศัพท์..... มือถือ E-mail

ข้าพเจ้า ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ชื่อ - นามสกุล (ผู้เขียนคนที่ 2).....

ตำแหน่งทางวิชาการ ☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ อาจารย์

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

วุฒิการศึกษาสูงสุด ☐ ป.เอก ☐ ป.โท ☐ ป.ตรี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์..... มือถือ E-mail

ข้าพเจ้า ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ชื่อ - นามสกุล (ผู้เขียนคนที่ 3).....

ตำแหน่งทางวิชาการ ☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ อาจารย์

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

วุฒิการศึกษาสูงสุด ☐ ป.เอก ☐ ป.โท ☐ ป.ตรี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์..... มือถือ E-mail

ถ้าบทความที่เสนอเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ดุษฎีนิพนธ์ หรืออื่นๆ โปรดระบุ

☐ งานวิจัย/วิชาการ ชื่อเรื่อง

☐ ดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ชื่อเรื่อง

☐ อื่นๆ (ระบุ)

การตรวจสอบความสมบูรณ์ต้นฉบับบทความ

หลักฐานการรับรองจริยธรรมในมนุษย์ (จำเป็น) ☐ มี ระบุเลขที่ใบรับรอง.....(แนบหลักฐาน) ☐ ไม่มี

☐ แบบฟอร์มการส่งต้นฉบับเพื่อพิจารณานำลงวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท.

☐ กรอกข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน ☐ แนบหลักฐานประกอบถูกต้อง ครบถ้วน

☐ ไม่ถูกต้อง ครบถ้วน (กรุณาระบุ).....

บทความวิจัย (องค์ประกอบจำเป็นและต้องมีครบถ้วน)

สาขาของบทความ (ระบุ).....

ผลลัพธ์/องค์ความรู้ใหม่/ความเชื่อถือได้/คุณค่าทางวิชาการ/การประยุกต์ใช้ได้จริง/การนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

(กรุณาระบุ).....

☐ บทคัดย่อ ☐ ภาษาไทย ☐ ภาษาอังกฤษ (ตามหลักไวยากรณ์และมีความยาวไม่เกิน 300 คำ)

☐ บทนำ ☐ วัตถุประสงค์การวิจัย ☐ สมมติฐาน (ถ้ามี) ☐ ประโยชน์การศึกษา/วิจัย

☐ วิธีการดำเนินการวิจัย ☐ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการหรือกระบวนการที่ใช้

☐ เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ศึกษา/วิจัย

☐ วิธีขั้นตอน/การเก็บรวบรวมข้อมูล ☐ สถิติ การวิเคราะห์ และการนำเสนอ

☐ ผลการวิจัย

☐ อภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

☐ ข้อเสนอแนะ ☐ ด้านวิชาการ ☐ ด้านนโยบาย ☐ ด้านพาณิชย์ ☐ ด้านสาธารณะ

☐ ด้านพัฒนาหน่วยงาน/หน่วยบริการ

☐ ความถูกต้องของรูปแบบบทความ ☐ รูปแบบถูกต้อง ☐ การอ้างอิงในเนื้อหาท้ายบทความและความทันสมัย

บทความวิชาการ (องค์ประกอบจำเป็นและต้องมีครบถ้วน)

☐ บทคัดย่อ ☐ ภาษาไทย ☐ ภาษาอังกฤษ (ตามหลักไวยากรณ์และมีความยาวไม่เกิน 300 คำ)

☐ บทนำ

☐ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

☐ สารในประเด็นต่าง ๆ

☐ อภิปรายผลและสรุป

☐ ข้อเสนอแนะ

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม (ถ้ามี) ขอรับรองว่าบทความนี้เป็นผลงานที่ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน และจะไม่นำไปตีพิมพ์ลงในวารสารอื่นซ้ำอีกและเป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมตามชื่อที่ระบุในบทความตามจริง กรณีมีการละเมิดลิขสิทธิ์จะมีการฟ้องร้องเกี่ยวกับข้อความส่วนใด ส่วนหนึ่ง ภาพ กราฟ และ หรือข้อคิดเห็นใดที่ปรากฏในบทความ ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการละเมิดลิขสิทธิ์แต่เพียงฝ่ายเดียว

ข้าพเจ้ายอมรับเงื่อนไขของกองบรรณาธิการวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยทุกประการ

ลงชื่อ
(.....)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ เดือน พ.ศ.....

ลงชื่อ
(.....)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ เดือน พ.ศ.....

หรือ

ลงชื่อ
(.....)

ผู้เขียนบทความคนที่ 1

วันที่ เดือน พ.ศ.....

ลงชื่อ
(.....)

ผู้เขียนบทความคนที่ 2

วันที่ เดือน พ.ศ.....

ลงชื่อ
(.....)

ผู้เขียนบทความคนที่ 3

วันที่ เดือน พ.ศ.....

ลงชื่อ
(.....)

ผู้เขียนบทความคนที่ 4

วันที่ เดือน พ.ศ.....



ใบสมัครสมาชิก

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

สำหรับผู้สมัคร

☐ ประเภทบุคคล

ชื่อ-สกุล.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

☐ ประเภทหน่วยงาน

หน่วยงาน.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

ขอเป็นสมาชิก วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

☐ สำหรับบุคคล

☐ ระยะเวลา 1 ปี เป็นเงิน 400 บาท

☐ สำหรับสถาบันการศึกษา

☐ ระยะเวลา 1 ปี เป็นเงิน 5,000 บาท

สถานที่จัดส่ง

☐ ชื่อบุคคล.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

☐ หน่วยงาน.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

ชำระเงินโดย

☐ เงินสด

☐ โอนเข้าบัญชี “วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท.” เลขที่บัญชี 813-251289-0

บัญชีออมทรัพย์ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเดอะมอลล์นครราชสีมา และโปรดส่งหลักฐานการโอนเงิน
พร้อมใบสมัครสมาชิก ส่งกลับมาที่ E-mail : apheitbus_journal@southeast.ac.th

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ อาจารย์ภมรย์ สกุลเลิศวัฒนา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

(080-446-1719) หรือคุณณัฐวดี สิริวัต คณะศิลปศาสตร์ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก (092-260-8244)

โทรศัพท์ 0-2744-7356 ถึง 65 ต่อ 157 E-mail : apheitbus_journal@southeast.ac.th หรือ id line 081-718-7457

สำหรับเจ้าหน้าที่วารสาร

ใบเสร็จเล่มที่..... เลขที่..... วันที่รับค่าสมาชิก.....



สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี