



UTCC
ANNIVERSARY

62nd

วารสารวิชาการ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (Online)

University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences (Online)

ISSN 3027 - 7671 (Online) ปีที่ 45 ฉบับที่ 4 เดือน ตุลาคม - ธันวาคม 2568

ฉบับพิเศษเพื่อฉลองครบรอบ 62 ปี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

เจ้าของ / Owner

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรธน์ พลวิชัย
ในนาม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

อธิการบดี

Editor-in-Chief/บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.วีระชาติ กิเลนทอง

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Editorial Board/กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.วรฤทธิ โรมรัตน์พันธ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.จตุรนต์ ธีระวัฒน์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร. สุรชาติ บำรุงสุข

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช

มหาวิทยาลัยศิลปากร

รองศาสตราจารย์ ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ จิตรมณีโรจน์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ธีรเดช พุคักดิ์ศรีกิจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.พลุ เดชะรินทร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิลปพร ศรีจันทะพร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา ผดุงสิทธิ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ เศรษฐลักษณ์โก

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล วรณศิริ ปวีณวัฒน์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ดุชนิ เกษวายุช

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ยุโสภ บุญสุข

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตลักษณ์ คีฬอง

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.สรวิธ อนันตชาติ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ อรพรรณ พันธ์พัฒนา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาจารย์ ดร.อาชว์ ปวีณวัฒน์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เลขมาศ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.ศิริรัตน์ รัตนพิทักษ์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.สิริพันธ์ ดีศิ์ธรรม	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา อัศรณพงศ์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันนุติ เสลารัตน์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ษิรินุช นิมตระกูล	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.วิษุวรรต ชูจันทร์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.จิตติมา เสงี่ยมจิตร	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรลักษณ์ พงษ์โพธิ์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิณา อนุสรณ์เสนา	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.ครินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.วราบุษ ศุภลักษณ์บันลือ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.จุรีพร เพชรกิ่ง	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.บุรินทร์ ศรีสมถวิล	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Journal Managers /คณะผู้จัดการวารสาร

นางพิชานันท์ พันธโชติ	สำนักนวัตกรรมการศึกษา
นายภาณุรักษ์ ต่างจิต	สำนักนวัตกรรมการศึกษา

ความเป็นมา

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ฉบับออนไลน์ (ISSN: Online 3027-7671) เป็นวารสารวิชาการ ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยฉบับปัจจุบัน ซึ่งดำเนินงานต่อจากวารสารวิทยาลัยการค้า (ISSN : Print 0126-2437) และวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ISSN: Print 2651-1541 และ ISSN: Online 2673-0057) ซึ่งได้ยกเลิกตามที่มีการประกาศเกณฑ์การประเมินคุณภาพวารสารวิชาการที่อยู่ในฐานข้อมูลTCI รอบที่ 5 พ.ศ. 2568-2572 ตามข้อที่ 2

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีการเผยแพร่เป็นระยะเวลายาวนานอย่างต่อเนื่อง ก่อนปี พ.ศ. 2539 การเผยแพร่เป็นรายสามเดือน ตีพิมพ์ปีละ 4 ฉบับ ได้แก่ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มีนาคม ฉบับที่ 2 เมษายน – มิถุนายน ฉบับที่ 3 กรกฎาคม – กันยายน และฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม – ธันวาคม โดยที่ก่อนปี พ.ศ. 2550 ตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ประเภทบทความพิเศษ บทความวิจัย บทความวิชาการ และเกร็ดความรู้ที่น่าสนใจ ต่อมาในปี พ.ศ. 2550 – 2559 ตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 4 ประเภท คือ บทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article) บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) และบทความปริทัศน์ (Review Article) แต่เนื่องจากไม่มีผู้เขียนส่งบทความประเภทบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) และบทความปริทัศน์ (Review Article) แล้ว ดังนั้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา กองบรรณาธิการ จึงมีนโยบายรับบทความเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ 2 ประเภท คือ บทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article)

บทความที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นบทความที่เสริมสร้างองค์ความรู้และมีคุณภาพทางวิชาการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อการอ้างอิงได้ เพราะ ผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงและประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน และไม่ได้สังกัดสถาบันเดียวกันกับผู้เขียนบทความ จำนวน 3 ท่าน และใช้วิธีการประเมินแบบ "Double-blind Process" ก่อนที่จะเผยแพร่สู่สาธารณชน จึงทำให้วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นวารสารวิชาการที่มีคุณภาพและได้รับยอมรับ จากวงการวิชาการ จนได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 4 ปี ติดต่อกัน คือ ตั้งแต่ พ.ศ. 2549 – 2552

ปัจจุบันเป็นวารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) โดยได้รับการรับรองคุณภาพจัดให้เป็นวารสาร กลุ่มที่ 2 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2572

กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จัดทำวารสารเป็นรูปเล่มฉบับสมบูรณ์ออนไลน์ทุกฉบับ จึงขอเชิญผู้อ่านเข้าเยี่ยมชมและค้นคว้าบทความ เพื่อให้ได้รับความถูกต้องและสมบูรณ์ทางด้านเนื้อหาที่เปี่ยมด้วยองค์ความรู้ อันจะเป็นประโยชน์ สำหรับการอ้างอิงการนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านวิชาการ โดยสามารถสืบค้นได้ที่ <https://www.utcc.ac.th/utccjournal> และ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/index> หรือสืบค้นจากฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) <http://tci.trf.or.th>

วัตถุประสงค์ของวารสาร (Aims)

1. เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article) ที่มีคุณภาพผ่านการพิจารณาการรับรองคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ
2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการแก่สังคมทั่วไป โดยสนับสนุนให้อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์นำเสนอผลงานวิชาการในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ การศึกษาปฐมวัย ดิจิทัลอาร์ตและดีไซน์

สาขาหลักของวารสาร : Social Sciences

สาขาย่อยของวารสาร : Arts and Humanities / Business, Management and Accounting / Economics, Econometrics and Finance

นโยบายและขอบเขตการรับบทความ (Scope)

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีความยินดีที่จะรับบทความของผู้เขียนที่เป็นอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครอบคลุมในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ การศึกษาปฐมวัย ดิจิทัลอาร์ตและดีไซน์ โดยนำเสนอเป็นบทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ซึ่งผลงานวิชาการที่ส่งมาให้พิจารณาต้องไม่เคยเผยแพร่ในสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน ต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น และเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 เป็นต้นไป กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ขอรับชำระเงินค่าประเมินคุณภาพบทความจากผู้เขียนบทความที่ Submissions Online บทความ
ในระบบ ThaiJo ดังนี้

อัตราค่าประเมินคุณภาพบทความ

ประเภทผู้เขียน บทความ	ค่าประเมินคุณภาพบทความ : 1 บทความ	หมายเหตุ*
บุคคลภายนอก*	5,000.-	อาจารย์/นักวิจัย/นักวิชาการ/นิสิต/ นักศึกษาของสถาบันอื่น
บุคคลภายใน*	2,500.-	อาจารย์/นักวิจัย/นักวิชาการ/นักศึกษา ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

*ทั้งนี้ บุคคลภายในที่มีชื่อเป็นผู้ร่วมผลงานกับบุคคลภายนอก ให้ชำระค่าประเมินคุณภาพบทความในอัตราเดียวกับ
บุคคลภายนอก บทความละ 5,000 บาท

ผู้เขียนบทความต้องชำระเงินค่าประเมินคุณภาพบทความโดยโอนเงินเข้า บัญชีมหาวิทยาลัย
หอการค้าไทย เลขที่บัญชี 176-0-81360-8 ประเภทบัญชีออมทรัพย์ ธนาคารกรุงเทพ สาขาหัว
ขวาง ก่อน submissions online บทความในระบบ ThaiJo และต้อง Upload หลักฐาน การโอนเงิน
ในระบบ ThaiJo ที่ Add discussions หรือส่งมาที่ E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th

ทั้งนี้ ขอให้ผู้เขียนหลักแจ้งชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ รหัสไปรษณีย์ เพื่อระบุใบใบเสร็จรับเงิน (กรณี
ที่อยู่สำหรับจัดส่งใบเสร็จรับเงินไม่ตรงกับที่อยู่ที่ระบุใบใบเสร็จรับเงิน ขอให้ระบุแยกให้ชัดเจน)
เมื่อผู้เขียนชำระเงินค่าประเมินคุณภาพบทความแล้ว **จะไม่สามารถขอรับคืนเงินค่าประเมินคุณภาพ
บทความในทุกกรณี รวมถึงกรณีบทความถูกปฏิเสธการตีพิมพ์โดยกองบรรณาธิการ** หรือ
ผู้ทรงคุณวุฒิ เนื่องจากค่าประเมินคุณภาพบทความเป็นค่าใช้จ่ายในการพิจารณาคุณภาพบทความ
ของผู้เขียนบทความ ซึ่งกองบรรณาธิการฯ จะจ่ายให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินคุณภาพบทความ **จึง
ขอให้ผู้เขียนบทความรับทราบก่อนที่จะส่งบทความ** เพื่อพิจารณาลงตีพิมพ์ ในวารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
รับบทความ 2 ประเภท ในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ดังนี้

1. **บทความวิจัย (Research Article)** คือ งานเขียนที่นำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วยบทนำ ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ สมมติฐาน (ถ้ามี) นิยามศัพท์ (ถ้ามี) ขอบเขตการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย ประโยชน์ที่ได้รับ สรุปและอภิปรายผล ข้อเสนอแนะเชิงบรรณอ้างอิง(ถ้ามี) กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

2. **บทความวิชาการ (Academic Article)** คือ งานเขียนที่มีความน่าสนใจ มุ่งเสนอความรู้ใหม่ ประกอบด้วยบทนำ เนื้อหาต้องชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจนด้วยการลำดับเนื้อหาอย่างเหมาะสม ควรใช้ทฤษฎีวิเคราะห์ สรุปผลและข้อเสนอแนะ เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน

รายละเอียดของบทความต้นฉบับ ดังนี้

- บทความต้องมีชื่อของบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรมีความกระชับและได้ใจความชัดเจน ไม่ต้องใส่วงเล็บที่ชื่อของบทความ
- ชื่อของผู้เขียนลำดับแรก ขอให้เป็นชื่อของผู้ประพันธ์อันดับแรก (first author) ส่วนชื่อของผู้เขียนลำดับต่อไป ขอให้เป็นชื่อของผู้มีส่วนสำคัญทางปัญญา (essentially intellectual contributor) และ ผู้ประพันธ์บรรณกิจ (corresponding author) ตามลำดับ
- ข้อมูลของผู้เขียนบทความทุกคนให้มีรายละเอียด ดังนี้ ชื่อ-นามสกุล สาขา/กลุ่มวิชา/ภาควิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย ตามด้วย E-mail ของผู้ประพันธ์บรรณกิจ (corresponding author) โดยจัดพิมพ์เป็นจัดพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษที่หน้า Abstract และจัดพิมพ์เป็นภาษาไทยที่หน้าบทคัดย่อภาษาไทย
- Abstract จำนวน 1 ย่อหน้า มีความยาวประมาณ 250 คำ และมี Keywords ไม่เกิน 5 คำ
- บทคัดย่อภาษาไทย จำนวน 1 ย่อหน้ามีความยาวประมาณ 250 คำ และมีคำสำคัญไม่เกิน 5 คำ ทั้งนี้ เนื้อหาใน Abstract และเนื้อหาใน บทคัดย่อ ให้มีความสอดคล้องกัน มีความกระชับ สาระสำคัญประกอบด้วยวัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย และสรุปผลการวิจัย
- เนื้อหาบทความต้องมีสาระสำคัญตามประเภทของบทความข้างต้น โดยจัดพิมพ์ 1 คอลัมน์ บนกระดาษขนาด A4 หน้าเดียวด้วย Microsoft Word for Windows และ PDF File หรือซอฟต์แวร์อื่นที่ใกล้เคียงกันพิมพ์ ประมาณ 26 บรรทัด ต่อ 1 หน้า ใช้ฟอนท์ TH Niramit AS

ขนาดของตัวอักษร เท่ากับ 16 พอยต์ โดยให้ใส่เลขกำกับหน้าทุกหน้าที่มีมบนด้านขวา
ยกเว้นหน้าแรก และตรวจความถูกต้องของการใช้ภาษาตามหลักไวยากรณ์ให้ถูกต้อง

7. การอ้างอิงและบรรณานุกรมใช้หลักเกณฑ์ APA (American Psychological Association) ฉบับพิมพ์ ครั้งที่ 7 (APA 7th edition) โดยจัดเรียงบรรณานุกรม/References ตามลำดับอักษร (ดูตัวอย่างการเขียนรายการอ้างอิงที่หัวข้อการเขียนรายการอ้างอิง : ไม่เกิน 30 รายการ และควรเป็นรายการอ้างอิงที่สอดคล้องกับเนื้อหาบทความ)
8. เชิงอรรถขยายความและเชิงอรรถโยง ตารางและภาพประกอบ ขอให้มีความหมายเลขกำกับ และ มีคำอธิบายที่กระชับ และชัดเจน
9. กิตติกรรมประกาศ ให้ระบุหน่วยงานที่สนับสนุนทุน/งบประมาณ จริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการด้วย โดยให้พิมพ์ก่อนบรรณานุกรม
10. บทความที่ส่งมาให้พิจารณาต้องมีรายละเอียดครบถ้วนตั้งแต่ข้อ 1 – ข้อ 9 รวมจำนวนหน้าทั้งหมด ไม่เกิน 12 หน้า ทั้งนี้ขอให้ดูตัวอย่างการนำเสนอบทความจากวารสารที่เผยแพร่แล้ว

การส่งบทความต้นฉบับ

1. ขอให้ผู้เขียนบทความที่ประสงค์จะส่งบทความอ่านคำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความอย่างละเอียด โดยระบุไว้แล้วภายในเล่มวารสารวิชาการทุกเล่ม หรือ
<https://www.utcc.ac.th/utccjournal> หรือ
<https://www.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/index>
2. ขอให้ส่งบทความต้นฉบับผ่านระบบ Online Submission ที่เว็บไซต์ของ ThaiJo: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/index> ให้แนบบทความต้นฉบับจำนวน 2 ไฟล์ โดยมีรายละเอียดดังนี้
 - 1) ไฟล์ในรูปแบบของไฟล์ Microsoft Word ที่มีรายละเอียด**ครบถ้วน**ตามประเภทของบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ โดยให้มีเนื้อหา ตาราง และภาพประกอบอยู่ในไฟล์เดียวกัน
 - 2) ไฟล์ในรูปแบบของ PDF ที่แปลงจากไฟล์ Microsoft Word โดยในเนื้อหา**ไม่**แสดงชื่อผู้เขียนบทความ และ**ไม่**แสดงสังกัดของผู้เขียนบทความ

- 3) กรณีที่ผลงานเป็นการศึกษาวิจัยและทำการทดลองในมนุษย์หรือสัตว์ทดลอง โดยการทดลองในมนุษย์อาจส่งผลกระทบต่อศักดิ์ศรี สิทธิ ความปลอดภัย และสุขภาพของมนุษย์ ขอให้ผู้เขียนแนบหนังสือรับรองจริยธรรมจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์หรือสัตว์ทดลอง และต้องระบุข้อมูลดังกล่าวไว้ในบทความส่วนของวิธีการดำเนินการวิจัยด้วย
3. ขอให้ผู้เขียนบทความ Add Discussion เพื่อให้ที่อยู่ E-mail และหมายเลขโทรศัพท์มือถือ ของผู้เขียนหลักในระบบ Online Submissions

การพิจารณากลั่นกรองคุณภาพบทความ

บทความที่จะได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาคุณภาพจากกองบรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้

1. ผู้เขียนต้องจัดบทความตามรูปแบบที่กองบรรณาธิการกำหนดก่อนส่งบทความเข้าในระบบ Online เมื่อการส่งบทความถูกต้องสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว (Submissions) ผู้เขียนจะได้รับการตอบกลับโดยทันที (Auto Reply) ผ่านทาง E-mail ของท่าน โดยกองบรรณาธิการจะตรวจสอบและประเมินคุณภาพเบื้องต้น (Initial Review) ในหัวข้อและเนื้อหาของบทความ ความเหมาะสม และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวารสาร รวมถึงประโยชน์ในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ โดยในขั้นตอนนี้กองบรรณาธิการ ขอสงวนสิทธิ์ในการรับหรือปฏิเสธบทความเข้าสู่กระบวนการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
2. กรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาแล้ว เห็นควรรับบทความไว้พิจารณาดำเนินงานต่อกองบรรณาธิการจะดำเนินการส่งบทความเพื่อกลั่นกรองคุณภาพต่อไป ซึ่งจะส่งบทความให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องกับบทความจากหลากหลายสถาบัน จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของบทความว่า อยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะลงตีพิมพ์หรือไม่ โดยในกระบวนการพิจารณากลั่นกรองนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้เขียนบทความ วิธีการดำเนินงานเป็นวิธีลับ (Double-blind Process) ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินบทความ (Reviewer) ดังนี้
 - Accept Submission = รับผิดชอบบทความโดยไม่ต้องแก้ไข
 - Revisions Required = ให้ผู้เขียนบทความ (Author) แก้ไขโดยให้บรรณาธิการ (Editor) พิจารณาต่อ
 - Resubmit for Review = ให้ผู้เขียนบทความ (Author) แก้ไข โดยผู้ประเมินบทความ (Reviewer) ขอให้ส่งกลับมาดูอีกครั้ง
 - Resubmit Elsewhere = ให้ผู้เขียนบทความ (Author) ส่งบทความไปยังวารสารอื่น

-Decline Submission = ไม่รับตีพิมพ์
-See Comments = ให้ดูจากคำแนะนำ

3. เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาประเมินกลั่นกรองบทความแล้ว กองบรรณาธิการจะตัดสินใจโดยอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ว่าบทความนั้น ๆ ควรนำลงตีพิมพ์ หรือควรที่จะส่งให้กับผู้เขียนบทความแก้ไขก่อนพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง หรือปฏิเสธการลงตีพิมพ์
4. กรณีผลการประเมิน “Resubmit for Review” ขอให้ผู้เขียนบทความแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อดำเนินการเรียบร้อยแล้วให้ส่งไฟล์บทความฉบับแก้ไขเป็น Microsoft Word และ PDF File เพื่อจัดส่งให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาประเมินคุณภาพบทความอีกครั้ง
5. กรณีบทความที่ผ่านการประเมินและแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะตรวจความถูกต้องของการใช้ภาษาและการเขียนรายการอ้างอิง ซึ่งอาจจะส่งบทความให้ผู้เขียนแก้ไขให้ถูกต้องก่อนจึงจะสามารถตีพิมพ์เผยแพร่ลงในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
6. กองบรรณาธิการจะตอบรับการตีพิมพ์ลงในวารสารเมื่อบทความผ่านการตรวจการเขียนอ้างอิงเรียบร้อยแล้ว

ลิขสิทธิ์ของบทความ

กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์มีให้นำเนื้อหา ทศนะ หรือข้อคิดเห็นใด ๆ ของบทความในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ไปเผยแพร่ก่อนได้รับอนุญาตจากกองบรรณาธิการ อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวารสาร

จริยธรรมการตีพิมพ์

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จัดว่าเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารผลงานทางวิชาการที่นำเสนอเป็นข้อค้นพบใหม่ ๆ ระหว่างนักวิชาการ นักวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการให้แก่สังคมภายนอก ซึ่งตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการในรูปแบบของบทความวิจัย และบทความวิชาการ กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ตระหนักถึงจริยธรรมการตีพิมพ์ (Publication Ethics) ของผู้เขียนบทความ (Author) ผู้ประเมินบทความ (Reviewer) และบรรณาธิการ (Editor) และเพื่อให้

การตีพิมพ์ถูกต้องตามหลักจริยธรรมและมีคุณภาพมาตรฐานรวมถึงมีความโปร่งใส จึงกำหนดจริยธรรมการตีพิมพ์ (Publication Ethics) ของวารสาร โดยอ้างอิงการแปลจาก <http://www.publicationethics.org/files/2008%20Code%20of%20Conduct.pdf> โดยศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) สอดคล้องกับมาตรฐานการตีพิมพ์นานาชาติ ตามที่คณะกรรมการจริยธรรมการตีพิมพ์ COPE – COMMITTEE ON PUBLICATION ETHICS (<https://publicationethics.org/>) ที่ได้กำหนดบทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน (Duties of Authors) บทบาท และหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors) และบทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมิน (Duties of Reviewers) ไว้แล้ว

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียนบทความ (Duties of Authors)

1. ผู้เขียนบทความต้องส่งบทความใหม่ ไม่ทับซ้อน และไม่เคยตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น
2. ผู้เขียนบทความที่ส่งบทความเข้าระบบ Online Submissions แล้ว ต้องไม่ส่งบทความไปยังวารสารอื่น
3. ผู้เขียนบทความต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่บิดเบือนข้อมูล หรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
4. ผู้เขียนบทความที่นำผลงานของผู้อื่นมาใช้ในบทความ ต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่น โดยจัดทำรายการอ้างอิงให้ถูกต้องครบถ้วนและต้องมีบรรณานุกรม (Reference) ท้ายบทความ
5. ข้อความที่ปรากฏภายในบทความแต่ละเรื่องที่ดีพิมพ์ในวารสารวิชาการเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน ไม่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และคณาจารย์ท่านอื่น ๆ ภายในมหาวิทยาลัยฯ แต่อย่างใด ความรับผิดชอบด้านเนื้อหาและการตรวจร่างบทความแต่ละเรื่องเป็นของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน หากมีความผิดพลาดใด ๆ ผู้เขียนบทความแต่ละท่านจะต้องรับผิดชอบบทความของตนเอง
6. ผู้เขียนบทความที่คัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) ละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความโดยตรง
7. ผู้เขียนบทความต้องเขียนบทความวิจัยหรือบทความวิชาการให้รูปแบบถูกต้องตามที่กำหนดไว้ใน “คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ”
8. ผู้เขียนบทความที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคน ต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในการดำเนินการวิจัยจริง
9. ผู้เขียนบทความต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนการทำวิจัยไว้ในส่วนกิตติกรรมประกาศ หรือ Acknowledgements
10. ผู้เขียนบทความต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)

11. กรณีที่ผลงานเป็นการศึกษาวิจัยและทำการทดลองในมนุษย์หรือสัตว์ทดลอง โดยการทดลองในมนุษย์อาจส่งผลกระทบต่อศักดิ์ศรี สิทธิ ความปลอดภัย และสุขภาพของมนุษย์ ขอให้ผู้เขียนแนบหนังสือรับรองจริยธรรมจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือสัตว์ทดลอง และต้องระบุข้อมูลดังกล่าวไว้ในบทความส่วนของวิธีการดำเนินการวิจัย ด้วย ทั้งนี้ การอนุมัติให้ลงตีพิมพ์ขึ้นอยู่กับพิจารณาจากกองบรรณาธิการวารสารฯ ถือเป็นขั้นสุดท้าย

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors)

1. บรรณาธิการต้องพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของวารสารอย่างสม่ำเสมอ
2. บรรณาธิการต้องรับรองคุณภาพของบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ลงในวารสาร
3. บรรณาธิการต้องสนับสนุนเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นคงไว้ซึ่งความถูกต้องของผลงานทางวิชาการ
4. บรรณาธิการต้องปกป้องมาตรฐานของทรัพย์สินทางปัญญาจากความต้องการทางธุรกิจ
5. บรรณาธิการต้องเต็มใจที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดการตีพิมพ์ การทำให้เกิดความกระจ่าง การถอด-ถอนบทความ และการขออภัยหากมีความจำเป็น
6. บรรณาธิการต้องให้ผู้เขียนแจ้งให้ผู้อ่านทราบเกี่ยวกับผู้ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยหรือบทบาทของผู้ให้ทุนวิจัยในการทำวิจัยนั้น ๆ
7. หากบรรณาธิการรับรู้ความไม่ถูกต้องเกิดขึ้นกับบทความที่ตีพิมพ์ไปแล้ว หรือมีประโยชน์นำไปสู่ความเข้าใจผิด หรือมีรายงานที่บิดเบือนข้อเท็จจริง ต้องแก้ไขให้ถูกต้องและชัดเจนทันที
8. หากปรากฏการประพฤติทุจริตมิชอบใด ๆ ภายหลังจากดำเนินการตรวจสอบแล้ว บรรณาธิการต้องดำเนินการเพิกถอนบทความนั้นด้วยความชัดเจนที่จะสามารถพิสูจน์ได้ ทั้งนี้ การเพิกถอนนี้ต้องให้ผู้อ่านและระบบฐานข้อมูลอื่น ๆ ทราบด้วย
9. บรรณาธิการมีระบบในการจัดการผลประโยชน์ทับซ้อนหรือการขัดกันด้านผลประโยชน์ของบรรณาธิการเอง รวมทั้งของเจ้าหน้าที่วารสาร ผู้เขียนบทความ ผู้ประเมินบทความ และ กองบรรณาธิการ

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมิน (Duties of Reviewers)

1. ผู้ประเมินบทความต้องพิจารณาประเมินคุณภาพบทความด้วยวิธีลับ โดยไม่เปิดเผยข้อมูลใด ๆ ของบทความที่พิจารณาให้แก่บุคคลอื่น ๆ (Confidentiality)
2. ผู้ประเมินบทความสามารถปฏิเสธการประเมินบทความได้ หากพบผลประโยชน์ทับซ้อนหรือเนื้อหาบทความไม่ตรงกับสาขาวิชาที่ผู้ประเมินเชี่ยวชาญ
3. ผู้ประเมินบทความควรให้ข้อเสนอแนะที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์แก่ผู้เขียนบทความ
4. ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบ หากพบส่วนใดของบทความมีความเหมือนหรือ ซ้ำซ้อนในผลงานชิ้นอื่น ๆ

กำหนดการเผยแพร่

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำหนดออกเผยแพร่
ราย 3 เดือน ปีละ 4 ฉบับ ดังนี้

- ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มีนาคม
ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน-มิถุนายน
ฉบับที่ 3 เดือนกรกฎาคม-กันยายน
ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม-ธันวาคม

การเผยแพร่ฉบับออนไลน์

สำนักบริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Website มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย: <https://www.utcc.ac.th/utccjournal>
และ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/index>

สถานที่ออกแบบและจัดพิมพ์

สำนักนวัตกรรมการศึกษา ฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
เลขที่ 126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ (02)697-6382

E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th

สถานที่ติดต่อ

กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
สำนักนวัตกรรมการศึกษา ฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
เลขที่ 126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ (02)697-6382
E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th

บรรณาธิการแถลง

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย “มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์” (Humanities and Social Sciences) ฉบับนี้เป็นปีที่ 45 ฉบับที่ 4 เดือน ตุลาคม - ธันวาคม 2568 ประกอบไปด้วยบทความวิจัย จำนวน 7 เรื่อง บทความวิชาการ 1 เรื่อง

เนื้อหาของบทความวิจัยเกี่ยวข้องกับด้านโลจิสติกส์ จำนวน 4 เรื่อง อิทธิพลของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ: มุมมองผู้ใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การพัฒนาระบบ และนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทย การพัฒนาแบบจำลองการตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์เพื่อการเลือกใช้รถยกอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ผู้ให้บริการคลังสินค้าพร้อมจัดส่งในจังหวัดนครปฐม ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ ขนาดกลางในประเทศไทย บทความด้านแอปพลิเคชันของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่อง ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของภาครัฐในกลุ่มผู้สูงอายุ: กรณีศึกษา แอปพลิเคชันทางรัฐ บทความด้านการศึกษา จำนวน 1 เรื่อง ได้แก่ การวิเคราะห์แนวคิดทักษะศตวรรษที่ 21 และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในวรรณกรรมเด็กและเยาวชน บทความด้านวัฒนธรรมไทย-จีน จำนวน 1 เรื่อง ได้แก่ พระนคร 2410: ภาพสะท้อนความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมไทย-จีน บทความวิชาการ จำนวน 1 เรื่อง ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหุ้นยั่งยืนกับหุ้นที่ไม่เป็นหุ้นยั่งยืนในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารหมักหมยและก่อสร้าง ช่วงปี พ.ศ. 2558-2566

กองบรรณาธิการเห็นว่าบทความทุกเรื่องในวารสารยังคงความหลากหลายให้ผู้อ่านได้อ่านเพิ่มพูนความรู้ และสุดท้ายนี้ขอขอบคุณที่ท่านให้ความสนใจติดตามวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มาโดยตลอด และขอขอบคุณในความอดทนและความร่วมมือของผู้เขียนและผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งรับหน้าที่ประเมินบทความพร้อมกันนี้ ขอเชิญชวนคณาจารย์และนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศ ร่วมเสนอผลงานทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ให้เป็นประโยชน์แก่วงการศึกษต่อไป โดยกองบรรณาธิการยังคงยึดมั่นในเกณฑ์คุณภาพทางวิชาการ เพื่อให้วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีคุณภาพและได้รับการจัดลำดับอยู่ในกลุ่มที่ 2 ของฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อย่างต่อเนื่อง

บรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

บทบรรณาธิการ

บทความวิจัย

- อิทธิพลของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ: มุมมอง
ผู้ใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า 1
นันทวรรณ บุญรักษา สุรสิทธิ์ บุญชูนนท์ รพี อุดมทรัพย์ บุษรินทร์ จินเกิดทรัพย์
และชัชชวิน กลิ่นวิวัฒน์ศิริ
- ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การพัฒนาระบบ และนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ต่อผลการ
ดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทย 24
พุทธิวัฒน์ ไวยวุฒิธนาภูมิ วีระเชษฐ์ มั่งแวน พิมพ์พลอย อีรสถิตย์ธรรม วิศวะ อนุยะวงษ์
และศรัณญา มีดขุนทด
- การพัฒนาแบบจำลองการตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์เพื่อการเลือกใช้รถยกอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา
ผู้ใช้บริการคลังสินค้าพร้อมจัดส่งในจังหวัดนครปฐม 44
ณภัทร ศรีนวล รพี อุดมทรัพย์ และพัชรา โพชะนิกร
- ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์
ขนาดกลางในประเทศไทย 65
ปภัสสร ดวงฤทธิ์ และชณิชา หมอญาติ
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของภาครัฐในกลุ่มผู้สูงอายุ: กรณีศึกษา
แอปพลิเคชันทางรัฐ 88
ณัฐฐอรุณ เรืองสมบัติ
- การวิเคราะห์แนวคิดทักษะศตวรรษที่ 21 และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในวรรณกรรมเด็ก
และเยาวชน 108
ขวัญชฎิล พิศาลพงศ์ และสุตราภรณ์ ตันตินีรนาถ
- พระนคร 2410: ภาพสะท้อนความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมไทย-จีน 129
Mao Yanli และชนิษฐา จิตชินะกุล

บทความวิชาการ

- ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหุ้นยั่งยืนกับหุ้นที่ไม่เป็นหุ้นยั่งยืนในกลุ่ม
อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ช่วงปี พ.ศ. 2558-2566 158
ธราเทพ โถปั้น วรรณรพี บานชื่นวิจิตร และรินรดา แสงบัว

ขอเชิญอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิ
ในสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครอบคลุมในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ
บัญชี เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์
การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ การศึกษาปฐมวัย ดิจิทัลอาร์ตและดีไซน์
ส่งบทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article)*
เพื่อให้กองบรรณาธิการพิจารณาก่อนการลงคุณภาพก่อนตีพิมพ์ใน
วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

*ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา กองบรรณาธิการ มีนโยบายรับบทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article) เท่านั้น โดยไม่รับบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) และบทความปริทัศน์ (Review Article)

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

1. เปิดรับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการผิดจริยธรรม/จรรยาบรรณ 2 ช่องทาง ดังนี้
 - E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th
 - หมายเลขโทรศัพท์ 02-697-6382
2. แนวทางการดำเนินงานด้านจริยธรรม/จรรยาบรรณของวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 - เมื่อได้รับข้อร้องเรียนกองบรรณาธิการจะตรวจสอบข้อมูลหลักฐานที่เกี่ยวข้องและในกรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กองบรรณาธิการอาจแจ้งกลับไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อรับทราบและชี้แจง
 - เมื่อกองบรรณาธิการได้รับคำชี้แจงและตรวจสอบแล้ว พบว่า ข้อร้องเรียนนั้นเป็นจริง บทความจะมีข้อความ Retracted Article (ถอนบทความ) และงดรับ บทความตีพิมพ์ในวารสาร

The Influence of Logistics Service Quality Satisfaction and Revisit: Freight Forwarder Service User's Perspective

Nantawan Boonraksa¹ Surasidh Boonchunone² Rapee Udomsub³ Bussarin Jeenkerdsup⁴
and Chatchawin Klinvivatanasiri^{5,*}

Received: July 30,2025 Revised: December 12,2025 Accepted: December 23,2025

Abstract

Currently logistics service quality is the core of logistics companies, whether they are transportation companies warehouse management companies or international freight forwarder companies. It plays a crucial role in satisfaction and service revisit. This research aims to study the factors influencing satisfaction, including reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles, and service revisit of customers using the freight forwarder services of XYZ Co., Ltd., Thailand. The analysis used an empirical research method. The study population consisted of 155 freight forwarder service users who had contracts for one year or more. The statistical methods used include descriptive statistics and multiple regression analysis. Finding are as follows: logistics service quality in terms of reliability and empathy influenced service satisfaction, and service satisfaction influenced service revisit. These two important factors serve as a guideline for developing strategies to enhance the service capabilities of freight forwarding companies, and to concretely strengthen their competitiveness toward sustainability

Keywords: Logistics service Quality, Satisfaction, Service Revisit, Freight Forwarder, Customer loyalty,Service Quality Dimensions, Thailand Logistics Industry

^{1,3} The Faculty of Logistics and Transportation Management, Panyapiwat Institute of Management

^{2,5} The Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

⁴ The Faculty of Business Administration, Pathumthani University

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

อิทธิพลของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและ การกลับมาใช้บริการซ้ำ: มุมมองผู้ใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า

นันทวรรณ บุญรักษา¹ สุรสิทธิ์ บุญชนนธ์² รพี อุดมทรัพย์³ บุษรินทร์ จินเกิดทรัพย์⁴
และชัชชิน กลิ่นวิวัฒน์ศิริ^{5,*}

วันรับบทความ: July 30, 2025 วันแก้ไขบทความ: December 12, 2025 วันตอบรับบทความ: December 23, 2025

บทคัดย่อ

ปัจจุบันคุณภาพของการบริการโลจิสติกส์เป็นหัวใจหลักของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านโลจิสติกส์ ไม่ว่าจะเป็นบริษัทที่ดำเนินกิจการขนส่ง การจัดการคลังสินค้า รวมทั้งบริษัทที่เป็นตัวแทนการขนส่งสินค้า ระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน ความเข้าใจ การจับต้องได้ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าที่ใช้บริการตัวแทนขนส่งสินค้าของบริษัท XYZ จำกัด ประเทศไทย การวิเคราะห์ใช้วิธีการวิจัยเชิงประจักษ์ ประชากรที่ศึกษา ผู้ใช้บริการตัวแทนขนส่งสินค้าที่ทำสัญญา 1 ปีขึ้นไป จำนวน 155 ราย ใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ด้านความน่าเชื่อถือและความเข้าใจ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการบริการ และความพึงพอใจการบริการมีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งทั้งสองปัจจัยที่สำคัญนี้เป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมศักยภาพการให้บริการของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า และเพื่อเพิ่มศักยภาพขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้ใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า ความภักดีของลูกค้า อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของประเทศไทย

^{1,3} คณะการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{2,5} คณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

⁴ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยปทุมธานี

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

บทนำ

อุตสาหกรรมโซ่อุปทานระดับโลกครอบคลุมการดำเนินงานของตัวแทนผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Freight Forwarder) ถือเป็นกระดูกสันหลังของการทำการค้าระหว่างประเทศ ภาคการขนส่งสินค้าจึงมีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางตามที่กำหนดได้อย่างถูกต้อง (Ansah et al., 2020; Shang et al., 2024) สำหรับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของภาคส่วนนี้ ได้แก่ เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี อิทธิพลทางสังคม และการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นจากการขยายตัวของการค้าโลกและความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากผู้ส่งออกและผู้นำเข้าสินค้าจากการคาดการณ์ว่าจะเติบโต 5.161 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐในช่วงปี 2567–2572 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ร้อยละ 4.1 (Research and Markets, 2025) ดังนั้น การเน้นย้ำความสำคัญการเลือกใช้บริการของลูกค้าที่ส่งผลต่อความอยู่รอดขององค์กรเป็นส่วนกระตุ้นให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐ และนักวิชาการต่างต้องหันมาให้ความสนใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า และการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ และยังช่วยเสริมสร้างสมรรถนะความได้เปรียบทางการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม (Dohale et al., 2022; Garg, 2024; Karmaoui et al., 2024)

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ให้ความสำคัญกับการยกระดับระบบโลจิสติกส์และการค้าระหว่างประเทศ โดยมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งให้มีความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบทั้งทางถนน ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ ควบคู่กับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ลดต้นทุน ยกระดับคุณภาพการให้บริการ และเสริมสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับภูมิภาคและระดับโลกในสภาพแวดล้อมที่ลูกค้ามีความต้องการเพิ่มสูงขึ้น และธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งสินค้ามีการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญบริษัทจึงจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาการบริการให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น

ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาในระดับมหภาค ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์จำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ความต้องการของลูกค้ามักเปลี่ยนแปลงไปและบริษัทต่าง ๆ จำเป็นต้องเปรียบเทียบกันในโซ่อุปทานและกิจกรรมโลจิสติกส์เพื่อตอบสนองความต้องการ (Khan et al., 2021; Khan et al., 2023) ด้วยเหตุนี้ ตัวแทนผู้ให้บริการโลจิสติกส์จึงควรให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์มากขึ้น ซึ่งพัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีของ Mentzer et al. (2001); Parasuraman et al. (1988); Parasuraman et al. (1985) ที่ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน ความเข้าใจ และการจับต้องได้ โดยคุณภาพการให้บริการที่สูงและตรงตามความต้องการ

ของลูกค้าจะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Birhanu, M. , 2024; Do et al., 2023; Gupta et al., 2023; Zia et al., 2024) โดยตัวแทนผู้ให้บริการจำเป็นต้องบริหารจัดการด้วยความยืดหยุ่น เช่น การตอบคำถามของลูกค้าอย่างรวดเร็ว การจัดส่งที่ตรงเวลา และการจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ (Baloch & Rashid, 2022; Rane et al., 2024; Setiono & Hidayat, 2022; Yang et al., 2024) นอกจากนี้ บริการต้องน่าเชื่อถือ เช่น การให้บริการตามที่ตกลงไว้อย่างสม่ำเสมอ การส่งมอบสินค้าตรงเวลา ถูกต้องทั้งด้านสถานที่ ปริมาณ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง (Marcysiak, 2021; Nguyen et al., 2022) ที่สำคัญต้องมีการรับประกันคุณภาพการบริการจากพฤติกรรมของพนักงาน เช่น ความสุภาพ ความรู้ความสามารถ ความจริงใจ และความปลอดภัยในการให้บริการ (Aziz et al., 2025; Bunzali et al., 2025; Crossley et al., 2024; Subhashini & Preetha, 2018) ด้านความเข้าใจลูกค้า ผู้ให้บริการควรมีความสามารถในการรับฟังและเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า พร้อมเสนอแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม (Hossain & Rahman, 2022; Khan et al., 2021; Subhashini & Preetha, 2018) ส่วนคุณภาพที่จับต้องได้ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ลูกค้าสัมผัสได้ เช่น การแต่งกายของพนักงาน สภาพของยานพาหนะ บรรจุภัณฑ์ และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงจุดหมายปลายทาง (Buthphorm et al., 2024; Khan et al., 2021; Nguyen et al., 2022) องค์ประกอบเหล่านี้มีผลต่อระดับความพึงพอใจ (Aziz et al., 2025; Bunzali et al., 2025; Yang et al., 2024; Zygiaris et al., 2022) และส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าและการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Naung, 2024; Rajput & Gahfoor, 2020; Usman et al., 2020) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว โดยทั่วไปการกลับมาใช้บริการซ้ำขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับในครั้งแรก หากบริการตรงหรือเกินความคาดหวัง ก็จะนำไปสู่ระดับความพึงพอใจที่สูงขึ้นและความภักดีการกลับมาใช้บริการซ้ำ

อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่ามีงานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโลจิสติกส์จำนวนมาก แต่ยังขาดงานที่ศึกษาพฤติกรรมลูกค้าที่มาใช้บริการตัวแทนขนส่งสินค้าของประเทศไทยโดยตรง งานวิจัยส่วนใหญ่ในต่างประเทศมักมุ่งศึกษาคุณภาพบริการในมิติของสายการบินขนส่งผู้โดยสารหรือผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายใหญ่ (3PL) ขณะที่งานศึกษาเชิงประจักษ์ที่วิเคราะห์คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ ในบริบทของตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของไทยเพียงเล็กน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อประเทศไทยมีผู้ให้บริการขนาดกลางและขนาดเล็กเป็นสัดส่วนสูง ซึ่งมีลักษณะการให้บริการและพฤติกรรมลูกค้าที่แตกต่างจากประเทศพัฒนาแล้วอย่างมีนัยสำคัญ

ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีส่วนสนับสนุนเชิงทฤษฎีโดยยืนยันอิทธิพลของมิติคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำในบริบทไทย พร้อมทั้งช่วยให้บริษัทตัวแทนขนส่งสามารถปรับปรุงบริการได้ตรงจุด เช่น การตอบสนองที่รวดเร็ว การส่งมอบตรงเวลา และการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ อีกทั้งยังสนับสนุนการวางกลยุทธ์บริการที่เหมาะสมกับบริบทของไทย และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะตัวแปรเกี่ยวกับคุณภาพด้านการบริการโลจิสติกส์ ประกอบด้วยมิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน ความเข้าใจ การจับต้องได้ ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ มีดังนี้

1. คุณภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ Logistics Service Quality (LSQ) หมายถึง การจัดการกระบวนการโลจิสติกส์การขนส่ง และการบริการหลังการขายเพื่อตอบสนองความคาดหวัง ที่นำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ และเสริมสร้างเจตนาเชิงพฤติกรรมใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้า โดยมีการพัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีของ Mentzer et al. (2001); Parasuraman et al. (1988); Parasuraman et al. (1985) มีองค์ประกอบ คือ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน ความเข้าใจ และการจับต้องได้ คุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า (Birhanu, M. 2024.; Do et al., 2023; Gupta et al., 2023; Zia et al., 2024)

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถการให้บริการตามที่ได้ทำการตกลงกันไว้ อย่างสม่ำเสมอและซื่อสัตย์ สามารถส่งสินค้าตรงเวลา การให้บริการมีความถูกต้องทั้งสถานที่ ปริมาณ และจำนวนสินค้า รวมทั้งการให้ข้อมูลสื่อสารเอกสารที่เกี่ยวข้องการกับขนส่งได้อย่างถูกต้อง (Marcysiak, 2021; Nguyen et al., 2022) ลดข้อผิดพลาดให้น้อยที่สุด ซึ่งการดำเนินงานให้บริการด้านต่างๆ ล้วนแต่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามีความมั่นใจที่มาใช้บริการจะนำไปสู่การเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจ (Aziz et al., 2025; Garg, 2024; Subhashini & Preetha, 2018) จากการทบทวนวรรณกรรมนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ว่า ความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจของตัวแทนขนส่งสินค้า (H1)

3. การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในการช่วยเหลือลูกค้า อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการที่มีความยืดหยุ่นในการจัดการข้อคำถามที่ลูกค้าอยากได้คำตอบทันที การเตรียมความพร้อมและให้ความสำคัญกับข้อร้องเรียนต่างๆ ของลูกค้าได้ด้วยการแก้ไขอย่างรวดเร็ว การตอบสนองอย่างรวดเร็วไม่ได้หมายถึงเพียงการตอบสนองต่อคำขอเท่านั้น แต่ยังแสดงถึงความเต็มใจที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า อย่างรวดเร็วและแม่นยำ (Rane et al., 2024; Setiono & Hidayat, 2022; Yang et al., 2024) ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่จะนำพาธุรกิจสู่ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นผลลัพธ์ด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่ดีขึ้น หรือการเป็นจุดแข็งที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ (Kotler et al., 2015; Lookman, 2022; Subhashini & Preetha, 2018) จากการทบทวนวรรณกรรมนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ว่า การตอบสนองมีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจของตัวแทนขนส่งสินค้า (H2)

4. การรับประกัน (Assurance) หมายถึง การให้บริการที่สร้างความมั่นใจเกี่ยวกับความรู้และทัศนคติที่สุภาพของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

ความเป็นมืออาชีพ ความมีน้ำใจ ความปลอดภัย และความจริงใจ ความเชี่ยวชาญและกิริยามารยาทของพนักงานมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นใจ เนื่องจากลูกค้าอาศัยความเป็นมืออาชีพและความรู้เพื่อสร้างความมั่นใจในบริการที่ได้รับ โดยสิ่งเหล่านี้ย่อมมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีมากขึ้น (Aziz et al., 2025; Bunzali et al., 2025; Crossley et al., 2024; Subhashini & Preetha, 2018) จากการทบทวนวรรณกรรมนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ว่า การรับประกันมีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจของตัวแทนขนส่งสินค้า (H3)

5. ความเข้าใจ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจและตอบสนองความต้องการ ความปรารถนา การแสดงความใส่ใจกระตือรือร้นต่อปัญหาของลูกค้า และนำเสนอวิธีแก้ปัญหาลูกค้าที่เหมาะสม (Hossain & Rahman, 2022; Khan et al., 2021; Subhashini & Preetha, 2018) สามารถแสดงให้เห็นได้โดยการทำความเข้าใจและตอบสนองความต้องการหรือความชอบเฉพาะของลูกค้า เช่น ช่วงเวลาการจัดส่งหรือคำแนะนำในการจัดการแบบพิเศษ การบริการเฉพาะบุคคลช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าโดยทำให้ลูกค้ารู้สึกมีคุณค่าและเข้าใจ (Purwanto et al., 2025; Zygariis et al., 2022) จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวนำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ว่า ความเข้าใจมีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจของตัวแทนขนส่งสินค้า (H4)

6. การจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพและภาพที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์ด้วย ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ถึงความเป็นมืออาชีพและคุณภาพความเป็นมืออาชีพของพนักงาน (Buthphorm et al., 2024; Khan et al., 2021; Nguyen et al., 2022) ได้แก่ การแต่งกายของพนักงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งสภาพของยานพาหนะขนส่ง และสภาพทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ และการจัดส่งถึงมือลูกค้าในสภาพสมบูรณ์ จากหลายงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าลูกค้าที่จับต้องได้นั้นเป็นปัจจัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการหลายประเภท (Alsalfiti & Notteboom, 2025; lo Storto & Evangelista, 2023; Subhashini & Preetha, 2018; Wu & Rojniruttikul, 2023) จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวนำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ว่า การจับต้องได้มีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจของตัวแทนขนส่งสินค้า (H5)

7. ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจหรือผิดหวังที่ลูกค้ารู้สึกจากกระบวนการประเมินเปรียบเทียบประสิทธิภาพที่รับรู้ของบริการหรือผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงการตัดสินใจซื้อบริการ ตลอดจนความต้องการและความจำเป็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ (Brady & Robertson, 2001; Egodawela et al., 2021; Kotler et al., 2015; Lookman, 2022; Tahanisaz & shokuhyar, 2020) และโดยทั่วไปความพึงพอใจของลูกค้ามาจากคุณภาพบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้สิ่งที่จับต้องได้มีความน่าเชื่อถือ สร้างความมั่นใจและการรับประกัน รวมทั้งมีการตอบสนองที่รวดเร็วในการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สร้างประสบการณ์ให้ลูกค้านำไปสู่พฤติกรรมหลังการใช้บริการความภักดีของลูกค้าที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ (Naung, 2024; Rajput & Gahfoor, 2020; Usman et al., 2020) จากการ

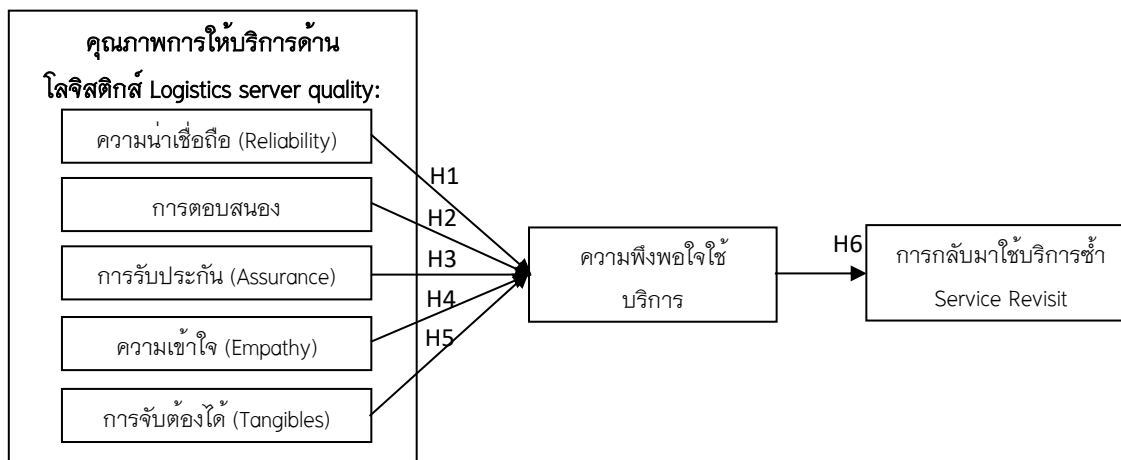
ทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวนำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ว่า ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ (H6)

8. การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Service Revisit) หมายถึง ตัวบ่งชี้ที่สำคัญของความภักดีของลูกค้าและความสำเร็จในระยะยาวของธุรกิจ เป็นการเชื่อมโยงปัจจัยหลายอย่าง que ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นสินค้า บริการ หรือสถานที่ต่างๆ โดยทั่วไปแล้ว การที่ผู้บริโภคจะกลับมาใช้บริการซ้ำนั้นขึ้นอยู่กับระดับของความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการครั้งแรกที่ผู้ใช้บริการได้รับการบริการตามคาดหวังหรือเกินความคาดหวัง และประสบการณ์ที่ได้รับรู้สึกว่ดี จะส่งผลทำให้บริษัทนั้นมีระดับความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีเจตนาเชิงพฤติกรรมกลับมาใช้บริการซ้ำ (Laia & Handini, 2022; Masudin et al., 2022; Ngo et al., 2025; Soliman et al., 2023; To & Leung, 2023)

สรุปได้ว่าทฤษฎี SERVQUAL คุณภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ (LSQ) หมายถึง ความสามารถในการบริหารการขนส่งและบริการหลังการขายให้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า ตามแนวคิด SERVQUAL และ Mentzer et al. (2001); Parasuraman et al. (1988). LSQ ประกอบด้วยความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน ความเข้าใจ และการจับต้องได้ ซึ่งล้วนมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Do et al., 2023; Zia et al., 2024). ความน่าเชื่อถือด้านความถูกต้องและตรงเวลาของการจัดส่งช่วยเพิ่มความมั่นใจ (Marcysiak, 2021; Nguyen et al., 2022) ขณะที่ความรวดเร็วในการตอบสนองเป็นปัจจัยสำคัญต่อประสบการณ์บริการ (Rane et al., 2024) การรับประกันผ่านความรู้และความเป็นมืออาชีพของพนักงานช่วยสร้างความไว้วางใจแก่ผู้ใช้บริการ (Crossley et al., 2024) เมื่อ LSQ สูงขึ้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า (Naung, 2024; Soliman et al., 2023)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: ปรับปรุงจาก Parasuraman et al. (1988); Parasuraman et al. (1985) Mentzer et al. (2001)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน ความเข้าใจ การจับต้องได้ ของลูกค้าที่ใช้บริการตัวแทนขนส่งสินค้าของบริษัท XYZ จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ คือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการตัวแทนขนส่งสินค้าของบริษัท XYZ จำกัด

สมมติฐาน

1. สมมติฐานที่ H1 ความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจของตัวแทนขนส่งสินค้า
2. สมมติฐานที่ H2 การตอบสนองมีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจของตัวแทนขนส่งสินค้า
3. สมมติฐานที่ H3 การรับประกันมีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจของตัวแทนขนส่งสินค้า
4. สมมติฐานที่ H4 ความเข้าใจมีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจของตัวแทนขนส่งสินค้า
5. สมมติฐานที่ H5 การจับต้องได้มีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจของตัวแทนขนส่งสินค้า
6. สมมติฐานที่ H6 ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ศึกษาคือ ผู้ส่งสินค้าที่มาใช้บริการบริษัทตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพียงแห่งเดียวเป็นกรณีศึกษา เพื่อวิเคราะห์เชิงลึกคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ แม้ผลลัพธ์อาจไม่สามารถสรุปไปใช้ทั่วไปได้ แต่สามารถเป็นแนวทางปรับปรุงบริการและเป็นพื้นฐานสำหรับงานวิจัยในอนาคตที่ขยายไปยังหลายบริษัท

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ (Independent variable) คุณภาพด้านการบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality) อันได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) ความเข้าใจ (Empathy) และการจับต้องได้ (Tangibles)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ (Service Satisfaction) และการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Service Revisit)

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา

ทำการเก็บเครื่องมือแบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างวันที่ เดือน 14 มกราคม 2568 ถึง 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ลูกค้าที่ใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท XYZ จำกัด โดยคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจากลูกค้าที่ทำสัญญา 1 ปีขึ้นไปจำนวน 155 ราย และเก็บข้อมูลผ่าน Google Form ภายใน 23 วัน ระหว่างเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2568 จำนวนตัวอย่างดังกล่าวไม่เพียงพอต่อการใช้ SEM ซึ่งโดยทั่วไปต้องไม่น้อยกว่า 200 ตัวอย่างหรือ 10-20 ตัวอย่างต่อตัวแปรสังเกต (Hair et al., 2019) จึงเลือกใช้ Multiple Regression Analysis (MRA) แทน โดยจำนวนตัวอย่าง 155 ราย สอดคล้องกับเกณฑ์ขั้นต่ำตามสูตรของ Green (1991) $N \geq 50 + 8m$ และเหมาะสมต่อการวิเคราะห์อิทธิพลของ LSQ ต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ตัวแปรที่ศึกษา จากการศึกษาได้มีการนำตัวแปรเกี่ยวกับคุณภาพด้านการบริการโลจิสติกส์ ประกอบด้วยมิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน ความเข้าใจ การจับต้องได้ ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ (2) ข้อมูลเกี่ยวกับการวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามทางด้านคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน ความเข้าใจ การจับต้องได้ มีข้อคำถามมิติละ 3 ข้อคำถาม ส่วนความพึงพอใจ มีจำนวน 5 ข้อคำถาม และการกลับมาใช้บริการซ้ำ มีจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้พัฒนาข้อคำถามมาจาก (BIRHANU, 2024; Lookman, 2022; Mentzer et al., 2001; Naung, 2024; Pan et al., 2023; Parasuraman et al., 1988; SEIFU, 2018) ใช้มาตรวัดประมาณค่าแบบ Likert type scale ข้อคำถาม 5 ระดับความคิดเห็น โดย 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย 3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง 4 หมายถึง เห็นด้วย และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตามลำดับ และได้มีการทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS for Window Version 27 ใช้สถิติ Multiple Regression Analysis โดยมีการนำค่าเฉลี่ยของตัวแปรมาคำนวณ สำหรับในการพัฒนาคุณภาพเครื่องมือ คือ ความตรงตามเนื้อหาโดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) พบว่ามี IOC มากกว่า 0.50 ข้อคำถามทุกข้อครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัดและใช้ได้ และผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าอำนาจจำแนกรายข้อด้วยการวิเคราะห์ (Corrected item-total correlation) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาผ่านเกณฑ์โดยมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อมากกว่า 0.3 และตัวแปรทุกตัวมีค่าความเที่ยง (Reliability) มากกว่า 0.7 จึงไม่ตัดข้อคำถามใดๆ ออกจากการวัดตัวแปร การตรวจสอบความเที่ยงโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา พบว่า ความเหมาะสมในเกณฑ์ดีถึงดีมาก ดังแสดงตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ

ตัวแปร	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (n=155)	สัมประสิทธิ์แอลฟา (n=155)
คุณภาพด้านการบริการโลจิสติกส์		
ความน่าเชื่อถือ (REL)	0.750–0.755	0.815 ^b –0.821 ^b
การตอบสนอง (RES)	0.718–0.810	0.789 ^c –0.872 ^b
การรับประกัน (ASS)	0.765–0.779	0.826 ^b –0.838 ^b
ความเข้าใจ (EMP)	0.645–0.791	0.752 ^c –0.892 ^b
การจับต้องได้ (TAN)	0.769–0.813	0.830 ^b –0.869 ^b
ความพึงพอใจ (SAT)	0.743–0.832	0.898 ^b –0.916 ^a
การกลับมาใช้บริการซ้ำ (REV)	0.768–0.818	0.874 ^b –0.877 ^b

^aหมายถึง มีความเหมาะสมในเกณฑ์ดีมาก, ^b หมายถึง มีความเหมาะสมในเกณฑ์ดี ^c หมายถึง มีความเหมาะสมในเกณฑ์พอใช้ได้ (DeVellis & Thorpe, 2021)

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป
 - 1.1 ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และตำแหน่งงาน
 - 1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายคุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์
2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์สถิติการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ พบว่า เป็นลูกค้าที่ใช้บริการมีการทำสัญญา 1 ปี ขึ้นไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 63.87 มีอายุเฉลี่ย 37 ปี โดยส่วนมากอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 38.06 และตำแหน่งการจัดซื้อจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 43.23 ตามลำดับ

การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) หมายถึงความสัมพันธ์สูงระหว่างตัวแปรอิสระซึ่งอาจทำให้ผลวิเคราะห์ถดถอยคลาดเคลื่อนตรวจสอบได้ด้วยค่า Tolerance และ VIF ผ่านโปรแกรม SPSS โดยผลการวิเคราะห์พบว่า Tolerance อยู่ระหว่าง .362-.517 และ VIF อยู่ระหว่าง 1.935-2.816 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรแต่ละตัวนั้นไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรอื่น ๆ ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์ต่อกันระหว่างตัวแปรซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ไม่เกิน 10 (Foxall & Yani-de-Soriano, 2005, p. 542; Hair et al., 2010)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็น

ผลการวิเคราะห์และแปลความหมายความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ (1) คุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกันความเข้าใจ และการจับต้องได้ (2) ความพึงพอใจ (3) การกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.187-4.387 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 0.810-0.952 และมีความหมายในระดับมากที่สุดเป็นส่วนใหญ่ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของตัวแปรที่ศึกษา (n=155)

ตัวแปร	$\bar{x}$	SD	แปลความหมาย
คุณภาพด้านการบริการโลจิสติกส์			
ความน่าเชื่อถือ (REL)	4.265	0.846	ระดับมากที่สุด
การตอบสนอง (RES)	4.387	0.833	ระดับมากที่สุด
การรับประกัน (ASS)	4.310	0.810	ระดับมากที่สุด
ความเข้าใจ (EMP)	4.258	0.946	ระดับมากที่สุด
การจับต้องได้ (TAN)	4.187	0.952	ระดับมาก
ความพึงพอใจ (SAT)	4.284	0.804	ระดับมากที่สุด
การกลับมาใช้บริการซ้ำ (REV)	4.232	0.796	ระดับมากที่สุด

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุและสมมติฐานการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยโปรแกรม
 ดังตารางที่ 3 และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคุณในรูปสัมประสิทธิ์ ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน
 (standardized coefficients, beta) (n=155)

ตัวแปร	SAT			REV		
	Standardized Coefficients	t-value	p-value	Standardized Coefficients	t-value	p-value
REL	0.329***	5.225	$p < .001$	–	–	–
RES	0.380*	1.154	$p > .05$	–	–	–
ASS	0.113*	1.677	$p > .05$	–	–	–
EMP	0.302***	4.106	$p < .001$	–	–	–
TAN	0.097*	1.390	$p > .05$	–	–	–
SAT	–	–	–	0.738***	3.358	$p < .001$
Constant	0.372			0.817		
n	155			155		
R^2	0.638			0.629		
Adjust R^2	0.626			0.626		
df	5			1		
F	52.611			259.006		
Sig	.000			.000		

หมายเหตุ: *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (t-value ≥ 3.29), ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (2.576 $<$ t-value < 3.29), * หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (t-value ≥ 1.96 , t-value ≤ 2.576)

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

โมเดลสมการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐานและมีนัยสำคัญ

$$\text{โมเดลสมการที่ 1 SAT} = .329\text{REL} + .380\text{RES} + .113\text{ASS} + .302\text{EMP} + .097\text{TAN}$$

$$\text{โมเดลสมการที่ 2 REV} = .738\text{SAT}$$

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

	สมมติฐาน	t-value	P-value	ผลการทดสอบ
กลุ่มที่ 1	H1 REL → SAT	5.225	$p < .001$	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
	H2 RES → SAT	1.154	$p > .05$	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
	H3 ASS → SAT	1.677	$p > .05$	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
	H4 EMP → SAT	4.106	$p < .001$	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
	H5 TAN → SAT	1.390	$p > .05$	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
กลุ่มที่ 2	H6 SAT → REV	3.358	$p < .001$	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

ผลการศึกษาสมมติฐาน Hypothesis ตามมติของ LSQ, SAT และ REV เป็นการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์โดยตรงของแต่ละมิติ LSQ ที่มีต่อ SAT และ REV โดยแต่ละมิติเป็น Reflective Indicators ซึ่งผู้วิจัยศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากตารางจึงสรุปได้ว่าการศึกษาคุณภาพการให้บริการบริบทประเทศไทยพบว่า คุณภาพการให้บริการของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าในประเทศไทยมีผลต่อความพึงพอใจใช้บริการส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำซึ่งเป็นผลดีในการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

สรุป และอภิปรายผล

H1 คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของการให้บริการขนส่งสินค้า มีทิศทางน่าเชื่อถือมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจการใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .001$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุเท่ากับ .329 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Aziz et al. (2025); Garg (2024); Marcysiak (2021); Subhashini and Preetha (2018) ที่ว่าการให้บริการตามที่ได้ทำการตกลงกันอย่างซื่อสัตย์ เช่น สามารถส่งสินค้าตรงเวลา การให้บริการมีความถูกต้องทั้งสถานที่ ปริมาณและจำนวนสินค้า รวมทั้งการให้ข้อมูลของเอกสารที่เกี่ยวข้องการกับขนส่งได้อย่างถูกต้องซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้านำไปสู่การเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจ

H2 คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของการให้บริการขนส่งสินค้า มีทิศทางตอบสนองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจการใช้บริการ ($p > .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .380

ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Kotler et al. (2015); Lookman (2022); Subhashini and Preetha (2018) ที่ว่า การที่ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ต้องมีความยืดหยุ่นที่สามารถตอบสนองต่อข้อร้องเรียนและปัญหาต่าง ๆ ของผู้บริโภคได้ทุกรูปแบบ โดยไม่ต้องรอนานในการทำรายการ รวมทั้งการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและจะนำพาธุรกิจสู่ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นผลลัพธ์ด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่ดีขึ้น หรือการเป็นจุดแข็งที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ จากผลที่มีความเห็นต่างพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่ทำธุรกิจซื้อขายไปและควบคุมการจัดส่งสินค้าของตนเอง ทำให้แทบไม่มีปัญหาเกี่ยวกับข้อร้องเรียนล่าช้าของตัวแทนผู้ให้บริการโลจิสติกส์จึงทำให้มิติการตอบสนองไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Restuputri et al., 2021; Yang, Zhao & Wang, 2024)

H3 คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของการให้บริการขนส่งสินค้า มิติการรับประกันไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจการใช้บริการ ($p>.05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .113 ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Aziz et al. (2025); Bunzali et al. (2025); Crossley et al. (2024); Subhashini and Preetha (2018) ที่ว่าการให้บริการด้านโลจิสติกส์ต้องสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับความรู้และทัศนคติ และความสุภาพของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ความเป็นมืออาชีพ ความมีน้ำใจ ความปลอดภัย และความจริงใจ เนื่องจากลูกค้าอาศัยความเป็นมืออาชีพและความรู้เพื่อสร้างความมั่นใจในบริการที่ได้รับ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจการใช้บริการมากยิ่งขึ้น จากผลที่มีความเห็นต่างพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่ทำธุรกิจซื้อขายไปและสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าทั่วไปและการนำเข้าแต่ละครั้งไม่ได้มีปริมาณมาก จึงสรุปได้ว่าในมิติการรับประกันในการไว้วางใจในการดูแลสินค้าจึงไม่มีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ (Asawawibul et al., 2025; Yang et al., 2024)

H4 คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของการให้บริการขนส่งสินค้า มิติความเข้าใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจการใช้บริการ ($p<.001$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .302 สอดคล้องกับการศึกษาของ Purwanto et al. (2025); Zygariis et al. (2022) ที่ว่า การเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง และการแนะนำช่วยเหลือปัญหา เช่น ช่วงเวลาการจัดส่งหรือคำแนะนำในการจัดการแบบพิเศษ การบริการเฉพาะบุคคล เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าโดยทำให้ลูกค้ารู้สึกมีคุณค่าและเข้าใจกับบริการที่ได้รับ

H5 คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของการให้บริการขนส่งสินค้า มิติการจับต้องได้ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจการใช้บริการ ($p>.05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .097 ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Alsalfiti and Notteboom (2025); Wu and Rojniruttikul (2023) ที่ว่าการให้บริการที่ผู้ใช้บริการได้รับรู้ จับต้องได้ทางกายภาพถึงความเป็นมืออาชีพและคุณภาพของพนักงานจะส่งผลต่อความพึงพอใจ เช่น การที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ความพร้อมของยานพาหนะขนส่ง

และบรรจุกู้ภัณฑ์ สำนักงานหรือพื้นที่ให้บริการมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย รวมทั้งมีระบบเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยในกระบวนการขนส่งเพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว ดังนั้นการที่ผู้ใช้บริการจับต้องได้กับการบริการจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจการใช้บริการมากขึ้นตามไปด้วย จากผลที่มีความเห็นต่างพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่ทำธุรกิจซื้อขายไปและสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าทั่วไป ผู้ใช้บริการมักเน้นเรื่องความถูกต้องของข้อมูล การส่งมอบตรงเวลา และความน่าเชื่อถือของบริการมากกว่ามิติการจับต้องได้ของบริการ จึงทำให้มิติการจับต้องได้ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจโดยตรง (Do et al., 2023; Yang et al., 2024)

H6 ความพึงพอใจใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้ซ้ำในการให้บริการขนส่งสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .001$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .738 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Chang and Lee (2020); Naung (2024); Rajput and Gahfoor (2020); Usman et al. (2020) ที่ว่าการที่ธุรกิจให้บริการด้านโลจิสติกส์จะมีคุณภาพการให้บริการที่ดียิ่งขึ้นและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าจะต้องให้ความสำคัญหัวใจของการบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพทุกๆด้าน เช่น การสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามสัญญาที่ตกลงกัน ในเรื่องการส่งถูกต้องสถานที่ ปริมาณที่ถูกต้องและปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจต่อการใช้บริการ และความเข้าใจ เช่น เวลาที่ลูกค้ามีปัญหาช่วยแนะนำการแก้ไขปัญหาด้วยความเต็มใจ สามารถมีความยืดหยุ่นตอบสนองความต้องการที่รวดเร็ว การรับประกันเช่น การสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับความรู้และทัศนคติของการตอบคำถามที่มั่นใจ และความสุภาพน่าไว้วางใจในการบริการของพนักงาน และการจับต้องได้ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีความพร้อมทั้งด้านพื้นที่ ความทันสมัย รวมถึงความพร้อมของยานพาหนะและบรรจุกู้ภัณฑ์ที่เพียงพอต่อการให้บริการ เพื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้นและเมื่อลูกค้าได้รับความพึงพอใจที่มากขึ้นนำไปสู่พฤติกรรมหลังการใช้บริการในความภักดีของลูกค้าที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อธุรกิจที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในปัจจุบัน เนื่องจากมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงจึงเป็นแนวทางในการสร้างจุดแข็งและส่งเสริมการเติบโตที่ยั่งยืนให้กับธุรกิจที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. สำหรับมิติตอบสนอง การรับประกัน และการจับต้องได้ ซึ่งให้เห็นการขยายความเข้าใจ SERVQUAL ในบริบทโลจิสติกส์ไทย โดยเฉพาะกลุ่ม SME ที่ให้ความสำคัญกับความถูกต้องและความน่าเชื่อถือมากกว่าปัจจัยทางกายภาพ ผลลัพธ์สะท้อนว่าการจับต้องได้อาจเป็นปัจจัยรองในการขนส่งที่ไม่ซับซ้อน และเป็นองค์ความรู้ใหม่ต่อการพัฒนาโมเดลคุณภาพบริการเฉพาะอุตสาหกรรม

2. คุณภาพการบริการมิติความน่าเชื่อถือและความเข้าใจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ จึงสนับสนุนทฤษฎีคุณภาพบริการ (SERVQUAL) ในมิติที่เกี่ยวข้องกับความถูกต้องและการบริการเฉพาะบุคคลใน

บริบทโลจิสติกส์ไทย อีกทั้งยังช่วยยืนยันว่าปัจจัยทั้งสองเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นฐานทางทฤษฎีสำหรับงานวิจัยด้านโลจิสติกส์และการบริการในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. แนวทางให้ผู้บริหาร ผู้จัดการจัดการ พัฒนามาตรฐานความน่าเชื่อถือของงานบริการ โดยกำหนดขั้นตอนงานให้ชัดเจนและควบคุมการส่งมอบให้ตรงเวลา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการ
2. อบรมทักษะบุคลากรด้านการสื่อสาร การให้คำปรึกษา และการแก้ปัญหาเชิงรุก เพื่อให้ตอบสนองลูกค้าได้อย่างแม่นยำและทันเวลา ซึ่งช่วยเพิ่มคุณค่าการบริการและกระตุ้นการกลับมาใช้บริการซ้ำในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังผู้ให้บริการตัวแทนขนส่งสินค้ามากกว่าหนึ่งบริษัท เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบคุณภาพบริการในบริบทที่หลากหลาย และเพิ่มความครอบคลุมของผลการวิจัย อันจะช่วยให้เกิดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำในอุตสาหกรรมตัวแทนขนส่งสินค้าของประเทศไทย
2. ควรศึกษาตัวแปรแทรกซ้อนหรือตัวแปรกำกับ เช่น ความไว้วางใจของลูกค้า ความผูกพันกับผู้ใช้บริการ หรือความเสี่ยงด้านโลจิสติกส์ เพื่อสร้างแบบจำลองเชิงเหตุผลที่ซับซ้อนขึ้นและอธิบายกลไกที่แท้จริงระหว่างคุณภาพบริการ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำได้อย่างครอบคลุม
3. ควรดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์การใช้บริการของลูกค้าในระดับกระบวนการจริง โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการรับมือปัญหา การจัดการเอกสาร และการสื่อสารภายในกระบวนการขนส่งซึ่งจะช่วยให้การตีความผลการวิจัยเชิงปริมาณมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนามาตรฐานงานด้านความน่าเชื่อถือ โดยเน้นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและเอกสาร การส่งมอบตรงเวลา และความสม่ำเสมอของกระบวนการบริการ ทั้งนี้ควรจัดทำแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในทุกขั้นตอนของการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจและเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างยั่งยืน
2. ควรพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการให้คำปรึกษาและการบริการแบบเฉพาะราย เช่น การฝึกอบรมทักษะการสื่อสาร การวิเคราะห์ปัญหาเชิงรุก และการตอบสนองต่อข้อกังวลของลูกค้าอย่างทันท่วงที การเสริมสร้างทักษะเหล่านี้จะช่วยเพิ่มคุณค่าการให้บริการและส่งผลกระทบต่อความภักดีและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าในระยะยาว

ข้อจำกัด งานวิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพียงแห่งเดียว ทำให้มีข้อจำกัดในการอ้างอิงผลไปยังกลุ่มผู้ใช้บริการหรือบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้บริหาร หัวหน้าและพนักงานทุกท่าน ที่เป็นผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของ XYZ จำกัด ประเทศไทย ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม

บรรณานุกรม

- Asawawibul, S., Na-Nan, K., Pinkajay, K., Jaturat, N., Kittichotsatsawat, Y., & Hu, B. (2025). The influence of cost on customer satisfaction in e-commerce logistics: Mediating roles of service quality, technology usage, transportation time, and production condition. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(1), 100482. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100482>
- Alsalfiti, A., & Notteboom, T. (2025). Evaluating Customer Satisfaction with Clearing and Forwarding Agents: A SERVQUAL Approach with Application to Kuwait Shuwaikh Port. *Scientific Journal of Maritime Research-Pomorstvo*, 373–388. <https://doi.org/10.31217/p.39.2.13>
- Ansah, R. K., Obiri-Yeboah, K., & Akipelu, G. (2020). Improving the freight transport of a developing economy: A case of Boankra inland port. *Journal of shipping and trade*, 5(1), 10. <https://doi.org/10.1186/s41072-020-00065-z>
- Aziz, Z. A., Nik Hussin, N. S., Mukhtar, D., Nordin, N., & Nordin, N. (2025). Factors Influencing the Service Quality for Customer Satisfaction on Parcel Service Safety in the Postal and Courier Industry: Analysis Using Structural Equation Modelling. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 33(2). <https://doi.org/10.47836/pjssh.33.2.05>
- Baloch, N., & Rashid, A. (2022). Supply chain networks, complexity, and optimization in developing economies: a systematic literature review and meta-analysis: supply chain networks and complexity: a meta-analysis. *South Asian Journal of Operations and Logistics*, 1(1), 14–19. <https://doi.org/10.57044/SAJOL.2022.1.1.2202>

- Birhanu, M. (2024). *Quality service delivery and its effect on customer satisfaction in Saba International Shipping, PLC, Addis Ababa*. <http://hdl.handle.net/123456789/8094>
- Brady, M. K., & Robertson, C. J. (2001). Searching for a consensus on the antecedent role of service quality and satisfaction: an exploratory cross-national study. *Journal of Business research*, 51(1), 53–60. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00041-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00041-7)
- Bunzali, R. C., Mwendapole, M. J., & Mugisha, E. J. (2025). Unveiling Key Service Quality Dimensions in Container Shipping: Enhancing Freight Forwarder Satisfaction in Tanzania. *Open Journal of Social Sciences*, 13(6), 514–530. <https://doi.org/10.4236/jss.2025.136035>
- Buthphorm, O., Sukhotu, V., & Hengsadeekul, T. (2024). An analysis of the development factors of rail freight transport in Thailand: a structural equation modeling approach. *Infrastructures*, 9(7), 102. <https://doi.org/10.3390/infrastructures9070102>
- Chang, J.-I., & Lee, C.-Y. (2020). The effect of service innovation on customer behavioral intention in the Taiwanese insurance sector: the role of word of mouth and corporate social responsibility. *Journal of Asia Business Studies*, 14(3), 341–360. <https://doi.org/10.1108/JABS-06-2018-0168>
- Crossley, C., Taylor, S. G., Liden, R. C., Wo, D., & Piccolo, R. F. (2024). Right from the start: The association between ethical leadership, trust primacy, and customer loyalty. *Journal of Business Ethics*, 193(2), 409–426. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05485-y>
- DeVellis, R. F., & Thorpe, C. T. (2021). *Scale development: Theory and applications*. Sage publications.
- 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>
- Dohale, V., Ambilkar, P., Gunasekaran, A., & Verma, P. (2022). Supply chain risk mitigation strategies during COVID-19: Exploratory cases of “make-to-order” handloom saree apparel industries. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 52(2), 109–129. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-12-2020-0450>

- Egodawela, D., Wijayanayake, A., & Peter, S. (2021). Determinant of Factors affecting Customer Satisfaction: Case of the Logistics Industry in Sri Lanka. <https://doi.org/10.46254/AN11.20210367>
- Foxall, G. R., & Yani-de-Soriano, M. M. (2005). Situational influences on consumers' attitudes and behavior. *Journal of Business Research*, 58(4), 518–525. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(03\)00142-5](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(03)00142-5)
- Garg, A. (2024). A Study of the Factors Affecting the Performance of the Freight Forwarding Industry with Respect to Customer Preferences. In *Emerging Trends in Smart Societies* (pp. 345–348). Routledge.
- Green, S. B. (1991). How many subjects does it take to do a regression analysis. *Multivariate behavioral research*, 26(3), 499–510.
- Gupta, A., Singh, R. K., Mathiyazhagan, K., Suri, P. K., & Dwivedi, Y. K. (2023). Exploring relationships between service quality dimensions and customers satisfaction: empirical study in context to Indian logistics service providers. *The international Journal of logistics management*, 34(6), 1858–1889. <https://doi.org/10.1108/IJLM-02-2022-0084>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & William, C. (2010). *Multivariate data analysis*. Pearson.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eight Edition*. Cengage Learning EMEA. In.
- Hossain, M. S., & Rahman, M. F. (2022). Detection of potential customers' empathy behavior towards customers' reviews. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102881. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102881>
- Karmaoui, A., Yoganandan, G., Sereno, D., Shaukat, K., El Jaafari, S., & Hajji, L. (2024). Global network analysis of links between business, climate change, and sustainability and setting up the interconnections framework. *Environment, Development and Sustainability*, 26(12), 30501–30525. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03883-w>
- Khan, A. G., Lima, R. P., & Mahmud, M. S. (2021). Understanding the service quality and customer satisfaction of mobile banking in Bangladesh: Using a structural equation model. *Global Business Review*, 22(1), 85–100. <https://doi.org/10.1177/0972150918795551>

- Khan, S. , Rashid, A. , Rasheed, R. , & Amirah, N. A. (2023) . Designing a knowledge–based system (KBS) to study consumer purchase intention: *the impact of digital influencers in Pakistan. Kybernetes*, 52(5), 1720–1744. <https://doi.org/10.1108/K-06-2021-0497>
- Kotler, P., Armstrong, G., Agnihotri, P., & Haque, E. (2015). Products, services, and brands: building customer value. *Principles of marketing*, 264.
- Laia, P. V. B. T., & Handini, S. (2022). The influence of product quality, service quality and perceived quality on repurchase intention with customer satisfaction as intervening variables at XYZ surabaya store customers. *Sinergi: jurnal ilmiah ilmu manajemen*, 12(1) , 35– 39. <https://doi.org/10.25139/sng.v12i1.5692>
- lo Storto, C. , & Evangelista, P. (2023) . Infrastructure efficiency, logistics quality and environmental impact of land logistics systems in the EU: A DEA–based dynamic mapping. *Research in Transportation Business & Management*, 46, 100814. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2022.100814>
- Lookman, C. D. (2022) . The Effect of Reliability, Service Price, Guarantee, Organization Image and Responsiveness on Customer Satisfaction and Customer Loyalty on The Freight Forwarding Service Company PT Lookman. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 2(2), 160–172. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v2i2.3411>
- Marcysiak, A. (2021) . Customer service quality management on the courier services market. *Entrepreneurship and sustainability issues*, 9(1), 190. [https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.1\(11\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.1(11))
- Masudin, I., Hanifah, Y. K. P., Dewi, S. K., Restuputri, D. P., & Handayani, D. I. (2022). Customer perception of logistics service quality using SIPA and modified Kano: Case study of Indonesian e–commerce. *Logistics*, 6(3), 51. <https://doi.org/10.3390/logistics6030051>
- Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Hult, G. T. M. (2001). Logistics service quality as a segment–customized process. *Journal of marketing*, 65(4), 82–104. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.4.82.18390>
- Naung, N. K. L. (2024) . The Effect of Service Quality and Customer Relationship Management on Customer Satisfaction and Revisit Intention towards Quality Care Aesthetic Clinic (Nang Khin Lay Naung, 2024) MERAL Portal].

- Ngo, T. T. A., An, G. K., Dao, D. K., Nguyen, N. Q. N., Nguyen, N. Y. V., & Phong, B. H. (2025). Roles of logistics service quality in shaping generation Z customers' repurchase intention and electronic word of mouth in E-commerce industry. *PloS one*, 20(5), e0323962.
- Nguyen, T. Q., Ngo, L. T. T., Huynh, N. T., Quoc, T. L., & Hoang, L. V. (2022). Assessing port service quality: An application of the extension fuzzy AHP and importance–performance analysis. *PloS one*, 17(2), e0264590. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0264590>
- Pan, Y., Zeng, S., Chen, W., & Gu, J. (2023). Service quality evaluation of crowdsourcing logistics platform based on Fermatean fuzzy TODIM and regret theory. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 123, 106385. <https://doi.org/10.1016/j.engappai.2023.106385>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. 1988, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41–50.
- Purwanto, P., Yulfiswandi, Y., & Mon, M. D. (2025). The Role of Service Quality and Price in Enhancing Customer Satisfaction Using the SPSS Regression Method. *Moneter: Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 13(1), 13–24.
- Rajput, A., & Gahfoor, R. Z. (2020). Satisfaction and revisit intentions at fast food restaurants. *Future Business Journal*, 6(1), 13. <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00021-0>
- Rane, N., Choudhary, S. P., & Rane, J. (2024). Acceptance of artificial intelligence: key factors, challenges, and implementation strategies. *Journal of Applied Artificial Intelligence*, 5(2), 50–70. <https://doi.org/10.48185/jaai.v5i2.1017>
- Restuputri, D. P., Indriani, T. R., & Masudin, I. (2021). The effect of logistic service quality on customer satisfaction and loyalty using kansei engineering during the COVID-19 pandemic. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1906492. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1906492>
- Research And Markets. (2025). Freight Forwarding Market 2025–2029. <https://www.researchandmarkets.com/r/1oxq65>.

- Seifu, w. (2018). *Effects of service quality on customer satisfaction: the case of ethiopian shipping and logistics service enterprise*. (doctoral dissertation, st. mary's university).
- Setiono, B. A., & Hidayat, S. (2022). Influence of service quality with the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles on customer satisfaction. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 6(09) , 330– 341. <https://doi.org/10.51505/ijebmr.2022.6924>
- Shang, K.-C., Kuo, S.-Y., Hsu, S.-W., Lai, P.-L., & Ye, K.-D. (2024). Leader–member exchange, team–member exchange, employee satisfaction, and service–oriented organizational citizenship behavior in the international logistics industry: The moderating effect of the service climate. *Research in Transportation Business & Management*, 52, 101072. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2023.101072>
- Soliman, S. G., Elsaed, A. A., & Emam, A. M. (2023). The Impact of Logistics Service Quality on Customer Loyalty in Egyptian Resorts: Customer Satisfaction as A Mediator. *International Journal of Tourism and Hospitality Management*, 61, 153–167. <https://doi.org/10.21608/ijthm.2023.300848>
- Subhashini, S., & Preetha, S. (2018). An empirical analysis of service quality factors pertaining to ocean freight forwarding services *Maritime business review*, 33, 276–289. <https://doi.org/10.1108/MABR-01-2018-0004>
- Tahanisaz, S., & shokuhyar, S. (2020). Evaluation of passenger satisfaction with service quality: A consecutive method applied to the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 83, 101764. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101764>
- To, W. M., & Leung, V. W. (2023). The effects of diningscape on customer satisfaction and word of mouth. *British Food Journal*, 125(9), 3334–3350. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2022-0985>
- Usman, H., Kanitra, A., & Maharani, A. (2020). Customer satisfaction, revisit intention and promoting ferry transportation. *Journal of Business and Management Review*, 1(3) , 186– 207. <https://doi.org/10.47153/jbmr13.362020>
- Wu, Z., & Rojniruttikul, N. (2023). Factors influencing customer retention in the parcel delivery industry. *The Global Conference on Entrepreneurship and the Economy in an Era of Uncertainty*,

- Yang, Q., Wang, Z.-S., Feng, K., & Tang, Q.-Y. (2024). Investigating the crucial role of logistics service quality in customer satisfaction for fresh e-commerce: A mutually validating method based on SERVQUAL and service encounter theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81, 103940. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103940>
- Zia, S. M., Faheem, M., Raza, H., & Baig, S. (2024). Impact of Contemporary Logistics Factors on Customer Satisfaction in E-commerce. *International Journal of Trends and Innovations in Business & Social Sciences*, 2(1), 38–49. <https://doi.org/10.48112/tibss.v2i1.719>
- Zygiaris, S., Hameed, Z., Ayidh Alsubaie, M., & Ur Rehman, S. (2022). Service quality and customer satisfaction in the post pandemic world: A study of Saudi auto care industry. *Frontiers in psychology*, 13, 842141. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.842141>

Causal Factors of Logistics System Development Strategies and Process Innovation on the Performance of the Construction Industry in Thailand

Phutthiwat Waiyawuththanapoom¹ Weerachet Mangwaen^{2,*} Pimploi Tirastittam³
Wissawa Aunyawong⁴ and Saranya Muedkhuntod⁵

Received: August 15,2025 Revised: October 30,2025 Accepted: November 20,2025

Abstract

The objectives of this research were threefold: 1) to analyze the level of Logistics System Development Strategy, Innovation in Logistics Processes, and Organizational Performance in the Thai construction industry; 2) to analyze the direct influence of the Logistics System Development Strategy on Logistics Process Innovation and Organizational Performance; and 3) to analyze the direct influence of Logistics Process Innovation on Organizational Performance, and the role of innovation as a mediating variable. This study employed a quantitative research approach. Data were collected using questionnaires from 300 registered construction entrepreneurs under the Thai Contractors Association (TCA). The analysis utilized descriptive statistics and Structural Equation Modeling (SEM). The research findings indicate that the Logistics System Development Strategy has a significant positive direct influence on Logistics Process Innovation. The Logistics System Development Strategy also exhibits a significant positive direct influence on Organizational Performance. Furthermore, Logistics Process Innovation has a significant positive direct influence on Organizational Performance. Notably, Logistics Process Innovation acts as a mediating variable, exerting an indirect influence between the logistics development strategy and organizational performance. The research concludes that a robust logistics strategy not only directly contributes to organizational efficiency but also stimulates innovation, which is a crucial mechanism for sustainably enhancing performance in the construction industry.

Keywords: Development Strategy, Innovation, Logistics System, Operations, Construction Industry
Learning styles

¹ Logistics and Supply Chain Management Master, College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University

² Logistics Management Program for Online Business, College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University

³ Digital Marketing, College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University

⁴ Logistics and Supply Chain Management DBA, College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University

⁵ College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University

* Corresponding author.E-mail: weerachet.ma@ssru.ac.th

ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การพัฒนาระบบ และนวัตกรรม ในกระบวนการโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ก่อสร้างในประเทศไทย

พุทธิวัฒน์ ไวยวุฒิธนาภูมิ¹ วีรเชษฐ์ มั่งแกว่น^{2*} พิมพ์พลอย ชีรสติยัตถธรรม³ วิศวะ อนุยะวงษ์⁴
และศรัญญา มีดขุนทด⁵

วันรับบทความ: August 15, 2025 วันแก้ไขบทความ: October 30, 2025 วันตอบรับบทความ: November 20, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ระดับ ของกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ นวัตกรรม ในกระบวนการโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ของกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่มีต่อนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์และผลการดำเนินงาน และ 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ของนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ที่มีต่อผลการดำเนินงาน และบทบาทของ นวัตกรรมฯ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ประกอบการก่อสร้างของประเทศไทย ที่จดทะเบียนกับสมาคมอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (TCA) จำนวน 300 คน การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิง พรรณนาและ แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์มีบทบาทเป็น ตัวแปร คั่นกลาง ที่มีอิทธิพลทางอ้อมระหว่างกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์และผลการดำเนินงานผลการวิจัยสรุปว่า การมี กลยุทธ์โลจิสติกส์ที่แข็งแกร่งไม่เพียงส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพองค์กร แต่ยังกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรม ซึ่งเป็นกลไก สำคัญในการยกระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมก่อสร้าง

คำสำคัญ: กลยุทธ์การพัฒนา นวัตกรรม ระบบโลจิสติกส์ การดำเนินงาน อุตสาหกรรมก่อสร้าง

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจออนไลน์ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

³ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

⁴ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

⁵ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

* Corresponding author. E-mail: weerachet.ma@ssru.ac.th

บทนำ

อุตสาหกรรมก่อสร้างนับเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย และเป็นรากฐานของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศในระยะยาว ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ได้ให้ความสำคัญกับการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล โดยเฉพาะการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม พลังงาน และดิจิทัล ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับภาคการก่อสร้าง (Office of the National Economic and Social Development Council [NESDC], 2022) แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมก่อสร้างกำลังเผชิญกับความท้าทายหลากหลาย ทั้งในด้านต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ความล่าช้าของโครงการ การขาดแคลนแรงงานฝีมือ และความจำเป็นในการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่รวดเร็ว (Thai Contractors Association Under H.M. The King's Patronage [TCA], 2023) นอกจากนี้ ความผันผวนของราคาวัสดุ อัตราเงินเฟ้อ และความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ทั่วโลก ล้วนส่งผลกระทบต่อต้นทุนและระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการก่อสร้าง International Monetary Fund, 2024) สถานการณ์เหล่านี้จึงตอกย้ำความจำเป็นในการบริหารจัดการทรัพยากรและกระบวนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง "ระบบโลจิสติกส์"

ระบบโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง คือ หัวใจสำคัญของการส่งมอบวัสดุ อุปกรณ์ และทรัพยากรที่จำเป็นต่อการดำเนินโครงการทั้งหมด โดยครอบคลุมกระบวนการตั้งแต่การวางแผนความต้องการวัสดุ การจัดซื้อจัดหา การขนส่ง การรับเข้า (Receiving) การจัดเก็บชั่วคราว ณ พื้นที่ก่อสร้าง (On-site Storage) ไปจนถึงการเคลื่อนย้ายวัสดุไปยังจุดใช้งานจริง ซึ่งระบบนี้มีความซับซ้อนและแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่นอย่างมาก เนื่องจากการเคลื่อนย้ายสถานที่โดยสถานที่ก่อสร้างมีการเปลี่ยนแปลงและย้ายไปเรื่อย ๆ ความหลากหลายของวัสดุมีวัสดุนับพันประเภทและขนาด ข้อจำกัดด้านพื้นที่จัดเก็บวัสดุในไซต์งานมีจำกัดและความต้องการวัสดุแบบทันทางที่ ซึ่งวัสดุต้องมาถึงตามตารางเวลาการก่อสร้างที่เข้มงวด จึงทำให้การบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่ไม่มีประสิทธิภาพนำไปสู่ปัญหาหลัก ได้แก่ การจัดส่งล่าช้า การสูญหายหรือเสียหายของวัสดุ ต้นทุนการจัดเก็บที่สูงขึ้น และที่สำคัญที่สุด คือ การหยุดชะงักของกระบวนการก่อสร้าง ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนโครงการ ระยะเวลาการแล้วเสร็จ และคุณภาพของงาน (Durdyev et al., 2018, p.564–572) ถึงแม้จะมีความตระหนักถึงความสำคัญของโลจิสติกส์ แต่การศึกษาที่เน้นการวิเคราะห์ ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างในบริบทของประเทศไทยอย่างจริงจังยังมีอยู่อย่างจำกัด งานวิจัยที่มีอยู่มักเน้นไปที่การจัดการซัพพลายเชนโดยรวม หรือการบริหารความเสี่ยงด้านการจัดหา มากกว่าการวิเคราะห์บทบาทของ นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ ในฐานะ ตัวแปรสื่อกลางที่ขับเคลื่อนความสัมพันธ์ดังกล่าว

ด้วยเหตุนี้ การพัฒนากลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการมุ่งเน้นการเติมเต็ม ช่องว่างความรู้ โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างอย่างเป็นระบบเพื่อเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการก่อสร้าง ในการกำหนดและปรับใช้กลยุทธ์โลจิสติกส์ที่แข็งแกร่งและนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนการยกระดับประสิทธิภาพของภาคการก่อสร้างโดยรวมของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ระดับของกลยุทธ์การพัฒนาระบบ และนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่มีต่อนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง และบทบาทของนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ในการเป็นตัวแปรต้นกลางระหว่างกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาองค์ประกอบสำคัญในการมุ่งเน้นการพัฒนากลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปดังนี้

1. กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ (Logistics System Development Strategy) ซึ่งเป็นกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ถูกนิยามว่าเป็นแผนและแนวทางปฏิบัติที่องค์กรนำมาใช้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความคล่องตัวของกระบวนการโลจิสติกส์ทั้งหมด (Saengthong et al., 2024) ในอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย การมีกลยุทธ์ที่แข็งแกร่งเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อรับมือกับความผันผวนของต้นทุนวัสดุและความท้าทายด้านการจัดหาในพื้นที่โครงการที่จำกัด มิติสำคัญของกลยุทธ์ที่ใช้ในการวิจัยนี้ประกอบด้วย: 1) การบริหารจัดการคลังสินค้า 2) การบริหารจัดการการขนส่ง 3) การใช้เทคโนโลยี

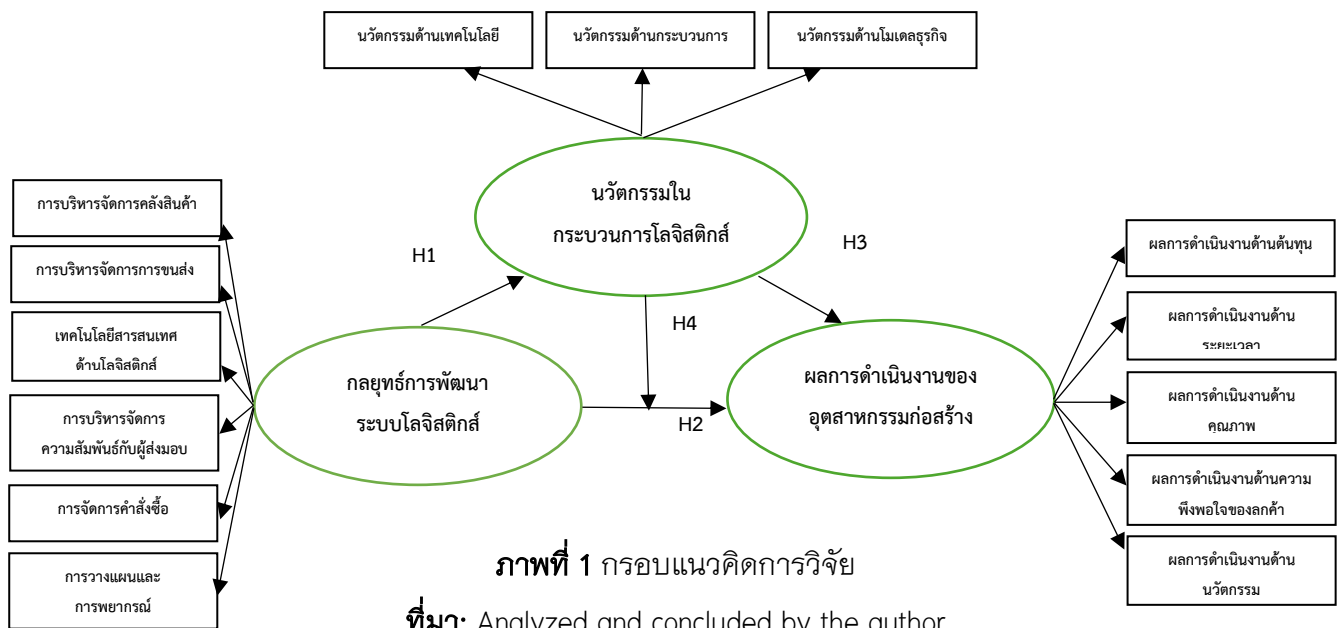
สารสนเทศด้านโลจิสติกส์ 4) การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ 5) การจัดการคำสั่งซื้อ และ 6) การวางแผนและการพยากรณ์

2. นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ (Innovation in Logistics Processes) เป็นนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ หมายถึง การนำกระบวนการ เทคโนโลยี หรือวิธีการใหม่ๆ มาใช้ในการบริหารจัดการกิจกรรมโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ หรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกระบวนการโดยรวม (Gikonyo et al., 2022) การนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคก่อสร้างไทยในปัจจุบัน ประเภทของนวัตกรรม ที่ศึกษา ได้แก่ 1) นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี เช่น การใช้ IoT หรือ AI ในการติดตามวัสดุ 2) นวัตกรรมด้านกระบวนการ เช่น การปรับผังการทำงาน และ 3) นวัตกรรมด้านองค์กรหรือโมเดลธุรกิจ เช่น การใช้ Third-Party Logistics

3. ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง (Construction Industry Performance) เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของทั้งโครงการและองค์กร มิติผลการดำเนินงานที่ใช้วัดในงานวิจัยนี้มีความครอบคลุมและเชื่อมโยงกับปัญหาที่ภาคก่อสร้างไทยเผชิญ ได้แก่ 1) ผลการดำเนินงานด้านต้นทุน (ความสามารถในการควบคุมและลดต้นทุนโลจิสติกส์และต้นทุนโครงการโดยรวม) (Durdyev et al., 2018, p.564–572) 2) ผลการดำเนินงานด้านระยะเวลา (การแล้วเสร็จตามกำหนดหรือเร็วกว่ากำหนด) (Jaafari, 2021) 3) ผลการดำเนินงานด้านคุณภาพ (การส่งมอบโครงการที่ได้มาตรฐานและลดข้อบกพร่อง) 4) ผลการดำเนินงานด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Sacks et al., 2019) และ 5) ผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรม (ความสามารถในการสร้างสรรค์หรือนำนวัตกรรมมาใช้) (Chattopadhyay et al., 2021)

ดังนั้น การทบทวนวรรณกรรมนี้แสดงให้เห็นว่า แม้งานวิจัยในต่างประเทศจะยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์โลจิสติกส์และผลการดำเนินงาน แต่การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของการเป็นตัวแปรสื่อกลางของนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ในบริบทของอุตสาหกรรมก่อสร้างไทยยังขาดหายไป ผลการวิจัยจึงจะช่วยให้ผู้ประกอบการในประเทศสามารถเข้าใจและจัดลำดับความสำคัญของมิติกลยุทธ์ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพอย่างชัดเจน อันจะนำไปสู่การยกระดับการจัดการโลจิสติกส์และเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายภาคอุตสาหกรรมต่อไป

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



สมมติฐาน

H1: กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลเชิงสาเหตุเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทย

H2: กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลเชิงสาเหตุเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทย

H3: นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์มีอิทธิพลเชิงสาเหตุเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทย

H4: นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์เป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผ่านอิทธิพลของกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาองค์ประกอบและรูปแบบของปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การพัฒนาระบบ และนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทย จากนั้นใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานเพื่อช่วยอธิบายและยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น (Creswell, 2017) หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ ระดับองค์กรและมีวิธีวิทยาที่นำมาใช้ในการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการก่อสร้างของประเทศไทย ที่จดทะเบียนกับสมาคมอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (TCA) จำนวน 600 ราย (Thailand Construction Association, 2021)

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแทนของผู้ประกอบการก่อสร้างของประเทศไทย ที่จดทะเบียนกับสมาคมอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (TCA) คือ ผู้บริหารระดับกลางถึงระดับสูง หรือผู้จัดการที่รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน หรือการจัดการโครงการก่อสร้างในองค์กร การกำหนดตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 234 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผู้วิจัยได้ทำการประมาณการกลุ่มตัวอย่างเป็น 300 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลหรือลดความคลาดเคลื่อนจากการตอบแบบสอบถามและให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ และความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบสมมุติฐานความสัมพันธ์ของตัวแปร และทดสอบความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และการวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปร ควรกำหนดตัวอย่างประมาณ 10–20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Observed variable) (Vanichbuncha, 2018) ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างสูงสุดที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ ได้มาด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีการดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 กำหนดจำนวนประชากรทั้งหมดของผู้ประกอบการก่อสร้างที่จดทะเบียนกับสมาคมอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (TCA) จำนวน 600 ราย ขั้นที่ 2 การเลือกตัวแทนของผู้ประกอบการก่อสร้างของประเทศไทย โดยการแบ่งขนาดตามหลักการการแบ่งขนาดของประชากรตามประเภทนิติบุคคล ขั้นที่ 3 การแบ่งกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการก่อสร้างของประเทศไทยโดยการแบ่งกลุ่มตามการจัดสรรแบบสัดส่วน (Proportional Allocation) ตามประเภทนิติบุคคลเพื่อรับรองความเป็นตัวแทนของประชากร ขั้นที่ 4 การเลือกตัวแทนของ

ประเภทนิติบุคคลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกสุ่มตัวอย่างเป็นช่วง (ช่วงละ 3 ตัวอย่าง) เพื่อให้ทุกหน่วยในประชากรมีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน ตัวแทนของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ผู้บริหารระดับกลางถึงระดับสูง หรือผู้จัดการที่รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (Vanichbuncha, 2018) โดยแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนบริษัทตามสัดส่วนประเภทนิติบุคคล แบ่งตามการจัดสรรแบบสัดส่วน (Proportional Allocation)

ประเภทนิติบุคคล	จำนวนผู้ประกอบการ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
บริษัทจำกัด	473	236	78.77
ห้างหุ้นส่วนจำกัดและ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติ บุคคล	126	63	21.07
บริษัทมหาชนจำกัด	1	1	0.16
รวม	600	300	100

ที่มา: Analyzed and concluded by the author

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายปิด ซึ่งในตอนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลทั่วไปแบบเลือกตอบ (Check List) และสำหรับตอนที่ 2 – 4 เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert (1967)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนคือ 1) การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์กรอบแนวคิดในการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยนำมาปรับปรุงข้อคำถาม หากค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยพบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 ตามคำแนะนำของ (Hair et al., 2010) สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้ 2) การตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือจากการทดลองโดย (Try out) กับผู้ประกอบการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1984) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ (Hair et al., 2010) จากการทดสอบพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.908 และจากผลการทดสอบคุณภาพ

เครื่องมือการวิจัยด้วยการตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาคพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่แบ่งตามรายด้านมีค่าระหว่าง 0.842–0.928 ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนด ดังนั้นแบบสอบถามดังกล่าวสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยได้ 3) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง โดยตรวจสอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) เพื่อยืนยันว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับโครงสร้างตัวแปรแฝงตามแบบจำลองที่ตั้งไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการก่อสร้างของประเทศไทยที่จดทะเบียนกับสมาคมอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (TCA) โดยการลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2568 รวมทั้งสิ้น 2 เดือน มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 300 คน (คิดเป็นอัตราการตอบกลับ Response Rate ร้อยละ 100)

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าสถิติซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอธิบายระดับของตัวแปรที่ศึกษาสถิติเชิงอนุมานใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) และวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุด้วยการวิเคราะห์แบบ Path Analysis โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ โดยพิจารณาค่าความกลมกลืนของโมเดลตามเกณฑ์ และพิจารณาค่า χ^2/df มีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนี CFI มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี RMSEA และ ดัชนี RMR มีค่าต่ำกว่า 0.05 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จึงถือว่ารูปแบบนั้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair et al, 2010)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและองค์กร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการ (ผู้จัดการฝ่ายโลจิสติกส์/ซัพพลายเชน, ผู้จัดการโครงการ) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.33 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้าง 5–10 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00 ส่วนใหญ่มีขนาดขององค์กรขนาดกลาง คิดเป็นร้อยละ 48.33 และส่วนใหญ่ประเภทธุรกิจหลักขององค์กร เป็นผู้รับเหมาก่อสร้างอาคาร คิดเป็นร้อยละ 40.00

นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับ มาก โดยผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.23$) โดยผู้ประกอบการมีการรับรู้ ว่าผลการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก รองลงมาคือ กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ($\bar{x} = 4.10$) โดยองค์กรให้ความสำคัญและมีการดำเนินการตามกลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ในระดับสูง และ นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ ($\bar{x} = 3.95$) ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดสะท้อนถึงการให้ความสำคัญและการรับรู้ในเชิงบวกต่อตัวแปร แสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์	4.10	0.72	มาก
นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์	3.95	0.78	มาก
ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ก่อสร้าง	4.23	0.65	มาก

ที่มา: Analyzed and concluded by the author

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปรโดยใช้การวิเคราะห์ Path Analysis เพื่อทำการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยเพื่อตรวจสอบตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ และมีความสัมพันธ์ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่ามีค่าอยู่ระดับใด ซึ่งจากการทดสอบ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตทั้ง จำนวน 14 ตัวแปร จำนวน 91 คู่ มีความสัมพันธ์และความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง .26–.78 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต้องมีค่าไม่เกิน 0.90 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรที่ศึกษาไม่มีปัญหาในเรื่องความสัมพันธ์สูงเกินไป (Multicollinearity) รวมทั้งการทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปรเหล่านี้ ด้วยค่า KMO (Kaiser–Meyer–Olkin) และค่า Bartlett’s test of Sphericity เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวแปร พบว่า ค่า KMO ที่ได้ คือ 0.91 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.8 มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบดีมาก และค่า Bartlett’s test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ (Bartlett’s Test = 4567.89 df = 91 Sig = 0.000) ดังนั้นตัวแปรเหล่านี้ไม่มีปัญหาภาวะรวมพหุจึงมีความเหมาะสมที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลการวัดและโมเดลการวิจัยที่พัฒนาขึ้น (Hair et al., 2010) แสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต

ตัวแปร	$\bar{X}$	SD	GM1	GM2	GM3	GM4	GM5	GM6	INN1	INN2	INN3	PERF1	PERF2	PERF3	PERF4	PERF5
GM1	4.15	0.70	1.00													
GM2	4.10	0.68	.78**	1.00												
GM3	4.05	0.72	.70**	.75**	1.00											
GM4	4.18	0.69	.72**	.70**	.68**	1.00										
GM5	4.12	0.71	.69**	.73**	.71**	.74**	1.00									
GM6	4.08	0.70	.67**	.68**	.65**	.70**	.72**	1.00								
INN1	4.00	0.75	.45**	.48**	.50**	.47**	.46**	.43**	1.00							
INN2	3.90	0.79	.40**	.42**	.45**	.41**	.40**	.38**	.78**	1.00						
INN3	3.95	0.77	.38**	.39**	.42**	.39**	.37**	.35**	.75**	.70**	1.00					
PERF1	4.20	0.67	.30**	.32**	.35**	.31**	.30**	.28**	.40**	.38**	.35**	1.00				
PERF2	4.25	0.63	.32**	.34**	.37**	.33**	.31**	.30**	.42**	.40**	.37**	.75**	1.00			
PERF3	4.30	0.60	.35**	.37**	.40**	.36**	.34**	.33**	.45**	.43**	.40**	.70**	.78**	1.00		
PERF4	4.22	0.66	.30**	.32**	.35**	.31**	.30**	.28**	.40**	.38**	.35**	.68**	.72**	.75**	1.00	
PERF5	4.15	0.70	.28**	.30**	.33**	.29**	.28**	.26**	.38**	.36**	.33**	.65**	.68**	.70**	.67**	1.00

ที่มา: Analyzed and concluded by the author

ผลการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้างอิทธิพลปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การพัฒนาระบบ และนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทย ผลการตรวจสอบพบว่า ค่า Chi-square = 38.84 df = 34 (p-value = 0.14) ค่า Chi-square/df = 0.14 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.91 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.06 ดัชนีทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่บ่งบอกได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair et al., 2010) แสดงในตาราง 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทฤษฎี
(โมเดลต้นแบบ)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	ค่าที่คำนวณได้	แปลผล
Chi-square	38.84	ผ่านเกณฑ์
Chi-square/df	0.14	ผ่านเกณฑ์
df	34	ผ่านเกณฑ์
p-value	0.14	ผ่านเกณฑ์
CFI	0.94	ผ่านเกณฑ์
GFI	0.91	ผ่านเกณฑ์
AGFI	0.09	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	0.06	ผ่านเกณฑ์

ที่มา: Analyzed and concluded by the author

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม พบว่าตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบ
ของตัวแปรสาเหตุและผลลัพธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุ มีค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม
โดยแบ่งตามสมมติฐานการวิจัย ดังตารางที่ 5

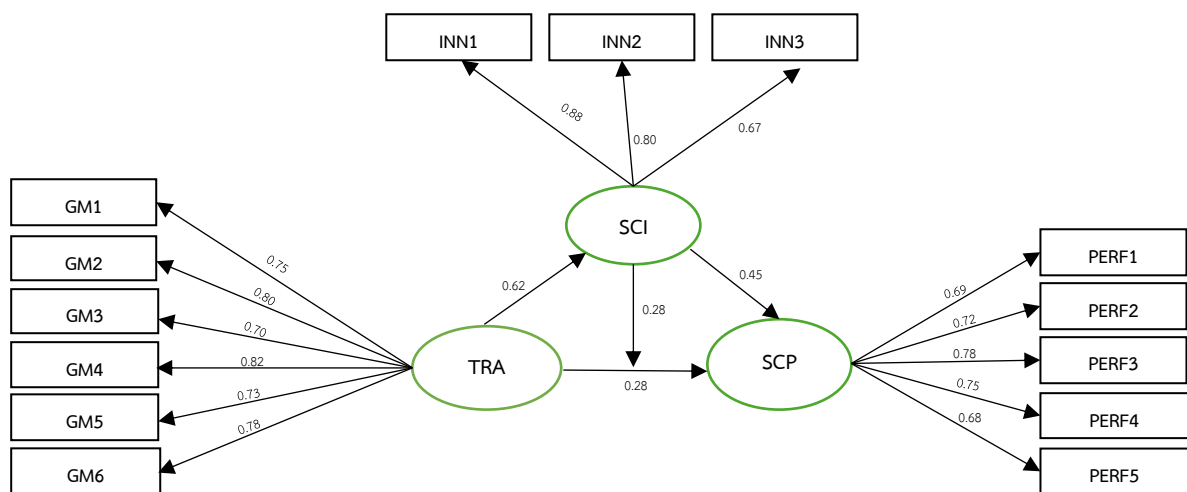
ตารางที่ 5 อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE)

ตัวแปรเชิงสาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์	ประเภท อิทธิพล	ค่าสัมประสิทธิ์ มาตรฐาน (Standardized Coefficient)	ค่าความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน (S.E.)	(C.R.) / ค่า t-value	ค่า P-value
กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์	นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์	DE	0.62	0.055	11.27	< 0.001
		IE	–	–	–	–
		TE	0.62	0.055	11.27	< 0.001
กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์	ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง	DE	0.28	0.06	4.67	< 0.001
		IE	0.28	0.048	5.83	< 0.001
		TE	0.56	0.052	10.77	< 0.001
นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์	ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง	DE	0.45	0.065	6.92	< 0.001
		IE	–	–	–	–
		TE	0.45	0.065	6.92	< 0.001

ตัวแปรเชิงสาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์	ประเภท อิทธิพล	ค่าสัมประสิทธิ์ มาตรฐาน (Standardized Coefficient)	ค่าความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน (S.E.)	(C.R.) / ค่า t-value	ค่า P-value
กลยุทธ์การพัฒนาระบบ โลจิสติกส์ → นวัตกรรมใน กระบวนการโลจิสติกส์ → ผลการดำเนินงานของ อุตสาหกรรมก่อสร้าง		IE	0.28	0.060	4.67	< 0.001

ที่มา: Analyzed and concluded by the author

สรุปภาพรวมโดยดัชนีมีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดของการวิเคราะห์โมเดล ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของกลยุทธ์การพัฒนาระบบ และนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทย มีความสอดคล้องจากโมเดลที่สร้างขึ้นกับ ข้อมูลจริง ภาพที่ 2



Chi-Square=38.84, df=34 , P-value=0.14,

$\chi^2/df = 1.14$ GFI = .94 GFI = .91 AGFI = .89 RMSEA = 0.06

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดล ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของกลยุทธ์การพัฒนาระบบ และนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทย

ที่มา: Analyzed and concluded by the author

จากภาพ 2 และตาราง 5 สามารถอธิบายได้ดังนี้ ผลการศึกษาผลการตรวจสอบ ความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลสมการโครงสร้างกลยุทธ์การพัฒนาระบบและนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทย พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาได้จากค่า Chi-Square = 38.84 df = 34 p-value = .14 กล่าว คือ ค่า χ^2 ไม่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ $\chi^2/df = 1.14$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 อีกทั้งค่าดัชนี CFI = 0.94 GFI = 0.91 และ AGFI = 0.09 มีค่าเข้าใกล้ 1 และค่าดัชนี RMSEA = 0.06 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าโมเดลสมการโครงสร้างกลยุทธ์การพัฒนาระบบ และนวัตกรรม ในกระบวนการโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทย มีความตรงเชิงโครงสร้างสำหรับค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวมีค่าเป็นบวก และแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ ดังนี้

1. กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ (TRA) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ (SCI) โดยมีค่า DE = 0.62 และค่า TE = 0.62 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1

2. กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ (TRA) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง (SCP) โดยมีค่า DE = 0.28 และค่า TE = 0.56 (ซึ่งรวมอิทธิพลทางอ้อม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2

3. นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง พบว่า นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ (SCI) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง (SCP) โดยมีค่า DE = 0.45 และค่า TE = 0.45 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3

4. นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์เป็นตัวแปรคั่นกลางที่ผ่านอิทธิพลของกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง พบว่า อิทธิพลทางอ้อม ของกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ที่ส่งผ่านนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ไปยังผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง มีค่าเท่ากับ 0.28 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 p-value < 0.001 จากตารางที่ 5) เนื่องจากอิทธิพลทางอ้อมมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่า นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลาง (Mediator) ระหว่างกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงาน ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ที่แสดงในภาพที่ 2 (แบบจำลองสมการโครงสร้างที่ผ่านการทดสอบ) และสรุปในตารางที่ 4 (อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE)) สามารถอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

1. กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ จากการวิเคราะห์ พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ (TRA) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ (SCI) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (DE) เท่ากับ 0.62 และค่าอิทธิพลรวม (TE) เท่ากับ 0.62 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ทั้งนี้ ยังเป็นการยืนยันแนวคิดหลักของทฤษฎี Resource –Based View (RBV) ที่พบว่า การที่องค์กรผู้ประกอบการก่อสร้างมีการวางแผนและใช้กลยุทธ์ที่ชัดเจนในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เช่น การบริหารจัดการคลังสินค้า การขนส่ง และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ จะส่งเสริมให้เกิดการคิดค้นและนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาปรับใช้ในกระบวนการโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นทรัพยากรและความสามารถภายในที่จำเป็น (VRIO) ในการผลักดันให้เกิดการคิดค้นนวัตกรรมกระบวนการ ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี เช่น การใช้โดรนสำรวจพื้นที่ การใช้ BIM ในการวางแผนการขนส่งวัสดุ หรือนวัตกรรมด้านกระบวนการ เช่น การปรับปรุงขั้นตอนการจัดส่งให้รวดเร็วขึ้น การจัดการของเสียในไซต์งานอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jaidie & Meechai. (2024) ที่แสดงให้เห็นว่าการลงทุนในกลยุทธ์โลจิสติกส์ที่เน้นการบูรณาการและการใช้เทคโนโลยี เป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมหนัก

2. กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง จากการวิเคราะห์ พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ (TRA) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง (SCP) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (DE) เท่ากับ 0.28 และค่าอิทธิพลรวม (TE) เท่ากับ 0.56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ทั้งนี้ ยังเป็นการยืนยันแนวคิด Strategic Logistics พบว่า การที่องค์กรผู้ประกอบการก่อสร้างมีกลยุทธ์โลจิสติกส์ที่แข็งแกร่งและมีการนำไปปฏิบัติอย่างเหมาะสม จะส่งผลโดยตรงต่อการลดต้นทุนการดำเนินการ การบริหารจัดการระยะเวลาโครงการให้เป็นไปตามแผน การควบคุมคุณภาพของวัสดุและงานก่อสร้าง รวมถึงการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าจากการส่งมอบงานที่ตรงเวลาและมีคุณภาพ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Raksadee, (2023) พบว่า การที่ค่า อิทธิพลทางตรง $DE = 0.28$ มีค่าต่ำกว่าอิทธิพลทางอ้อม $IE = 0.28$ แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานส่วนใหญ่ (50% ของอิทธิพลรวม) ต้องถูกแปลง

ผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ นวัตกรรม การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติอย่างเหมาะสมจึงจำเป็นต้องส่งเสริมการเกิดนวัตกรรมไปพร้อมกันโดยการปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบโลจิสติกส์ ตั้งแต่การจัดหา การจัดเก็บ ไปจนถึงการขนส่งวัสดุและอุปกรณ์ มีส่วนสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและผลกำไรของบริษัทรับเหมาก่อสร้าง

3. นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง จากการวิเคราะห์ พบว่า นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ (SCI) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง (SCP) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (DE) เท่ากับ 0.45 และค่าอิทธิพลรวม (TE) เท่ากับ 0.45 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ทั้งนี้ ยังเป็นการยืนยันแนวคิดทฤษฎี Process Innovation พบว่า การปรับปรุงกระบวนการทำงานผ่านนวัตกรรม (เช่น IoT ในการติดตามวัสดุ หรือการปรับปรุงขั้นตอนการจัดส่ง) คือ กลไกสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการก่อสร้าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนประสิทธิภาพของโครงการก่อสร้าง เนื่องมาจากการที่องค์กรผู้ประกอบการก่อสร้างมีการนำนวัตกรรมมาปรับใช้ในกระบวนการโลจิสติกส์อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี เช่น การใช้ IoT ในการติดตามวัสดุ นวัตกรรมด้านกระบวนการ เช่น การปรับปรุงขั้นตอนการทำงานในไซต์งานให้มีประสิทธิภาพ หรือนวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจ เช่น การสร้างแพลตฟอร์มการจัดการวัสดุร่วมกันกับพันธมิตร จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาด และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการก่อสร้าง ส่งผลให้ผลการดำเนินงานโดยรวมดีขึ้น ทั้งในด้านต้นทุน ระยะเวลา คุณภาพ และความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang et al. (2022) ที่พบว่า นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโครงการก่อสร้างในบริบทของห่วงโซ่อุปทานยุคใหม่

4. นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์เป็นตัวแปรคั่นกลางที่ผ่านอิทธิพลของกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง จากการวิเคราะห์ นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ทำหน้าที่เป็น ตัวแปรคั่นกลางบางส่วน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อม (IE) เท่ากับ 0.28 และค่าอิทธิพลทางตรง (DE) เท่ากับ 0.28 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 พบว่า ในบริบทของอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยยืนยันบทบาทของนวัตกรรมในฐานะ กลไกที่จำเป็นในการแปลงกลยุทธ์ให้เกิดผลลัพธ์ (Translational Mechanism) สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่แข็งแกร่งจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างเต็มที่ ต้องอาศัยการส่งผ่าน (Mediation) ผ่านการสร้างสรรค์นวัตกรรมกระบวนการเสียก่อนการที่อิทธิพลทางอ้อม มีค่าสูง = 0.28 และมีนัยสำคัญ บ่งชี้ว่าองค์กรต้องเน้นการลงทุนในนวัตกรรม เพื่อให้กลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ที่วางไว้ (เช่น การจัดการซัพพลายเชน) สามารถ

ถูกประยุกต์ใช้เป็นขั้นตอนการทำงานใหม่ ๆ ในด้านนวัตกรรมซึ่งจะนำไปสู่การลงทุนและเพิ่มประสิทธิภาพของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ (TRA) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ (SCI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมก่อสร้างควรให้ความสำคัญกับการกำหนดและปรับปรุงกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศด้านโลจิสติกส์ การบริหารจัดการคลังสินค้าและระบบขนส่งให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นรากฐานสำคัญในการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมในกระบวนการทำงาน ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด

2. นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ (SCI) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง (SCP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้ประกอบการควรส่งเสริมและสนับสนุนการนำนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการโลจิสติกส์อย่างจริงจัง ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีกระบวนการ หรือโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ โดยอาจจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงาน การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลงและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านต้นทุน ระยะเวลา คุณภาพ และความพึงพอใจของลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ (TRA) มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม (ผ่านนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์) ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง (SCP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกับภาคเอกชนในการกำหนดนโยบายและมาตรการส่งเสริมที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การสนับสนุนการพัฒนากลยุทธ์โลจิสติกส์ขั้นพื้นฐานไปจนถึงการส่งเสริมการลงทุนในนวัตกรรมด้านโลจิสติกส์ เช่น การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ การให้เงินทุนสนับสนุน หรือการลดหย่อนภาษี สำหรับบริษัทที่นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาแบบองค์รวมและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรสำรวจปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติมที่อาจส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ นวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง เช่น บทบาทของการเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning) หรือวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) ที่อาจเป็นตัวแปรต้นกลางหรือตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์

2. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารหรือ
ผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมก่อสร้าง เพื่อทำความเข้าใจถึงปัจจัยความสำเร็จและอุปสรรคในการนำ
กลยุทธ์โลจิสติกส์และนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในบริบทที่เฉพาะเจาะจงของธุรกิจก่อสร้าง

3. การขยายขอบเขตการศึกษาไปยังประเภทธุรกิจก่อสร้างที่แตกต่างกัน หรือในภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อ
เปรียบเทียบผลลัพธ์และดูความสอดคล้องของแบบจำลองในบริบทที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ
และความสามารถในการนำผลไปประยุกต์ใช้

กิตติกรรมประกาศ

บทความฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยที่เป็นการวิจัยของบุคลากรทุนส่วนตัว และผ่าน
การรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สาขาสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวน
สุนันทา รหัสหนังสือรับรอง COE 2-371/2025

บรรณานุกรม

- Chattapadhyay, D. B., Putta, J., & P, R. M. R. (2021). Risk identification, assessments, and prediction
for mega construction projects: A risk prediction paradigm based on cross analytical-machine
learning model. *Buildings*, 11(4), 172. <https://doi.org/10.3390/buildings11040172>
- Creswell, J. W. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*
(5th ed.). SAGE Publications.
- Cronbach, L. J. (1984). *Essentials of psychological testing* (4th ed.). Harper & Row.
- Durdyev, S., Ismail, S., Ihtiyar, A., Abu Bakar, N. F. S., & Darko, A. (2018). A partial least squares
structural equation modeling (PLS-SEM) of barriers to sustainable construction in Malaysia.
Journal of Cleaner Production, 204, 564–572. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.08.304>
- Gikonyo, P. K., Ngugi, P. K., & Paul, S. N. (2022). Logistics innovation and its influence on performance
of building and construction manufacturing firms in Kenya. *International Journal of Supply Chain
and Logistics*, 6(3), 1–15. <https://doi.org/10.47941/ijscsl.1118>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (8th ed.).
Cengage Learning.

- Likert, R. (1967). "The Method of Constructing and Attitude Scale," in Attitude Theory and Measurement. P.90–95. New York : Wiley & Son.
- Jaafari, A. (2001). Management of risks, uncertainties and opportunities on projects: Time for a fundamental shift. *International Journal of Project Management*, 19(2), 89–101.
[https://doi.org/10.1016/S0263-7863\(99\)00047-2](https://doi.org/10.1016/S0263-7863(99)00047-2)
- Jaidie, S., & Meechai, P. (2024). Investment in logistics strategy and supply chain innovation: A case study of the heavy industry . *Journal of Logistics and Supply Chain Management*, 8(1), 45–60. [in Thai]
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
<https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Naparporn Raksadee. (2023). *Improving the efficiency of logistics systems to enhance the competitiveness of construction contractors in Thailand* [Master's thesis, King Mongkut's University of Technology Thonburi] [in Thai].
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *The National Economic and Social Development Plan, No. 13 (2023–2027)*. Office of the National Economic and Social Development Council. [in Thai]
- Sacks, R., Dave, B., & Koskela, L. (2019). Requirements for building information modeling based lean production management systems for construction. *Automation in Construction*, 105, 102839.
<https://doi.org/10.1016/j.autcon.2019.102839>
- Saengthong, T., Chitwattanakorn, T., & Muennthep, W. (2024). Risk management process in construction projects. *Journal of Nakhon Lampang Buddhist College*, 13(2), 295–308. [in Thai]
- Thai Contractors Association Under H.M. The King's Patronage. (2023). *Report on the situation of the Thai construction industry in 2023*. Thai Contractors Association Under H.M. The King's Patronage. [in Thai]
- Thailand Construction Association. (2021). *Construction company registry report* . Thailand Construction Association. [in Thai]

ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การพัฒนาระบบ และนวัตกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ต่อผลการดำเนินงานของ
อุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทย

Vanichbuncha, K. (2018). *Statistical Analysis: Statistics for Management and Research* (13th ed.)
Chulalongkorn University Press. [in Thai].

Wang, T., Chan, A. P. C., He, Q., & Xu, J. (2022). Identifying the gaps in construction megaproject
management research: A bibliographic analysis. *International Journal of Construction
Management*, 22(9), 1585–1596. <https://doi.org/10.1080/15623599.2020.1735610>

A Multi Criteria Decision–Making Model for Selecting Sustainable Forklifts: A Case Study of a Warehouse Company in Nakhon Pathom Province

Napat Srinual¹ Rapee Udomsub² and Patchara Phochanikorn^{3,*}

Received: August 1, 2025 Revised: October 20, 2025 Accepted: November 7, 2025

Abstract

Sustainable logistics is currently vital for enhancing competitive advantage, yet warehouse companies face significant challenges in selecting material handling equipment that balances economic, environmental, and social criteria. This complexity often leads to decisions based on incomplete assessments, highlighting a gap in structured, holistic evaluation models. Therefore, the objective of this study is to develop and validate a hybrid multi–criteria decision–making (MCDM) framework for sustainable forklift selection in the context of a Thai warehouse company. The proposed model integrates the Stepwise Weight Assessment Ratio Analysis (SWARA) for weighting fifteen sub–criteria across three sustainability dimensions, and the Fuzzy Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (FTOPSIS) for ranking four forklift alternatives. Data were gathered from ten experts, including managers and operators. The findings reveal that the economic dimension (41%) is prioritized over the environmental (32%) and social (27%) dimensions. Specifically, 'purchase cost,' 'energy efficiency,' and 'operator safety' were the most influential sub–criteria. The Electric Forklift Model 2 (ETFL2) was identified as the optimal sustainable alternative with an overall preference score of 0.852. This research provides a practical, data–driven decision support tool for managers to justify sustainable investments and contributes a validated application of the SWARA–FTOPSIS model to sustainable logistics.

Keywords: Forklift selection, SWARA, Fuzzy TOPSIS, Multi criteria decision making, Sustainability

^{1,2} Faculty of Logistics and Transportation Management, Panyapiwat Institute of Management

³ Rattanakosin International College of Creative Entrepreneurship, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

*Corresponding author. E–mail: Patchara.pho@rmutr.ac.th

การพัฒนาแบบจำลองการตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์ เพื่อการเลือกใช้รถยกอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ผู้ให้บริการคลังสินค้า พร้อมจัดส่งในจังหวัดนครปฐม

ณภัทร ศรีนวล¹ รพี อุดมทรัพย์² และพัชรา โพชนิกธ^{3,*}

วันรับบทความ: August 1, 2025 วันแก้ไขบทความ: October 20, 2025 วันตอบรับบทความ: November 7, 2025

บทคัดย่อ

ความยั่งยืนทางด้านโลจิสติกส์ในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการคลังสินค้ายังคงเผชิญความท้าทายในการเลือกอุปกรณ์เคลื่อนย้ายวัสดุที่ยั่งยืน โดยเฉพาะรถยกซึ่งส่งผลกระทบต่อมิติทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม สำหรับงานภายในคลังสินค้าพร้อมจัดส่ง งานวิจัยนี้นำเสนอแบบจำลองการตัดสินใจหลายเกณฑ์แบบบูรณาการที่ผสมผสานการวิเคราะห์อัตราส่วนการประเมินน้ำหนักแบบขั้นตอนหรือที่เรียกว่า วิธี SWARA และเทคนิคฟัซซี่สำหรับลำดับความชอบตามความคล้ายคลึงกับทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดหรือที่เรียกว่า วิธี FTOPSIS เพื่อประเมินและคัดเลือกรถยกที่ยั่งยืน แบบจำลองประกอบด้วยเกณฑ์หลัก 3 มิติ 15 เกณฑ์ย่อย และทางเลือกรถยก 4 รุ่น โดยใช้วิธี SWARA ในการกำหนดน้ำหนักสัมพัทธ์ของเกณฑ์ และ FTOPSIS ในการจัดลำดับความสำคัญของทางเลือก การศึกษาเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 10 คน ใน 4 กลุ่มจากผู้ให้บริการคลังสินค้าในจังหวัดนครปฐม ประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า มิติทางเศรษฐกิจมีความสำคัญสูงสุด (ร้อยละ 41) รองลงมาคือมิติสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 32) และมิติสังคม (ร้อยละ 27) ตามลำดับ ในส่วนของทางเลือกที่คะแนนรวมสูงสุดคือรถยกไฟฟ้ารุ่น ETFL2 (0.852) โดยงานวิจัยนี้มีส่วนช่วยพัฒนาองค์ความรู้ด้านโลจิสติกส์ยั่งยืนโดยนำเสนอเครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องซึ่งสามารถประยุกต์ใช้สนับสนุนการลงทุนที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์และการจัดการคลังสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การเลือกรถยก วิธี SWARA วิธี Fuzzy TOPSIS การตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์ ความยั่งยืน

^{1,2} คณะการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

³ วิทยาลัยผู้ประกอบการสร้างสรรค์นานาชาติรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

*Corresponding author. E-mail: Patchara.pho@rmutr.ac.th

Introduction

The rapid expansion of e-commerce and the increasing complexity of global supply chains have significantly transformed the logistics landscape. This has catalyzed immense growth in Thailand's logistics sector, which now constitutes a significant 13.5% of the nation's GDP (NESDC, 2024). Especially for warehouse service providers in Thailand, these companies must now manage large volumes of orders with high levels of accuracy, speed, and adaptability, all while maintaining operational efficiency and minimizing environmental impact. In this context, material handling equipment, particularly forklifts, plays a crucial role in supporting warehouse productivity and service performance (Fazlollahtabar et al., 2019). Historically, internal combustion engine forklifts powered by diesel or LPG have been the backbone of warehouse operations. Study indicates that they can be directly responsible for a warehouse's CO₂ emissions (Ziółkowski et al., 2022). However, Pipawakorn and Pasunon (2023) stated that growing environmental concerns and tightening regulations have led to a shift toward more sustainable alternatives such as electric and hydrogen-powered forklifts (Zajac & Rozic, 2022). These technologies offer significant advantages in terms of emissions reduction, noise control, and operational costs, but they also introduce new challenges. These include high initial investment, charging infrastructure requirements, and battery life limitations (Huang et al., 2021). As such, selecting the appropriate forklift type is a complex decision involving multiple criteria, including environmental performance, operational capability, economic feasibility, and organizational readiness. To address such complexity, MCDM techniques have gained popularity as robust tools that enable decision-makers to evaluate alternatives across a diverse set of criteria, often under conditions of uncertainty or subjectivity (Govindan et al., 2015). MCDM models have been widely applied in various sustainable logistics decisions, including green supplier selection (Kannan et al., 2013), energy-efficient transportation planning (Mohammadpour et al., 2024), and renewable energy system evaluation (Hendiani & Walther, 2023). However, there remains a notable gap in the literature regarding their application to forklift selection, particularly in Southeast Asian logistics contexts where sustainability priorities are still emerging (Ortiz-Barrios et al., 2021). This study aims to address this gap by developing an MCDM-based model for selecting sustainable forklifts, using a case study of a warehouse service provider located in Nakhon Pathom, Thailand. The model integrates a comprehensive set of quantitative and qualitative criteria. These include lifecycle cost, emissions, energy consumption, operational reliability, and compatibility with existing warehouse infrastructure. Importantly, the framework also accounts for

the inherent uncertainties in these factors and the ambiguity within expert judgments. The case company operates in a dynamic logistics environment that reflects broader trends in Thailand's industrial growth and environmental policy development. The primary contribution of this research lies in its practical integration of MCDM techniques with sustainable equipment selection for logistics operations. The proposed model not only offers a structured approach for evaluating trade-offs among forklift technologies but also provides actionable insights for managers and officers seeking to balance performance with environmental responsibility.

Literature Review

Sustainable forklift selection

Sustainable forklift selection has become an increasingly important topic in logistics and warehouse operations, particularly as firms aim to align their material handling equipment with environmental and operational goals. Traditionally, internal combustion engine forklifts dominate the market due to their durability and cost-effectiveness. However, electric and hydrogen-powered alternatives are gaining traction due to their lower environmental impact and reduced operational costs (Prusa et al., 2018; Mei & Chen, 2021). Early studies, such as those by Huskanović et al. (2023) and Dua (2023), primarily focused on the economic dimension, reflecting traditional procurement priorities that prioritized cost-effectiveness above all. Recognizing the growing importance of green logistics, more recent work by Chakraborty and Saha (2024) expanded this scope to integrate both economic and environmental factors. However, as summarized in Table 1, a comprehensive model that systematically integrates all three pillars of sustainability economic, environmental, and social within a single, unified decision framework remains a gap in the literature. This study directly addresses this gap by proposing a holistic model that considers all three dimensions concurrently, providing a more balanced and truly sustainable selection process.

Table 1 Classification of forklift selection studies (“/” = applies and “X” = does not consider)

Author (Year)	Sustainability dimensions			Country
	Economic	Environment	Social	
Huskanović et al. (2023)	/	X	X	Serbia
Dua (2023)	/	X	X	Vietnam
Chakraborty and Saha (2024)	/	/	X	India

Source: Analyzed and concluded by the author

Criteria for selecting a sustainable forklift

By giving less attention to sustainable dimensions in forklift selection, current studies have identified different issues. Nonetheless, the sustainable requirements will be highly subjective and differ from country to country. The literature reviews and surveys conducted by experts describe the various criteria for Thailand. The criteria are summarized in Table 2.

Table 2 Definition and types of criteria for sustainable forklift selection

Main criteria	Sub criteria	Definition	Type of criterion
Economic (EC)	Purchase cost (EC1)	Initial acquisition cost of the forklift, including price and delivery expenses.	Cost
	Operating cost (EC2)	Costs incurred directly from daily use of the forklift, including expenses for fuel, electricity, and other consumables required for material handling tasks.	Cost
	Maintenance cost (EC3)	Costs associated with keeping the forklift in optimal working condition, encompassing both preventive and corrective maintenance.	Cost
	Lifespan (EC4)	Expected operational lifetime of the forklift before replacement is needed.	Benefit
	Resale value (EC5)	Estimated residual value or trade-in price at the end of useful life.	Benefit

Main criteria	Sub criteria	Definition	Type of criterion
Environmental (EN)	Energy efficiency (EN1)	The forklift's ability to use energy efficiently, reducing consumption per unit of work done.	Benefit
	Waste generation (EN2)	Amount of hazardous or non-hazardous waste produced during operation and disposal.	Cost
	Noise pollution (EN3)	Level of noise generated by the forklift during operation, impacting work environment.	Cost
	Use of sustainable materials (EN4)	Degree to which eco-friendly or recyclable materials are used in forklift manufacturing.	Benefit
	Emissions (EN5)	Amount of greenhouse gases and pollutants emitted during forklift operation.	Cost
Social (SC)	Operator safety (SC1)	Features ensuring safety of forklift operators (e.g., stability, ergonomic design, safety alarms).	Benefit
	Ease of operation (SC2)	User-friendliness of controls and systems minimizing operator fatigue and errors.	Benefit
	Training requirements (SC3)	Level of complexity and time needed to train operators for safe and effective forklift use.	Benefit
	Impact on workplace health (SC4)	Influence on workers' health is beyond operators, such as emissions or ergonomic effects.	Benefit
	Community Impact (SC5)	Effects on the local community, including noise, air quality, and social acceptance.	Benefit

Source: Analyzed and concluded by the author

An existing application of MCDM in forklift selection

Recent studies have extended MCDM applications to sustainable logistics planning, addressing topics such as green vehicle routing, sustainable supplier selection, and warehouse site location (Streimikiene et al., 2024). However, research explicitly focusing on sustainable forklift selection within warehouse centers remains limited. This underscores the need for a structured, context-sensitive model that integrates practical constraints with sustainability indicators. The literature suggests a gap in context specific MCDM models for forklift selection particularly in Southeast Asian logistics settings where environmental regulations, market readiness, and operational priorities differ from Western contexts (Görçün et al., 2024). This study contributes to closing that gap through a practical model developed and applied within a warehouse service in Nakhon Pathom, Thailand.

Table 3 Drawbacks of existing MCDM methods in forklift selection

Method	Drawbacks	Author(s)
FUCOM – MOORA	- Subjective weighting from FUCOM, cumbersome with many criteria. - MOORA is sensitive to normalization and ignores criteria for interdependence.	Brauers and Zavadskas (2006), Pamucar et al. (2018)
CRITIC – MARCOS	- Lacks expert input (CRITIC's objective weighting) and sensitive to data correlation. - MARCOS has complex interpretation and depends heavily on ideal and anti-ideal solutions.	Stevic et al. (2020)
Entropy – COCOSO – PIV	- No expert involvement (Entropy) and sensitive to data variability. - COCOSO involves complex aggregation, and PIV (if less common) is less validated and transparent.	Dua (2023)

Source: Analyzed and concluded by the author

Justification for the Proposed Hybrid MCDM Framework

As the literature review demonstrates, the number of recent studies is very few. Moreover, there is a clear drawback in the publications as shown in Table 3. The reason why fuzzy sets theory is preferred is based on the ability of these sets in accounting for the inconsistency and uncertainty in the decision-making processes of the experts (D'Aniello, 2023). In addition, Cakmak (2023) explained that the managerial experience and expert judgment are highly valued in decision making method, especially when hard quantitative data is limited. The SWARA method is exceptionally suited for this environment. Its straightforward, step-wise process allows for the effective capture of expert priorities without being overly time-consuming. Moreover, the Fuzzy TOPSIS technique has gained significant attention since it performs well in the presence of conflicting criteria by incorporating the ambiguity and intangibility existing in the decision makers' evaluations and eliminating the effects of biased assessments (Srinual et al., 2025). By combining SWARA's strength in subjective weighting with Fuzzy TOPSIS's robustness in ranking under uncertainty, the proposed framework provides a model that is not only methodologically sound but also pragmatically aligned with the decision-making realities of a warehouse service provider in Thailand.

Research Objectives

1. To identify the set of main and sub criteria in sustainable forklift selection
2. To rank and select the most optimal sustainable forklift alternative
3. To propose a MCDM framework for choosing an optimal sustainable forklift

Research Scope

This study focuses on developing a Multi-Criteria Decision-Making (MCDM) model to support the selection of sustainable forklifts for a warehouse service provider in Nakhon Pathom, Thailand. The model evaluates electric and internal combustion engine forklifts against criteria encompassing environmental performance, economic feasibility, operational efficiency, and infrastructure compatibility. A hybrid MCDM technique is employed to accommodate uncertainty and subjectivity in expert judgments. While the case is context-specific, the framework is adaptable to similar logistics environments in emerging economies. The research addresses a gap in sustainable equipment selection

and offers practical guidance for logistics managers seeking to align operational performance with environmental goals.

How research conducted

This study adopts a structured approach to develop and validate a multi-criteria decision-making (MCDM) model for selecting sustainable forklifts tailored to a warehouse service provider company in Nakhon Pathom, Thailand. The research methodology is divided into three main stages: data collection, the proposed combined MCDM technique, and a numeric case study application. The implementation of the novel MCDM model, combining SWARA and Fuzzy TOPSIS (FTOPSIS), is summarized in Figure1, illustrating the step-by-step approach for selecting and ranking sustainable forklift criteria.

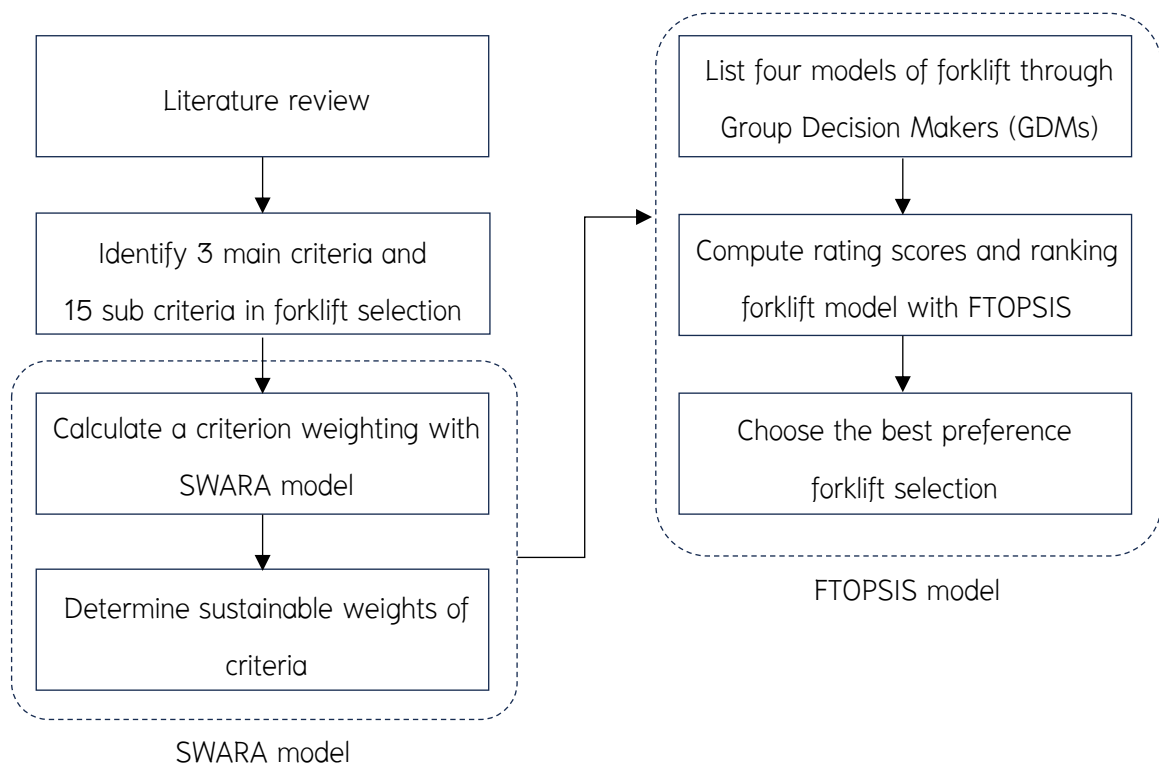


Figure 1 Flowchart of a hybrid MCDM procedure

Source: Analyzed and concluded by the authors

Data collection

Samples and Sampling Method

This study employed purposive sampling to construct an expert panel of ten key decision-makers from the case company. This non-probability technique was chosen to target participants possessing direct knowledge of forklift operations, safety, procurement, and logistics management. The sample size of ten experts is considered adequate and is consistent with established practices in numerous MCDM studies, where small, highly specialized panels are valued for their depth of expertise over statistical generalizability (Stević et al., 2020). Furthermore, this size is sufficient to achieve theoretical saturation, as the panel's diversity—encompassing four distinct functional areas—ensures that all critical perspectives and criteria for forklift selection are comprehensively represented.

Detail of decision makers in the case study

The group decision makers were selected by integrating a self-selection approach with subjective sampling as shown in Table 4. The group decision makers select and evaluate the appropriate criteria and suppliers considering their position and experience in the workplace.

Table 4 Detail of decision makers in this case study

Group Decision Maker (GDM)	Position	Number (person)
GDM 1	Senior logistics manager	2
GDM 2	Safety officer	2
GDM 3	Procurement Manager	3
GDM 4	Forklift operator	3

Source: Analyzed and concluded by the authors

The proposed combined MCDM method

This section presents the basics of SWARA and FTOPSIS methodology, which consists of two phases. In the first phase, the calculation procedure of the SWARA method, for determining the criteria weights, is summarized in Figure 2.

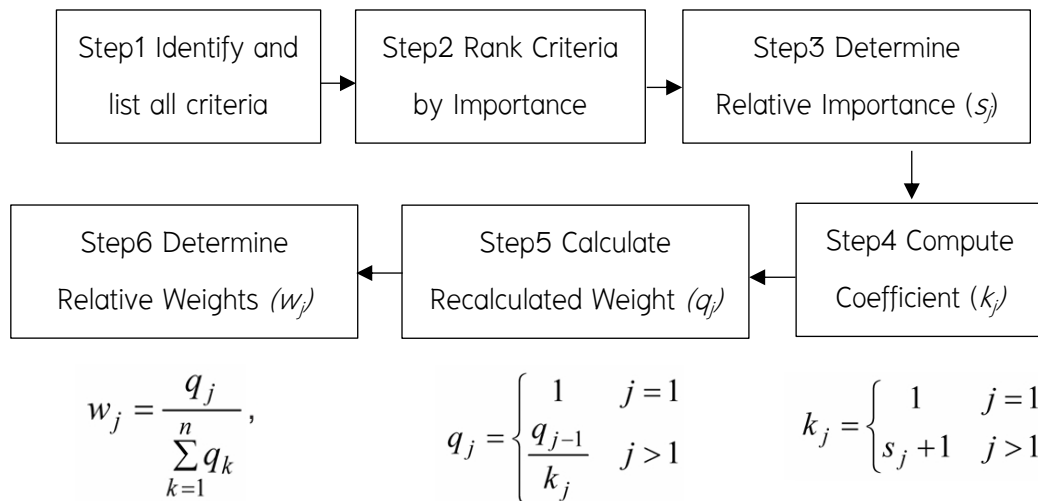


Figure 2 Flowchart of the SWARA procedure

Source: Analyzed and concluded by the authors

In the second phase, the calculation procedure of the FTOPSIS method, for ranking the alternatives of forklift scores, is summarized in Figure 3.

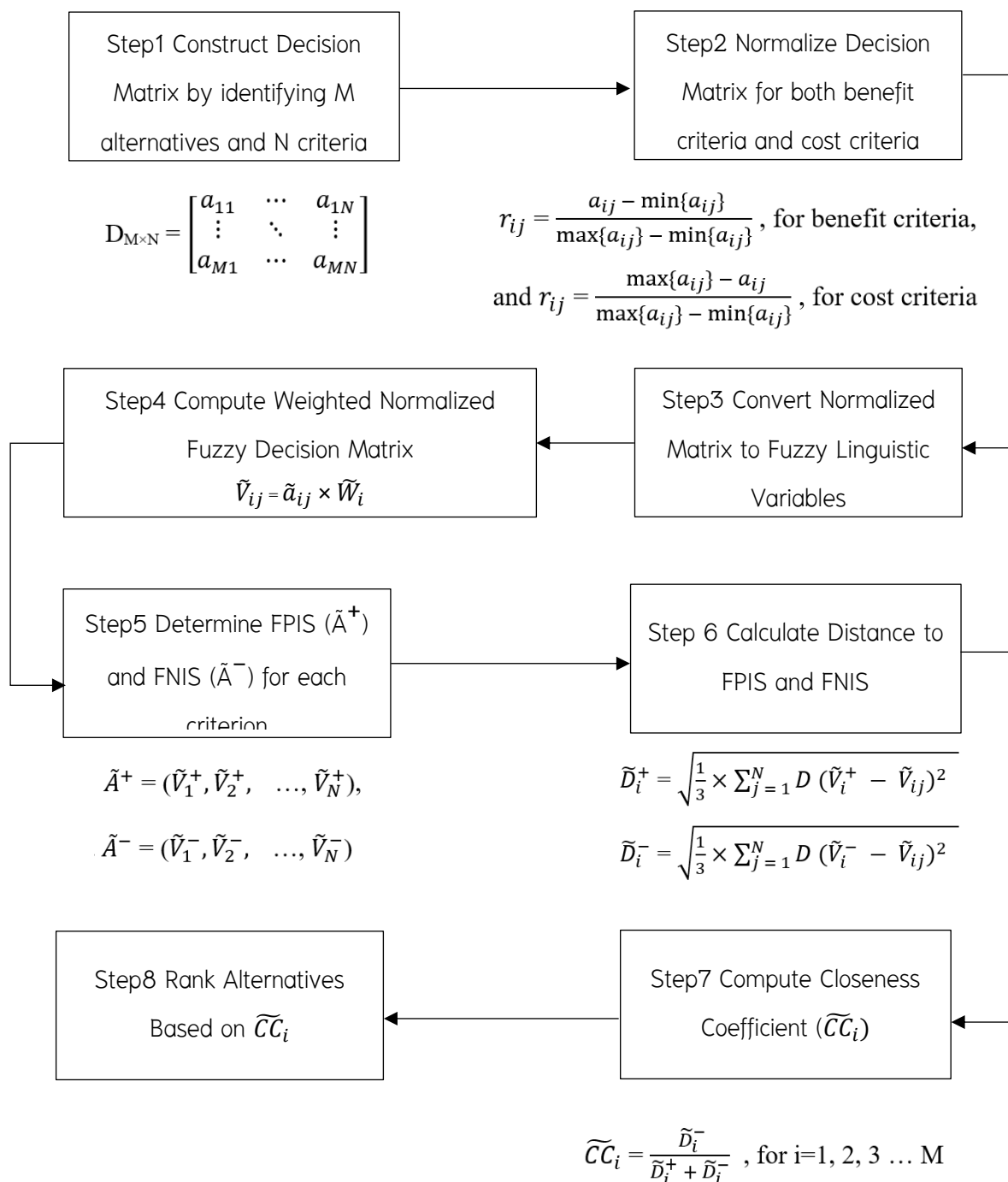


Figure 3 Flowchart of the FTOPSIS procedure

Source: Analyzed and concluded by the authors

Research Results

Determining the weights of sustainable criteria for selecting forklift

In choosing suitable forklift systems, the three fundamental criteria that guide sustainable selection are economic, environmental, and social. Table 5 and Table 6 present the overall weights of the main criteria and sub-criteria.

Table 5 Final sub criteria weights from SWARA method

Sub criteria	Weight (w_j)				Average Weight
	GDM1	GDM2	GDM3	GDM4	
EC1	0.37	0.20	0.24	0.20	0.26
EC2	0.20	0.20	0.18	0.20	0.19
EC3	0.21	0.26	0.24	0.26	0.24
EC4	0.18	0.15	0.18	0.13	0.16
EC5	0.15	0.12	0.18	0.15	0.15
EN1	0.24	0.22	0.23	0.25	0.24
EN1	0.21	0.15	0.18	0.23	0.19
EN3	0.22	0.14	0.17	0.17	0.18
EN4	0.18	0.15	0.18	0.16	0.16
EN5	0.22	0.21	0.26	0.23	0.23
SC1	0.19	0.19	0.27	0.22	0.22
SC2	0.18	0.20	0.21	0.24	0.21
SC3	0.15	0.14	0.27	0.25	0.20
SC4	0.15	0.22	0.22	0.22	0.20
SC5	0.12	0.16	0.23	0.17	0.17

Source: Analyzed and concluded by the authors

Table 6 represents the arithmetic mean of the weights assigned by the four different decision-makers (GDM1, GDM2, GDM3, and GDM4) for each main criterion.

Table 6 Global weights of main criteria (sustainable main criteria) in SWARA model

Main criteria	Weight (w_j)				Average Weight
	GDM1	GDM2	GDM3	GDM4	
Economic (EC)	0.36	0.35	0.51	0.42	0.41
Environment (EN)	0.32	0.30	0.29	0.34	0.32
Social (SC)	0.32	0.30	0.20	0.24	0.27

Source: Analyzed and concluded by the authors

According to the findings, the top five sub-criteria by global weight (%) are as follows: Purchase Cost (EC1 = 10.66%), Maintenance Cost (EC5 = 9.84%), Operating Cost (EC3 = 7.79%), Energy Efficiency (EN2 = 7.68%), and Emissions (EN4 = 7.36%). Figure 4 presents the overall global weights of the sub-criteria for selecting a sustainable forklift model.

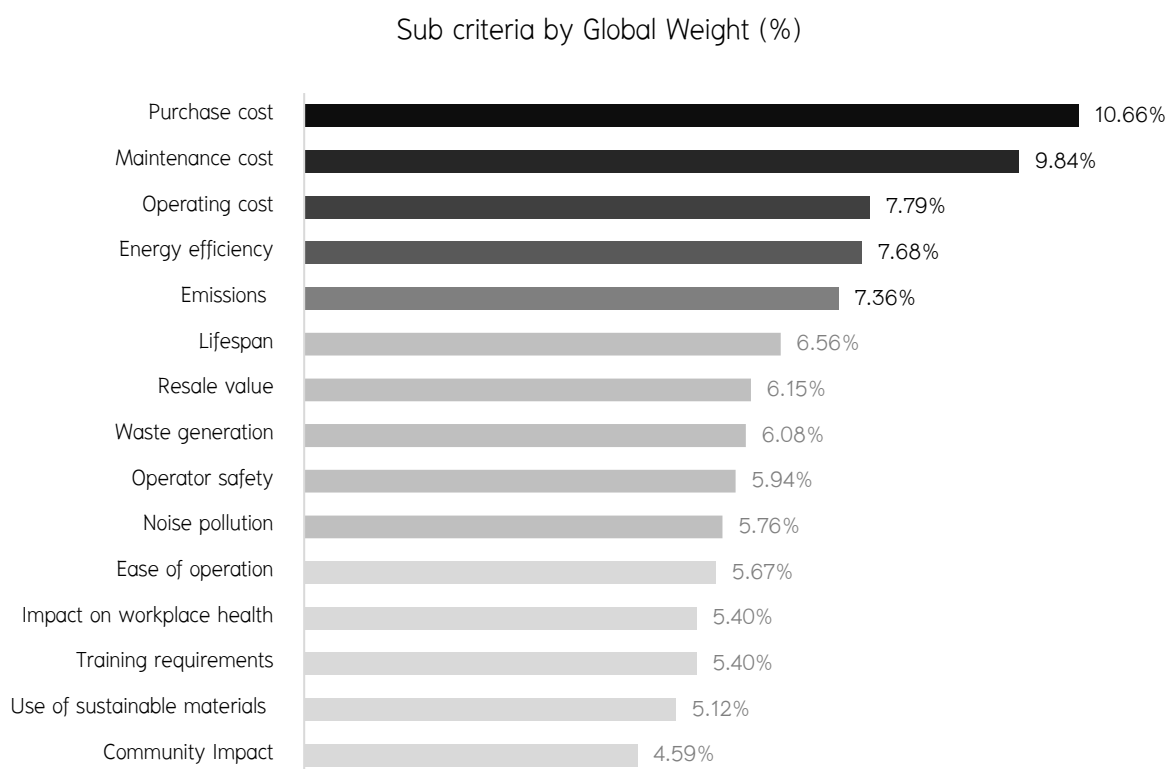


Figure 4 The overall global weights of the sub criteria for selecting a sustainable forklift

Source: Analyzed and concluded by the authors

Ranking of sustainable forklifts using the combined multi-criteria decision-making method

After applying the SWARA method to determine criterion weights, the Fuzzy TOPSIS method is used for the analysis to select and rank the forklift alternatives. Among the four forklifts (FL), different types of models are presented, as shown in Table 7.

Table 7 Forklift types and models

Alternative	ICFL1	ICFL2	ETFL1	ETFL2
Engine type	Internal Combustion (IC)	Internal Combustion (IC)	Electric (ET)	Electric (ET)

Source: Analyzed and concluded by the authors

Four group decision makers decide the linguistic rating for four forklift alternatives in each criterion by using linguistic variables from Table 8 below (Jiang et al., 2008).

Table 8 Linguistics scale for each alternative

Linguistic variable	Triangular Fuzzy Numbers (TFNs) – (a,b,c)
Very Good (VG)	(7, 9, 10)
Good (G)	(5, 7, 9)
Medium (M)	(3, 5, 7)
Poor (P)	(1, 3, 5)
Very Poor (VP)	(0, 1, 3)

Source: Jiang, Y.-P., Fan, Z.-P., & Ma, J. (2008)

The alternative ranking is performed utilizing the Fuzzy TOPSIS methodology. According to the multi-criteria scores provided in Table 9, the ratings for each sustainable forklift system alternative are displayed.

Table 9 Fuzzy evaluation matrix for top 5 sub criteria

Sub criteria	Global Weight (%)	Type of Forklift			
		ICFL1	ICFL2	ETFL1	ETFL2
EC1	10.66%	(0.68, 0.78, 0.88)	(0.64, 0.74, 0.84)	(0.32, 0.42, 0.52)	(0.22, 0.32, 0.42)
EC5	9.84%	(0.38, 0.48, 0.58)	(0.44, 0.54, 0.64)	(0.74, 0.84, 0.94)	(0.84, 0.94, 1.00)
EC3	7.79%	(0.26, 0.36, 0.46)	(0.32, 0.42, 0.52)	(0.78, 0.88, 0.98)	(0.88, 0.98, 1.00)
EN2	7.68%	(0.22, 0.32, 0.42)	(0.28, 0.38, 0.48)	(0.82, 0.92, 1.00)	(0.92, 1.00, 1.00)
EN4	7.36%	(0.12, 0.22, 0.32)	(0.16, 0.26, 0.36)	(0.78, 0.88, 0.98)	(0.88, 0.98, 1.00)

Source: Analyzed and concluded by the authors

According to Table 10, the ranking order of four alternatives is ETFL2 > ETFL1 > ICFL2 > ICFL1. Thus, Electric Forklift Model 2 (ETFL2) is the optimal alternative sustainable forklift model.

Table 10 Fuzzy closeness index and ranking of forklift alternatives

Forklift	Fuzzy Closeness Index ($\widetilde{CC}_i$)	Defuzzified Value	Ranking
ICFL1	(0.268, 0.328, 0.388)	0.328	4
ICFL2	(0.296, 0.356, 0.416)	0.356	3
ETFL1	(0.684, 0.744, 0.804)	0.744	2
ETFL2	(0.792, 0.852, 0.912)	0.852	1

Source: Analyzed and concluded by the authors

Benefits

1. This study develops a combined SWARA–FTOPSIS framework for sustainable forklift selection, filling an important gap in material handling research. The integrated approach addresses the weaknesses of individual approaches by using SWARA's clear weight assessment process alongside FTOPSIS's ability to handle uncertain data, creating a more effective decision–making tool that can be applied to similar equipment selection challenges in developing countries.

2. The study offers valuable insights into how warehouse service companies in Thailand prioritize sustainability factors, showing that economic concerns remain more important than environmental and social factors.

Summary and discussion of results

The field of sustainable forklift selection in material handling operations has gained considerable attention in recent years, particularly with increasing emphasis on environmental sustainability and operational efficiency. However, in Thailand, limited research exists on sustainable material handling equipment selection using integrated MCDM approaches. For this case study, the results reveal that Purchase cost (10.66%), Maintenance cost (9.84%) and Operating cost (7.79%) are the three most important sub–criteria based on economic concerns, which aligns with the findings of Chakraborty & Saha (2024) and Facchini et al. (2016) who emphasized the dominance of financial factors in industrial equipment selection. This is also supported by previous research indicating that initial investment costs and operational expenses remain primary decision drivers in developing economies (Dua, 2023).

In addition, the results demonstrate that economic factors (41%) hold the highest weight among main criteria, followed by environmental (32%) and social (27%) factors respectively. This finding corresponds with Ulutas et al. (2023) who argued that economic considerations typically outweigh sustainability factors in industrial decision–making processes within emerging markets. The ranking results indicate that Electric Forklift Model 2 (ETFL2) achieved the highest closeness coefficient (0.852), followed by ETFL1 (0.744), ICFL2 (0.356), and ICFL1 (0.328) respectively. Although ETFL2 emerged as the optimal sustainable alternative, its relatively lower performance in purchase cost criterion reflects the typical trade–off between sustainability benefits and initial investment costs, which corresponds to findings by

Prusa et al. (2018) and Mei & Chen (2021) who highlighted the economic barriers to sustainable technology adoption in logistics operations.

Suggestions

Future research directions should address three key areas to enhance the proposed framework's applicability and robustness. First, the future should expand the study scope by including additional forklift alternatives such as hybrid models, hydrogen fuel cell systems, and autonomous material handling equipment, while focusing on sector-specific applications across different industries including cold storage facilities and e-commerce fulfillment centers to enhance practical applicability. Second, methodological validation through alternative fuzzy MCDM approaches is recommended to confirm the robustness of the SWARA-FTOPSIS integration and establish ranking consistency across different algorithmic frameworks. Third, group decision makers should be expanded beyond the current four groups, while conducting across different geographical and economic contexts to support broader adoption in diverse organizational settings.

References

- Brauers, W.K.M. & Zavadskas E.K. (2006) The MOORA Method and Its Applications to Privatization in a Transition Economy. *Control and Cybernetics*, 35(2), 445–469. <http://eudml.org/doc/209425>
- Cakmak, E. (2023). Supplier selection for a power generator sustainable supplier park: Interval-valued neutrosophic SWARA and EDAS application. *Sustainability*, 15(18), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su151813973>
- Chakraborty, S., & Saha, A. K. (2024). Selection of forklift unit for transport handling using integrated MCDM under neutrosophic environment. *FACTA Universitatis. Series: Mechanical Engineering*, 22(2), 235–256. <https://doi.org/10.22190/FUME220620039C>
- D'Aniello, G. (2023). Fuzzy logic for situation awareness: a systematic review. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 14, 4419–4438. <https://doi.org/10.1007/s12652-023-04560-6>

- Dua, T. V. (2023). Forklift selection by multi-criteria decision-making methods. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 5(3), 95–101. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.285791>
- Facchini, F., Mummolo, G., Mossa, G., Digiesi, S., Boenzi, F., & Verriello, R. (2016). Minimizing the carbon footprint of material handling equipment: Comparison of electric and LPG forklifts. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 9(5), 1035–1046. <https://doi.org/10.3926/jiem.2082>
- Fazlollahtabar, H., Smailbašić, A., & Stević, Ž. (2019). FUCOM method in group decision-making: Selection of forklift in a warehouse. *Decision Making: Applications in Management and Engineering*, 2(1), 49–65. <https://doi.org/10.31181/dmame1901065f>
- Görçün, Ö. F., Tirkolaee, E. B., Küçükönder, H., & Garg, C. P. (2024). Assessing and selecting sustainable refrigerated road vehicles in food logistics using a novel multi-criteria group decision-making model. *Information Sciences*, 661, 1–26. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2024.120161>
- Govindan, K., Soleimani, H., & Kannan, D. (2015). Reverse logistics and closed-loop supply chain: A comprehensive review to explore the future. *European Journal of Operational Research*, 240(3), 603–626. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2014.07.012>
- Hendiani, S., & Walther, G. (2023). Sustainability performance evaluation of renewable energy systems using a new multi-expert multi-criteria interval type-2 fuzzy distance to ideal solution approach. *Applied Energy*, 347, 1–21. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2023.121436>
- Huang, X., Lin, Y., Lim, M. K., Tseng, M.-L., & Zhou, F. (2021). The influence of knowledge management on adoption intention of electric vehicles: Perspective on technological knowledge. *Industrial Management & Data Systems*, 121(7), 1481–1495. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2020-0411>
- Huskanović, E., Stević, Ž., & Simić, S. (2023). Objective-subjective CRITIC-MARCOS model for selection forklift in internal transport technology processes. *Mechatronic Systems and Intelligent Transportation*, 2(1), 20–31. <https://doi.org/10.56578/mits020103>

- Jiang, Y.-P., Fan, Z.-P., & Ma, J. (2008). A method for group decision making with multi-granularity linguistic assessment information. *Information Sciences*, 178(4), 1098–1109. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2007.09.007>
- Kannan, D., Khodaverdi, R., Olfat, L., Jafarian, A., & Diabat, A. (2013). Integrated fuzzy multi criteria decision making method and multi-objective programming approach for supplier selection and order allocation in a green supply chain. *Journal of Cleaner Production*, 47, 355–367. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.02.010>
- Mohammadpour, M., Kelouwani, S., Gaudreau, M.-A., Zeghmi, L., Amamou, A., Bahmanabadi, H., Allani, B., & Graba, M. (2024). Energy-efficient motion planning of an autonomous forklift using deep neural networks and kinetic model. *Expert Systems with Applications*, 237, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.121623>
- Mei, M., & Chen, Z. (2021). Evaluation and selection of sustainable hydrogen production technology with hybrid uncertain sustainability indicators based on rough-fuzzy BWM-DEA. *Renewable Energy*, 165, 716–730. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2020.11.051>
- Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC). (2024). *Thailand Logistics Report 2024* [Report].
- Ortiz-Barrios, M., Cabarcas-Reyes, J., Ishizaka, A., Barbati, M., Jaramillo-Rueda, N., & Carrascal-Zambrano, G. J. (2021). A hybrid fuzzy multi-criteria decision-making model for selecting a sustainable supplier of forklift filters: A case study from the mining industry. *Annals of Operations Research*, 307(1), 443–481. <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03737-y>
- Pamucar, D. S., Pejic Tarle, S., & Parezanovic, T. (2018). New hybrid multi-criteria decision-making DEMATEL MAIRCA model: Sustainable selection of a location for the development of multimodal logistics centre. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31(1), 1641–1665. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1506706>
- Pipawakorn, A., & Pasunon, P. (2023). The Documentary Research to Synthesize Components of Sustainable Business Development Concept for Small and Medium Enterprises. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 43(4), 142–163. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/article/view/263738> [in Thai]

- Průša, P., Jovčić, S., Němec, V., & Mrázek, P. (2018). Forklift truck selection using TOPSIS method. *International Journal for Traffic and Transport Engineering*, 8(3), 390–398.
[https://doi.org/10.7708/ijtte.2018.8\(3\).10](https://doi.org/10.7708/ijtte.2018.8(3).10)
- Srinual, N., & Boonraksa, N. (2025). A Multicriteria Decision–Making Model for Selecting Warehouse Rack Systems. *Business Administration and Management Journal Review*, 17(1), 271–290.
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bahcuojs/article/view/275913>
- Stević, Ž., Pamučar, D., Puška, A., & Chatterjee, P. (2020). Sustainable supplier selection in healthcare industries using a new MCDM method: Measurement of Alternatives and Ranking according to Compromise Solution (MARCOS). *Computers & Industrial Engineering*, 140, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2019.106231>
- Streimikiene, D., Kiausiene, I., & Makunaite, G. (2024). The importance of corporate image and social responsibility for consumer engagement in sustainable consumption. *E&M Economics and Management*, 27(2), 125–141. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2024-2-008>
- Ulutaş, A., Topal, A., Karabasevic, D., & Balo, F. (2023). Selection of a forklift for a cargo company with fuzzy BWM and fuzzy MCRAT methods. *Axioms*, 12(5), 467, 1–16.
<https://doi.org/10.3390/axioms12050467>
- Zajac, P., & Rozic, T. (2022). Energy consumption of forklift versus standards, effects of their use and expectations. *Energy*, 239, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2021.122187>
- Ziółkowski, A., Fuć, P., Jagielski, A. & Bednarek, M. (2022). Analysis of emissions and fuel consumption from forklifts by location of operation. *Combustion Engines*, 189(2), 30–35.
<https://doi.org/10.19206/CE-141741>

Causal relationships of digital marketing that affect the operations of medium-sized logistics businesses in Thailand

Papassorn Duanglith^{1,*} and Chanicha Moryadee²

Received: August 27, 2025 Revised: October 11, 2025 Accepted: December 9, 2025

Abstract

This study aimed to: (1) examine the characteristics of entrepreneurs, service quality, digital marketing, management, and market sustainability capabilities that influence the performance of medium-sized logistics businesses in Thailand; (2) analyze the influence of those factors on business performance; and (3) propose digital marketing strategies that enhance performance in this sector. A mixed-methods approach was employed. The quantitative phase involved a sample of 420 entrepreneurs from medium-sized logistics businesses in Thailand. Stratified sampling ensured appropriate representation, and data were analyzed using structural equation modeling (SEM), including descriptive statistics and model fit assessments. The qualitative phase involved in-depth interviews with nine key informants, including representatives from government agencies, logistics business operators, and academics specializing in transport marketing, using structured interviews and content analysis. Results showed that most respondents were 51–60 years old, held a bachelor's degree, worked as transport managers, had 7–9 years of experience, and earned a monthly income between 30,001–40,000 Baht. Respondents expressed a high level of agreement on all variables, emphasizing the importance of entrepreneurial leadership in the digital age and the integration of technology into management. SEM results indicated that entrepreneurial characteristics ($\beta = 0.45$), service quality ($\beta = 0.29$), and digital marketing ($\beta = 0.35$) had direct positive effects on management. In turn, management had a strong direct effect on market sustainability ($\beta = 0.93$). Furthermore, management ($\beta = 0.67$) and market sustainability ($\beta = 0.35$) had direct influences on the business performance of medium-sized logistics firms in Thailand.

Keywords: Digital Marketing, Performance, medium-sized logistics businesses in Thailand, Competitiveness, Management

¹ Doctor of Philosophy Program in Logistics and Supply Chain Management, College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University

² College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University

* Corresponding author. E-mail: papassorn.fw@gmail.com

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อ ผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย

ปภัสนร ดวงฤทธิ์^{1*} และชณิชา หมอຍາດີ²

วันรับบทความ: August 27, 2025 วันแก้ไขบทความ: October 11, 2025 วันตอบรับบทความ: December 9, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการ คุณภาพการให้บริการ การตลาดดิจิทัล การบริหารจัดการ และความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาดที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย 2) วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยเหล่านี้ และ 3) เสนอแนวทางการตลาดดิจิทัลเพื่อเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงาน การวิจัยใช้ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลาง 420 ราย ด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง ส่วนเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 9 คน ได้แก่ หน่วยงานรัฐ ผู้ประกอบการ และนักวิชาการ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า ด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ คุณภาพบริการ การตลาดดิจิทัล และการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่าผู้ประกอบการมีภาวะผู้นำและสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้อย่างเหมาะสม ผลการวิเคราะห์โมเดลชี้ว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการ คุณภาพบริการ และการตลาดดิจิทัล ส่งผลโดยตรงต่อการบริหารจัดการ (0.45, 0.29 และ 0.35 ตามลำดับ) ขณะที่การบริหารจัดการมีอิทธิพลสูงต่อความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด (0.93) และมีอิทธิพลโดยตรงต่อผลการดำเนินงาน (0.67) ส่วนความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาดก็มีผลต่อการดำเนินงานด้วย (0.35) สรุปได้ว่า การตลาดดิจิทัล คุณภาพการบริการ และคุณลักษณะผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการบริหารจัดการที่ดี แสดงให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

คำสำคัญ: การตลาดดิจิทัล ผลการดำเนินงาน ธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลาง ความสามารถในการแข่งขัน การบริหารจัดการ

¹ หลักสูตรดุขฎิบัถิิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

* Corresponding author. E-mail: papassorn.fw@gmail.com

บทนำ

อุตสาหกรรมโลจิสติกส์มีการเติบโตควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจยุคใหม่การเข้ามาของเทคโนโลยีก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผันต่อธุรกิจ ทำให้ธุรกิจออนไลน์หันมาลงทุนในแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้นจนกลายเป็นธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การขนส่งและโลจิสติกส์ต้องพัฒนาตามการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง การให้บริการที่ครอบคลุมมากขึ้น เช่น การวางแผนเส้นทาง การใช้เทคโนโลยีช่วยกระจายสินค้า และระบบ GPS เพื่อติดตามการขนส่ง ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ ปัจจุบันหลายบริษัทหันมาใช้ “Digital Logistics” เพื่อจัดการกระบวนการอย่างครบวงจร ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต ไปจนถึงการส่งมอบสินค้า เป้าหมายคือทำงานได้รวดเร็วมีต้นทุนต่ำ และตอบสนองผู้บริโภคได้ทันที ในภาคอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีบทบาทเชิงระบบต่อเศรษฐกิจประเทศอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีมูลค่าตลาดกว่า 53.38 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2025 และคาดว่าจะเติบโตเป็น 72.19 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2030 (Mordor Intelligence, 2025) อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังคงมีต้นทุนโลจิสติกส์สูงถึงประมาณ 13.4% ของ GDP ซึ่งมากกว่าประเทศพัฒนาแล้วที่เฉลี่ยเพียงราว 8–10% (NESDC, 2024) ขณะเดียวกัน การขยายตัวของเศรษฐกิจดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซได้ทำให้ความต้องการด้านโลจิสติกส์เร่งตัวขึ้นอย่างชัดเจน โดยตลาดอีคอมเมิร์ซของประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 5.9 ล้านล้านบาทในปี 2566 และเติบโตเฉลี่ยมากกว่า 15% ต่อปี (ETDA, 2024) ส่งผลให้ปริมาณพัสดุภายในประเทศมีมากกว่า 7–8 ล้านชิ้นต่อวัน (Leesa-nguansuk, S. 2025, June 10)

จากบริบทดังกล่าว ผู้ประกอบการโลจิสติกส์จำนวนมากได้เริ่มนำระบบดิจิทัล เช่น Transport Management System (TMS), Warehouse Management System (WMS) และ GPS Tracking มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน ทว่า มากกว่า 60% ของผู้ประกอบการขนาดกลางยังคงใช้ระบบแบบแยกส่วน (Silo) และมีเพียง 30–40% เท่านั้นที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานได้แบบอัตโนมัติ (DEPA, 2024) ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ รวมถึงข้อจำกัดด้านการบูรณาการระบบระหว่างคู่ค้า การพึ่งพาผู้ให้บริการเทคโนโลยีภายนอก (Outsource) และโครงสร้างต้นทุนโลจิสติกส์ที่ยังอยู่ในระดับสูง

โดยสรุป ในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจและเป็นทั้งโอกาสและภัยคุกคามผู้ประกอบการจึงต้องหาวิธีสร้างคุณค่าแก่ผู้บริโภค อีคอมเมิร์ซจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มช่องทางการค้าขายที่ทันสมัยและเข้าถึงลูกค้าโดยตรงจุดแข็งของธุรกิจออนไลน์คือการทำให้การซื้อขายง่ายขึ้นและตอบโต้ภัยสังคมดิจิทัลได้ดีกว่าเดิม อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีดิจิทัลมีอิทธิพลโดยตรงต่อการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจโลจิสติกส์ ผ่านการพัฒนาคุณภาพบริการและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การบริหารจัดการที่เข้มแข็งช่วยเสริมความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาดท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงและความต้องการลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผล

ให้ธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางสามารถยกระดับผลการดำเนินงานและสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันเพื่อนำไปสู่แนวทางปรับใช้ที่ช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจต่อไป

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารองค์กรดิจิทัล

การบริหารองค์กรดิจิทัล (Digital Organization Management) หมายถึง การออกแบบและบริหารองค์กรบนฐานเทคโนโลยีดิจิทัล การใช้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อการตัดสินใจ และการสร้างระบบปฏิบัติการองค์กร (Operating Model) ใหม่ที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วในสภาวะการแข่งขันยุคดิจิทัล (Westerman et al., 2014; Kane et al., 2015) โดยกระบวนการทรานส์ฟอร์มองค์กรดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพต้องประกอบด้วย 4 มิติหลัก (Hess et al., 2016; Verhoef et al., 2021) ได้แก่ (1) การพัฒนากรอบคิดและวิสัยทัศน์เชิงดิจิทัล (Digital Mindset) (2) การออกแบบกระบวนการทำงานบนฐานดิจิทัลและข้อมูลกลาง (Digital Process Integration) (3) การเสริมสร้างศักยภาพด้านทักษะดิจิทัลของบุคลากรทุกระดับ (Digital Skills & Talent Development) และ (4) การสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการทดลอง นวัตกรรม ความคล่องตัว และความพร้อมตอบสนองการเปลี่ยนแปลง (Digital Culture & Agility)

อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน การตลาดดิจิทัลในปัจจุบันทำหน้าที่เป็นกลไกเสริมประสิทธิภาพ 3 ด้านสำคัญ คือ (1) การสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือของบริการผ่านช่องทางดิจิทัลและข้อมูลการปฏิบัติการแบบเรียลไทม์ (2) การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารกับลูกค้าองค์กรผ่านระบบ CRM และ Omni-channel และ (3) การสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์โดยใช้ Big Data Analytics เพื่อคาดการณ์อุปสงค์และวางแผนเส้นทางอย่างแม่นยำ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการดำเนินงานทางธุรกิจโลจิสติกส์

(Utkrit, 2019) การประเมินประสิทธิภาพของแต่ละกิจกรรมโลจิสติกส์ประกอบด้วย 3 มิติ ดังนี้ 1. มิติด้านเวลา เช่น การส่งมอบสินค้าตรงเวลาตามที่ผู้บริโภคต้องการมีการทำงานรวดเร็วลดระยะเวลาการรอคอย 2. มิติด้านต้นทุน ต้นทุนที่ใช้สร้างผลกำไรตอบแทนเหมาะสม อย่างไรก็ตามพบว่าผู้ประกอบการขนาดเล็กจำนวนมากไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำได้ส่งผลต่อการพัฒนางานโลจิสติกส์และซัพพลายเชน 3. มิติด้านความน่าเชื่อถือ เป็นพฤติกรรมด้านดีที่เกิดขึ้นจากการทำงานร่วมกับผู้อื่น ทั้งนี้ (Warmelink et al., 2020) ได้นำเสนอเกี่ยวกับการผลิตและโลจิสติกส์ พบว่า การดำเนินการและการควบคุมกระบวนการผลิตที่สร้างความแตกต่างรวมทั้งการควบคุมในการตอบสนองความเร็วและโลจิสติกส์ส่วนใหญ่ประกอบด้วยปัจจัยการออกแบบวัตถุประสงค์และเป้าหมาย คະណະความสำเร็จ ข้อมูลป้อนกลับแบบมัลติมีเดีย และ (Pukhut et al., 2022) กล่าวว่า สถานการณ์เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและอยู่นอกเหนือขอบเขตของการบริหารองค์กร ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องตระหนักถึงความสำคัญของ

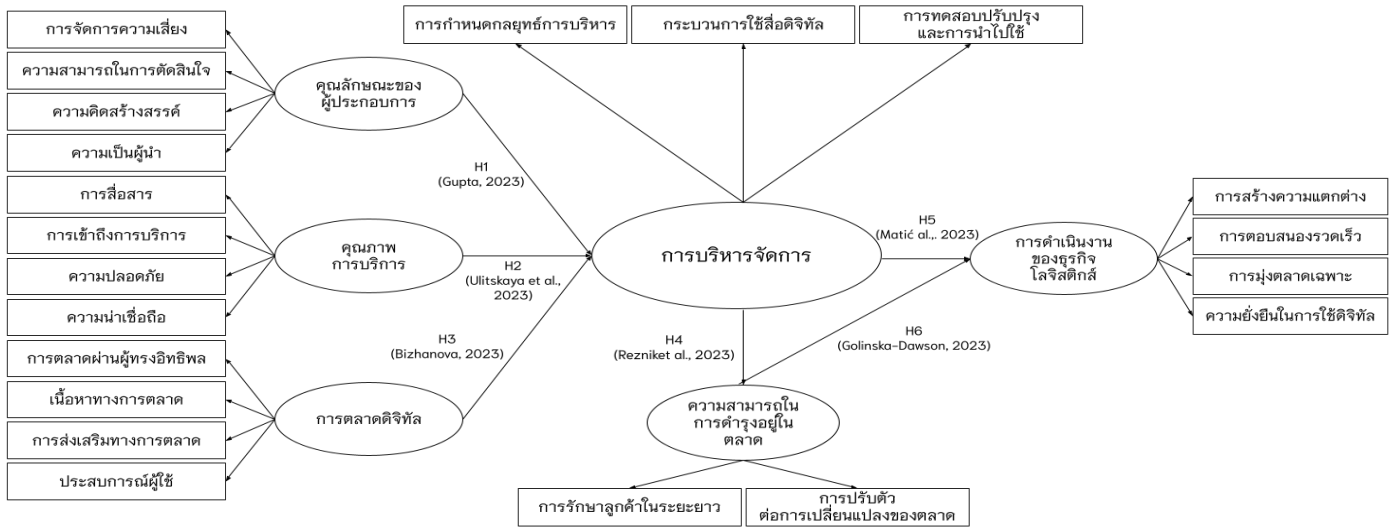
การจัดการทรัพยากรและการนำความสามารถที่มีอยู่ในองค์กรมาใช้ในการกำกับ ติดตาม และควบคุมการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ คุณลักษณะผู้ประกอบการ เช่น ความกล้าเสี่ยง การสร้างนวัตกรรม และการมุ่งมั่นเชิงรุก เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความยืดหยุ่นในการแข่งขัน ส่วนคุณภาพการบริการถือเป็นแหล่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจโลจิสติกส์ โดยมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับความพึงพอใจของลูกค้าและผลการดำเนินงานขององค์กร การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและความสามารถขององค์กรจึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยนำเข้า (เช่น การตลาดดิจิทัลและคุณลักษณะผู้ประกอบการ) กับผลลัพธ์ทางธุรกิจ ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัตอธิบายถึงการปรับตัวและสร้างความได้เปรียบในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ขณะที่ทฤษฎีความสามารถในการดูดซับความรู้ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพขององค์กรในการเรียนรู้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) มีการพัฒนาไปจากแนวคิดเดิมที่มุ่งเน้นการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ไปสู่บทบาทในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Leader) ที่สามารถจัดการความไม่แน่นอนบนฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ ขับเคลื่อนการสร้างนวัตกรรม และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มทางธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยลักษณะสำคัญ ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล (Digital Leadership) ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการตัดสินใจบนฐานข้อมูล (Data-driven Decision Making) และการบริหารความเสี่ยงเชิงระบบ ซึ่งเป็นปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความผันผวนสูง (PwC, 2023)

ในด้านคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ภายใต้บริบทดิจิทัล การประเมินคุณภาพบริการจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยด้านประสบการณ์ผู้ใช้ดิจิทัล (Digital User Experience) รวมถึงความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์ม ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าโดยตรง ส่งผลให้มิติการประเมินคุณภาพบริการในยุคปัจจุบันมิได้จำกัดอยู่เฉพาะมิติ 5 ประการตาม SERVQUAL แบบดั้งเดิมเท่านั้น แต่ยังต้องครอบคลุมความสามารถขององค์กรในการให้บริการแบบ Omni-channel ที่มีความรวดเร็ว โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้แบบ Real-time เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคและรูปแบบการบริการที่เปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล (Parasuraman et al., 2005)

จากการทบทวนวรรณกรรมตามที่กล่าวมา ผู้วิจัยสามารถพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย
ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ คุณภาพการให้บริการ การตลาดดิจิทัล การบริหารจัดการ ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลคุณลักษณะของผู้ประกอบการ คุณภาพการให้บริการ การตลาดดิจิทัล การบริหารจัดการ ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย

สมมติฐาน

- สมมติฐานที่ 1 (H1): คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริหารจัดการ
- สมมติฐานที่ 2 (H2): คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริหารจัดการ
- สมมติฐานที่ 3 (H3): การตลาดดิจิทัลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริหารจัดการ

สมมติฐานที่ 4 (H4): การบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด

สมมติฐานที่ 5 (H5): การบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์

สมมติฐานที่ 6 (H6): ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ คุณภาพการบริการ การตลาดดิจิทัล การบริหารจัดการ ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด และการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย ซึ่งจะศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดดิจิทัลและการดำเนินงานธุรกิจโลจิสติกส์

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรของการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย จำนวน 20,077 ราย (Department of Business Development Database, 2023) ซึ่งแบ่งเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ของการวิจัยครั้งนี้เป็นระบบองค์กร (Organization)

2.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย มีจำนวน 20,077 ราย เกณฑ์ที่ใช้ใช้ในการกำหนดตัวอย่าง คือ 10-20 เท่าต่อตัวแปรสังเกต 1 ตัวแปร (Hair et al., 2010) การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตจำนวน 21 ตัวแปร ได้กลุ่มตัวอย่าง คือจำนวน 210 – 420 กลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนเท่ากับ 420 กลุ่มตัวอย่าง

2.3 ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) โดยวิธีการคัดเลือกด้วยวิธีการเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลกับตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน ผู้ประกอบทางธุรกิจโลจิสติกส์ จำนวน 3 ราย นักวิชาการด้านการขนส่งทางการตลาดดิจิทัล จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 9 คน (ทั้งนี้มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโดยเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีประสบการณ์ทางธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย ไม่น้อยกว่า 5 ปี)

3. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ตัวแปรแฝงภายนอกจำนวน 3 ตัวแปร (Exogenous Latent Variables) และตัวแปรแฝงภายในจำนวน 3 ตัวแปร (Endogenous Latent Variables) ซึ่งแต่ละตัวแปรจะมีองค์ประกอบของตัวแปรหรือตัวแปรสังเกตได้ที่แตกต่างกันไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) ได้แก่

3.1.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ การจัดการความเสี่ยง ความสามารถในการตัดสินใจ ความคิดสร้างสรรค์ และความเป็นผู้นำ

3.1.2 คุณภาพการบริการ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ การสื่อสาร การเข้าถึง การบริการความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ

3.1.3 การตลาดดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ การตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพล เนื้อหาทางการตลาด การส่งเสริมทางการตลาด และประสบการณ์ผู้ใช้

3.2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variables) ได้แก่

3.2.1 การบริหารจัดการ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ การกำหนดกลยุทธ์ การบริหาร กระบวนการใช้สื่อดิจิทัล การทดสอบปรับปรุงและนำไปใช้

3.2.2 ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด ได้แก่ อัตราการรักษาลูกค้าในระยะยาว และความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด

3.2.3 การดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองรวดเร็ว การมุ่งตลาดเฉพาะ และความยั่งยืนในการใช้ดิจิทัล

4. ขอบเขตด้านสถานที่และระยะเวลา

เพื่อให้การศึกษานี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ศึกษาในประเทศไทย โดยมีระยะเวลาเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนตุลาคม 2566 ถึง เดือนพฤษภาคม 2568 โดยเริ่มศึกษาตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ที่เกี่ยวข้องในกรอบแนวคิดทั้งหมด และนำข้อมูลของตัวแปรทั้งหมดที่ได้จากการสำรวจองค์ประกอบมาวิเคราะห์ข้อมูลและพัฒนาเป็นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย จากนั้นนำมาเขียนสรุปและอภิปรายผล พร้อมจัดทำรูปเล่มรายงานวิจัยให้แล้วเสร็จ

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย เป็นการวิจัยการศึกษาครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative study) และการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative study) เนื่องจากต้องการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วยหลักฐานเชิงสถิติจากแบบจำลอง SEM และการอธิบายกลไกหรือเงื่อนไขเชิงบริบทที่ทำให้ความสัมพันธ์เกิดขึ้นจริง ข้อมูลเชิงคุณภาพจึงใช้เพื่อให้เหตุผลว่าเหตุใด ตัวแปร ECT, SVQ และ DMK จึงยกระดับ MNG และส่งผลต่อ MSC/OLB

กลุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล

เชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย ที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) (Hair et al., 2010; Sinjaru, 2020; Piriyaikul, 2021) ดังนั้นจะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 420 ตัวอย่าง ($\geq 20 \times$ ตัวแปรสังเกต 21 ตัว) โดยสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) แยกชั้นตามประเภทธุรกิจ/ภูมิภาค/บทบาทผู้ตอบ เพื่อให้แทนประชากรได้เหมาะสม ผู้ตอบต้องผ่านการคัดกรอง ได้แก่ เป็นธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลาง มีบทบาทตัดสินใจด้านโลจิสติกส์/การตลาดดิจิทัล/คุณภาพบริการ มีประสบการณ์ ≥ 5 ปี และองค์กรใช้เครื่องมือดิจิทัลอย่างน้อย 1 รายการใน 12 เดือนที่ผ่านมา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Research Instrument) ใช้แบบสอบถามในการสำรวจข้อมูลจำนวน 420 ชุด โดยมีมาตรการวัดระดับความคิดเห็นและมีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ประกอบด้วยค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และค่าความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยมีค่าเท่ากับ 0.76 และการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (Cronbach, 1990) มีค่าเท่ากับ 0.86 ซึ่งแบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 3 ท่าน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) กำหนดเกณฑ์ยอมรับ ≥ 0.50 และปรับถ้อยคำตามข้อเสนอแนะ จากนั้นดำเนินการทดลองใช้ (pilot test) กับกลุ่มลักษณะใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30–50 ชุด เพื่อตรวจสอบความชัดเจนและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's α) ซึ่งกำหนดเกณฑ์ยอมรับ ≥ 0.70 เมื่อผ่านการปรับปรุงแล้ว จึงทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิง

โครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ประเมินค่า factor loadings (≥ 0.50), ความเชื่อมั่นเชิงประกอบ ($CR \geq 0.70$), ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนร่วมที่สกัด ($AVE \geq 0.50$) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (พิจารณา $AVE > MSV$ และ $\sqrt{AVE}$ มากกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร) ก่อนเข้าสู่การทดสอบแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) โดยรายงานดัชนีความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูล ได้แก่ $\chi^2/df < 3.00$, $CFI/TLI \geq 0.90$, $RMSEA/SRMR \leq 0.08$

เชิงคุณภาพ

ในการศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviews) โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 9 คน ตามแนวคิดของ (Creswell, 2018) ได้แก่ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน ผู้ประกอบทางธุรกิจโลจิสติกส์ จำนวน 3 ราย นักวิชาการด้านการขนส่งการตลาด จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 9 คน (ทั้งนี้ มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโดยเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีประสบการณ์ทางธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย ไม่น้อยกว่า 5 ปี) เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือ (Credibility, Validity) ของข้อมูลหรือสิ่งที่ค้นพบในการวิจัยโดยมีวิธีเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลหลัก 9 ราย (ภาครัฐ 3 ราย ผู้ประกอบการ 3 ราย นักวิชาการ 3 ราย) โดยมีการสัมภาษณ์ จำนวน 9 ครั้ง จากผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก คัดเลือกแบบ purposive ตามเกณฑ์ประสบการณ์ ≥ 5 ปี และต่อยอดแบบ theoretical sampling จนข้อมูลอิ่มตัว ใช้คู่มือคำถามที่เชื่อมโยงกับกรอบแนวคิด (ECT, SVQ, DMK, MNG, MSC, OLB) ความยาว 45–60 นาที/ราย บันทึกเสียง ถอดความ โดยคงการไม่ระบุตัวตนและขอความยินยอมตามจริยธรรมการวิจัย

การวิเคราะห์เชิงปริมาณเริ่มจากการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และตรวจสอบการแจกแจงข้อมูลด้วยค่าเบ้ (Skewness) และค่าโด่ง (Kurtosis) เพื่อประเมินความเหมาะสมของข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ระดับโครงสร้าง โดยอ้างอิงเกณฑ์ของ (Kline, 2023) ที่ระบุว่า ค่าความเบ้และความโด่งที่อยู่ภายในช่วงประมาณ ± 3 สามารถยอมรับได้สำหรับการวิเคราะห์ด้วย SEM ในขั้นต่อมาใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงและความเที่ยงตรงของโมเดลการวัด โดยใช้แนวทางของ (Hair et al., 2019) ในการประเมินคุณภาพโมเดลการวัด ก่อนเข้าสู่การทดสอบโมเดลโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งการประเมินความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลใช้ดัชนีมาตรฐาน เช่น χ^2/df , CFI, TLI, RMSEA และ SRMR ที่กำหนดว่า χ^2/df ควรน้อยกว่า 3.00, ค่า CFI และ TLI ควรมีค่า ≥ 0.90 และค่า RMSEA และ SRMR ควรไม่เกิน 0.08 (Byrne, 2023; Hu & Bentler, 1999)

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามแนวทางของ (Krippendorff, 2019) ซึ่งเป็นแนวคิดและมาตรฐานสากลในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่อาศัยการตีความอย่างเป็นระบบและตรวจสอบได้

ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 420 คน พบว่า ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 74.76 ด้านตำแหน่งปัจจุบันเป็นผู้จัดการฝ่ายขนส่ง จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 38.81 ด้านประสบการณ์การทำงานมีการทำงาน 7-9 ปีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 31.19 และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 59.05 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยเป็นรายด้านดังนี้

1. ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ พบว่า 1) การจัดการความเสี่ยง ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ที่ 3.93 ซึ่งอยู่ในระดับมาก (SD = 0.78) 2) ความสามารถในการตัดสินใจของผู้ประกอบการอยู่ที่ 3.72 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก (SD = 0.75) 3) ความคิดสร้างสรรค์ ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ อยู่ที่ 3.85 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก (SD = 0.67) และ 4) ความเป็นผู้นำ ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ อยู่ที่ 3.84 ซึ่งอยู่ในระดับมาก (SD = 0.70) ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีมุมมองในเชิงบวกต่อคุณลักษณะด้านภาวะผู้นำของผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในด้านการเรียนรู้และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

2. ด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่า 1) การสื่อสาร ด้านคุณภาพการให้บริการอยู่ที่ 3.99 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก (SD = 0.56) 2) การเข้าถึงการบริการ อยู่ที่ 3.79 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก (SD = 0.69) 3) ความปลอดภัย อยู่ที่ 3.85 ซึ่งอยู่ในระดับมาก (SD = 0.59) และ 4) ความน่าเชื่อถือ อยู่ที่ 4.00 ซึ่งอยู่ในระดับมาก (SD = 0.69) ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุดในหัวข้อด้านคุณภาพการให้บริการ แสดงถึงการรับรู้ในเชิงบวกของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความสามารถขององค์กรในการดำเนินงานที่แม่นยำ เชื่อถือได้ และตรวจสอบได้

3. ด้านการตลาดดิจิทัล พบว่า 1) การตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพล อยู่ที่ 3.75 ซึ่งอยู่ในระดับมาก (SD = 0.74) 2) เนื้อหาทางการตลาด อยู่ที่ 3.84 ซึ่งอยู่ในระดับมาก (SD = 0.79) 3) การส่งเสริมทางการตลาด อยู่ที่ 3.79 ซึ่งอยู่ในระดับมาก (SD = 0.71) และ 4) ประสบการณ์ผู้ใช้ อยู่ที่ 4.02 ซึ่งอยู่ในระดับมาก (SD = 0.56) มีค่าเฉลี่ยรวมสูงที่สุดด้านการตลาดดิจิทัล ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของผู้ใช้บริการในกระบวนการทางการตลาด

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ พบว่า 1) การกำหนดกลยุทธ์การบริหาร อยู่ที่ 3.85 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก (SD = 0.73) 2) กระบวนการใช้สื่อดิจิทัล อยู่ที่ 3.81 ซึ่งอยู่ในระดับมาก (SD = 0.62) และ 3) การทดสอบ ปรับปรุง และนำไปใช้ อยู่ที่ 3.80 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก (SD = 0.70) ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า องค์กรมีการประเมินผลและทบทวนกระบวนการบริหารอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

5. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด พบว่า 1) อัตราการรักษาลูกค้าในระยะยาว อยู่ที่ 4.07 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก (SD = 0.52) และ 2) ความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด อยู่ที่ 4.01 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก (SD = 0.56) ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ว่าการดำเนินงานขององค์กรมีความสามารถในการรับมือกับสภาวะการแข่งขันและความผันผวนของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ พบว่า 1) การสร้างความแตกต่าง อยู่ที่ 4.08 ซึ่งอยู่ในระดับมาก (SD = 0.50) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 2) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว อยู่ที่ 3.74 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก (SD = 0.74) 3) การมุ่งตลาดเฉพาะ อยู่ที่ 3.94 ซึ่งอยู่ในระดับมาก (SD = 0.55) และ 4) ความยั่งยืนในการใช้ดิจิทัล อยู่ที่ 3.72 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก (SD = 0.73) แสดงถึงการที่องค์กรตระหนักถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างต่อเนื่องและมีความมั่นคงในระยะยาว

ตารางที่ 1 รายงานค่าสถิติเพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ตัวแปร	Cronbach's Alpha	CR	AVE	MSV	VIF	CCM	CA	CLP	SCP
CCM	0.89	0.91	0.65	0.32	1.85	0.81	0.56	0.48	0.44
CA	0.87	0.90	0.62	0.29	1.72	0.56	0.79	0.52	0.47
CLP	0.91	0.93	0.68	0.34	1.94	0.48	0.52	0.82	0.50
SCP	0.88	0.92	0.66	0.30	1.80	0.44	0.47	0.50	0.81

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

จากตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรทุกด้านมีค่า Cronbach's Alpha และ Composite Reliability (CR) สูงกว่า 0.70 บ่งชี้ถึงความเชื่อมั่นที่ดีของเครื่องมือ ค่า Average Variance Extracted (AVE) อยู่ในช่วง 0.62–0.68 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.50 สะท้อนถึงความเที่ยงตรงเชิงบรรทัดที่เหมาะสม ขณะเดียวกันค่า Maximum Shared Variance (MSV) มีค่าน้อยกว่า AVE และค่า $\sqrt{AVE}$ ในเส้นทแยงมุมสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น แสดงถึงความเที่ยงตรงเชิงจำแนกที่เพียงพอ นอกจากนี้ ค่า VIF ต่ำกว่า 5 ยืนยันว่าไม่มีปัญหาความหลายเส้นตรง (Multicollinearity) เครื่องมือจึงมีคุณภาพเหมาะสมสำหรับการวิจัย

ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์โมเดลที่พัฒนาขึ้น

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต

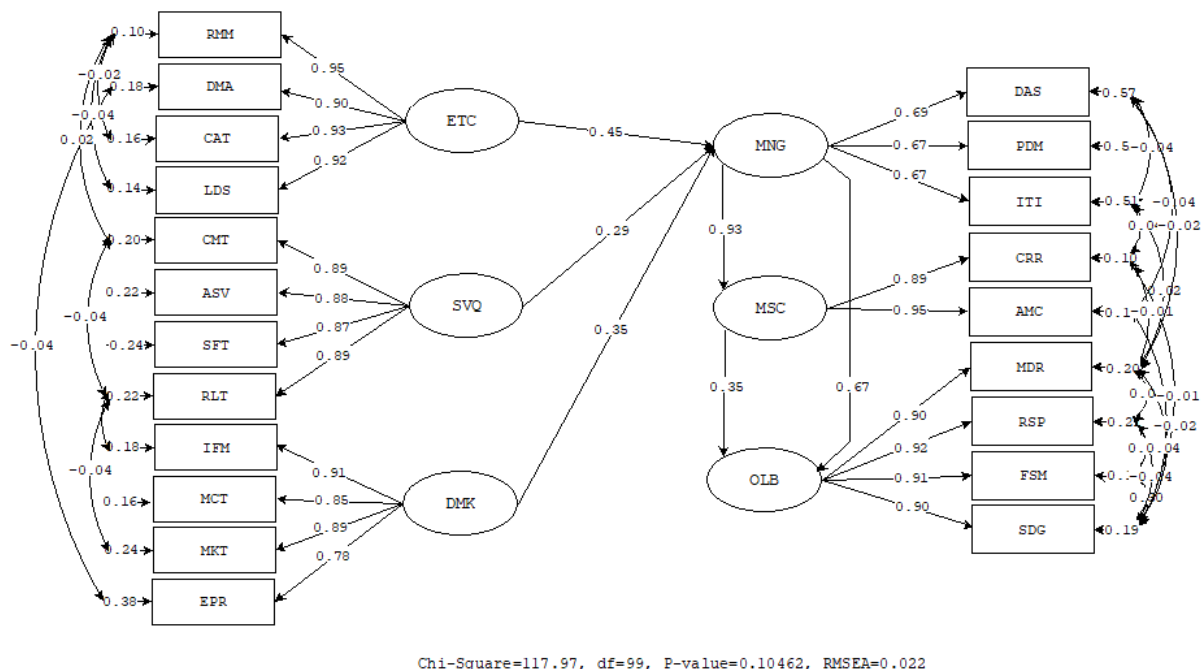
	RMM	DMA	CAT	LDS	CMT	ASV	SFT	RLT	IFM	MCT	MKT	EPR	DAS	PDM	ITI	CCR	AMC	MDR	RSP	FSM	SDG
$\bar{x}$	3.93	3.72	3.85	3.84	3.99	3.79	3.85	4.00	3.75	3.84	3.79	4.02	3.85	3.81	3.80	4.07	4.01	4.08	3.74	3.94	3.72
SD	0.78	0.75	0.67	0.70	0.56	0.69	0.59	0.69	0.74	0.79	0.71	0.56	0.73	0.62	0.70	0.52	0.56	0.50	0.74	0.55	0.73
RMM	1	.724**	.650**	.732**	.279**	.562**	.611**	.875**	.728**	.420**	.708**	.551**	.741**	.423**	.685**	.726**	.880**	.345**	.559**	.486**	.730**
DMA		1	.730**	.866**	.343**	.743**	.891**	.726**	.880**	.531**	.853**	.628**	.510**	.669**	.849**	.706**	.727**	.366**	.762**	.292**	.928**
CAT			1	.774**	.347**	.693**	.545**	.706**	.727**	.613**	.748**	.557**	.738**	.630**	.761**	.720**	.833**	.352**	.682**	.282**	.751**
LDS				1	.419**	.601**	.376**	.720**	.833**	.527**	.926**	.723**	.116**	.482**	.713**	.290**	.364**	.444**	.435**	.332**	.832**
CMT					1	.734**	.345**	.290**	.364**	.164**	.375**	.722**	.769**	.496**	.390**	.417**	.887**	.836**	.594**	.236**	.353**
ASV						1	.510**	.633**	.113**	.601**	.201**	.417**	.887**	.732**	.301**	.197**	.470**	.690**	.858**	.254**	.548**
SFT							1	.709**	.442**	.454**	.715**	.197**	.470**	.826**	.506**	.526**	.857**	.380**	.593**	.689**	.615**
RLT								1	.756**	.479**	.701**	.526**	.857**	.643**	.684**	.577**	.132**	.319**	.420**	.428**	.758**
IFM									1	.473**	.831**	.577**	.132**	.618**	.842**	.279**	.562**	.360**	.418**	.335**	.894**
MCT										1	.518**	.401**	.620**	.209**	.473**	.343**	.743**	.242**	.466**	.213**	.516**
MKT											1	.652**	.112**	.364**	.810**	.347**	.693**	.403**	.864**	.323**	.830**
EPR												1	.453**	.275**	.644**	.236**	.353**	.766**	.331**	.325**	.617**
DAS													1	.669**	.122**	.213**	.601**	.697**	.791**	.209**	.602**
PDM														1	.508**	.412**	.454**	.486**	.812**	.533**	.117**
ITI															1	.576**	.479**	.383**	.565**	.309**	.822**
CCR																1	.562**	.613**	.748**	.557**	.738**
AMC																	1	.527**	.926**	.723**	.116**
MDR																		1	.576**	.361**	.842**
RSP																			1	.314**	.377**
FSM																				1	.327**
SDG																					1

** . p-value 0.01

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตทั้ง 21 ตัวแปร จำนวน 210 คู่ พบว่าทุกคู่ตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงบวกในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.113–0.887 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์ไม่เกินเกณฑ์ 0.90 แสดงว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์สูงเกินไป นอกจากนี้ ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวแปรด้วยค่า KMO และ Bartlett's test of Sphericity พบว่า ค่า KMO มีค่า 0.917 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.80 จัดอยู่ในระดับเหมาะสมมาก และค่า Bartlett's test มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 9492.776$, $df = 176$, $p < 0.001$) แสดงถึงความเหมาะสมของข้อมูลที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานการวิจัย พบว่า โมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดีหรือโมเดลมีความเที่ยงตรงสูง พิจารณาได้จาก ค่าไค-สแควร์ (r) เท่ากับ 117.97 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 (p -value เท่ากับ 0.10) ค่าค่าไค-สแควร์ ($\chi^2/df < 3.00$, CFI ≥ 0.90 , GFI ≥ 0.90 , AGFI ≥ 0.90 , RMSEA ≤ 0.08) เท่ากับ 1.19 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.94 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.02 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า จึงสรุปได้ว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลาง ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลาง

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

เมื่อพิจารณาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลาง พบว่า ตัวแปรสาเหตุมีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการ คือ คุณลักษณะผู้ประกอบการ คุณภาพการให้บริการ และการตลาดดิจิทัล มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.45, 0.29 และ 0.35 ตามลำดับ ยังพบว่า ตัวแปรสาเหตุมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด คือ การบริหารจัดการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.93 ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การจัดการ

ที่มีประสิทธิภาพเป็นกลไกหลักที่ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง และตัวแปรสาเหตุมีอิทธิพลทางตรงต่อการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ คือ การบริหารจัดการ ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด การดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ คือ การบริหารจัดการ ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.67 และ 0.35 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าการบริหารจัดการที่ดีและการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ต่อสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ มีผลโดยตรงต่อความสำเร็จ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัย

ตัวแปรเชิงสาเหตุ	ตัวแปรผล								
	การบริหารจัดการ (MNG)			ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด (MSC)			การดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ (OLB)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณลักษณะผู้ประกอบการ (ECT)	0.45**	–	0.45**	–	0.41**	0.41**	–	0.42**	0.42**
คุณภาพการให้บริการ (SVQ)	0.29*	–	0.29*	–	0.26**	0.26**	–	0.26*	0.26*
การตลาดดิจิทัล (DMK)	0.35**	–	0.35**	–	0.32**	0.32**	–	0.32**	0.32**
การบริหารจัดการ (MNG)	–	–	–	0.93**	–	0.93**	0.67**	0.32*	0.99**
ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด (MSC)	–	–	–	–	–	–	0.35**	–	0.35**

**p<0.01, *p<0.05

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ (ECT) คุณภาพการให้บริการ (SVQ) และการตลาดดิจิทัล (DMK) มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อการบริหารจัดการ (MNG) ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผ่านอิทธิพลต่อทั้ง ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด (MSC) และผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ (OLB) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวมที่สูง แสดงให้เห็นว่าการบริหารจัดการ ทำหน้าที่เป็นตัวแปรสื่อกลางหลัก (Mediator) ที่เชื่อมโยงปัจจัยเชิงคุณลักษณะและกลยุทธ์ดิจิทัลเข้ากับความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยสมมติฐานทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$, $p<0.01$)

การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก 9 คน ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐ ผู้ประกอบการ และนักวิชาการ พบประเด็นสำคัญที่สะท้อนถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จด้านการตลาดดิจิทัล ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการปรับตัว การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ความกล้าเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ และภาวะผู้นำ ประเด็นเหล่านี้ถูกรวบรวม วิเคราะห์

และจัดกลุ่มเป็น หมวดหมู่รหัส (Coding Categories) เพื่อตีความเชิงแนวคิด นอกจากนี้ยังพบว่า กระบวนการปฏิบัติงานที่มีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก การวางแผนกลยุทธ์ การทดลองและการประเมินผลอย่างต่อเนื่องเป็นเงื่อนไขที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนคุณภาพบริการด้านการสื่อสาร การเข้าถึง ความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ ปรากฏซ้ำอย่างต่อเนื่องในข้อมูลจากหลายกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ทำให้สามารถสรุปได้ว่าเป็น แกนกลางของเนื้อหา (Core Themes) ที่สนับสนุนการเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ คุณภาพการให้บริการ การตลาดดิจิทัล การบริหารจัดการ และความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางในประเทศไทย
2. เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ในการอธิบาย ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโลจิสติกส์ ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหาร
3. เสนอแนวทางการประยุกต์ใช้ การตลาดดิจิทัล ที่เหมาะสม เพื่อยกระดับขีดความสามารถและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลาง

สรุป และอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย คุณลักษณะผู้ประกอบการ คุณภาพการให้บริการ และการตลาดดิจิทัล มีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารจัดการ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรสื่อกลางสำคัญในการเชื่อมโยงปัจจัยเชิงคุณลักษณะ และกลยุทธ์ดิจิทัลเข้ากับความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลาง การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพช่วยเสริมความยืดหยุ่น ปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และสร้างความสำเร็จอย่างยั่งยืน การวิเคราะห์เชิงคุณภาพยังยืนยันบทบาทของภาวะผู้นำ ความคิดสร้างสรรค์ และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องรวมถึงคุณภาพบริการที่เชื่อถือได้เป็นแกนกลางของการเสริมศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลในองค์กร

ผลจากการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผลการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลาง ทั้ง 6 ปัจจัย ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ คุณภาพการให้บริการ การตลาดดิจิทัล การบริหารจัดการ ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด และผลการดำเนินงาน อยู่ในระดับ “มาก” โดยผู้ตอบแบบสอบถาม

เห็นว่าองค์กรให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทั้งในด้านความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และการสื่อสารที่ชัดเจน นอกจากนี้ ยังสะท้อนถึงการใช้ช่องทางการตลาดดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาด และการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ให้บริการ ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างความพึงพอใจ และนำไปสู่ความภักดีในระยะยาว ขณะเดียวกัน องค์กรยังมีการประเมินและทบทวนกลยุทธ์การบริหารอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ (Matić et al., 2023) ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของผู้ส่งสินค้าและผู้จัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตกับตลาดปลายทาง โดยผู้ส่งสินค้ามีบทบาทคล้าย “ตัวแทนการเดินทาง” ของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ และยังคงสอดคล้องกับ (Naumov, 2023) ที่ยืนยันว่า การใช้ซอฟต์แวร์และเทคโนโลยีสนับสนุนการตัดสินใจช่วยเพิ่มคุณภาพการให้บริการ ลดต้นทุน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการตลาดดิจิทัลในยุคปัจจุบันจึงไม่เพียงแต่เป็นกลยุทธ์เสริม แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่เชื่อมโยงกับคุณลักษณะผู้ประกอบการ การบริหารจัดการ และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโลจิสติกส์ให้ยั่งยืนในอนาคต

ผลจากการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลาง แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสาเหตุสำคัญ ได้แก่ คุณลักษณะผู้ประกอบการ (0.45), คุณภาพการให้บริการ (0.29) และ การตลาดดิจิทัล (0.35) มีอิทธิพลทางตรงต่อ การบริหารจัดการ สะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาภาวะผู้นำ การสร้างบริการที่มีคุณภาพ และการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ดิจิทัล ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการเสริมสร้างศักยภาพด้านการจัดการในองค์กรโลจิสติกส์ นอกจากนี้ยังพบว่า การบริหารจัดการ มีอิทธิพลโดยตรงต่อ ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด สูงถึง 0.93 แสดงให้เห็นว่าการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ไม่เพียงแต่สร้างความแข็งแกร่งภายในองค์กร แต่ยังเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดความอยู่รอดและความสามารถในการแข่งขันในตลาด ขณะเดียวกัน ผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ ได้รับอิทธิพลทางตรงจากทั้ง การบริหารจัดการ (0.67) และ ความสามารถในการดำรงอยู่ในตลาด (0.35) ซึ่งบ่งชี้ว่าการจัดการที่ดีและการปรับตัวตามสภาพแวดล้อม การแข่งขันมีผลโดยตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Reznik et al., 2023) ที่ชี้ว่าห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกเผชิญปัญหาการหยุดชะงักและการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนได้ และสามารถร่วมมือกันระหว่างองค์กร รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น คลาวด์ ปัญญาประดิษฐ์ และระบบการจัดการกระบวนการธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ ในทำนองเดียวกัน งานวิจัยของ (Kumari, 2023) เน้นย้ำถึงความสำคัญของ ความยืดหยุ่นในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อรับมือกับความไม่แน่นอน และการหยุดชะงักที่อาจเกิดขึ้น องค์กรต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานใหม่ให้มีความคล่องตัวมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยสรุป

ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ผลการวิจัยยืนยันว่า การตลาดดิจิทัล คุณภาพการบริการ และคุณลักษณะผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพซึ่งการบริหารจัดการที่เข้มแข็งจะส่งผลต่อความสามารถในการอยู่รอดในตลาด และสะท้อนออกมาเป็นผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นของธุรกิจโลจิสติกส์ในภาพรวม

ตารางที่ 4 สรุปสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ตัวแปรต้น → ตัวแปรตาม	ค่าอิทธิพล (Direct / Indirect / Total)	นัยสำคัญ ทางสถิติ	งานวิจัยที่สอดคล้อง
H1	คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ (ECT) → การบริหารจัดการ (MNG)	Direct = 0.45 Total = 0.45	$p < 0.01$	(Kumari, 2023): ผู้ส่ง สินค้ามีบทบาทสำคัญต่อ การกระจายสินค้า (Naumov, 2023): ใช้ ซอฟต์แวร์สนับสนุนการ ตัดสินใจ ลดต้นทุนและ ผลกระทบสิ่งแวดล้อม
H2	คุณภาพการบริการ (SVQ) → การบริหาร จัดการ (MNG)	Direct = 0.29 Total = 0.29	$p < 0.05$	(Ulitskaya et al., 2023): คุณภาพการบริการมีผลต่อ การพัฒนาเศรษฐกิจ
H3	การตลาดดิจิทัล (DMK) → การบริหารจัดการ (MNG)	Direct = 0.35 Total = 0.35	$p < 0.01$	(Bhanot & Kaur, 2023): การตลาดดิจิทัลสร้าง ความสัมพันธ์กับผู้บริโภค, เพิ่มการรับรู้แบรนด์ และ ช่วยให้สตาร์ทอัพเติบโต
H4	การบริหารจัดการ (MNG) → ความสามารถในการ ดำรงอยู่ในตลาด (MSC)	Direct = 0.93 Total = 0.93	$p < 0.01$	(Reznik et al., 2023): การจัดการกระบวนการโล จิสติกส์ช่วยเพิ่มการ ปรับตัว ความคุ้มค่า และ ลดความเสี่ยง
H5	การบริหารจัดการ (MNG) → การดำเนินงาน ธุรกิจโลจิสติกส์ (OLB)	Direct = 0.67 Indirect = 0.32 Total = 0.99	$p < 0.01$	(Matić et al., 2023): ปัจจัยกำหนดความเป็น ผู้ประกอบการ ได้แก่ ความเป็นผู้นำ ความกล้า

สมมติฐาน	ตัวแปรต้น → ตัวแปรตาม	ค่าอิทธิพล (Direct / Indirect / Total)	นัยสำคัญ ทางสถิติ	งานวิจัยที่สอดคล้อง
				เสี่ยง การเข้าถึงผู้บริโภค และการใช้แนวทางการ จัดการสมัยใหม่
H6	ความสามารถในการ ดำรงอยู่ในตลาด (MSC) → การดำเนินงาน ธุรกิจโลจิสติกส์ (OLB)	Direct = 0.35 Total = 0.35	p < 0.01	(Golinska–Dawson et al., 2023): โลจิสติกส์ดิจิทัล ช่วยให้การเคลื่อนย้าย สินค้าตามซัพพลายเชนมี ประสิทธิภาพ และรองรับ การเติบโตเชิงดิจิทัลของ องค์กร

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

โดยสรุป การตลาดดิจิทัลมิได้จำกัดอยู่เพียงบทบาทด้านการสื่อสารเท่านั้น หากแต่ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงการจัดการ (Management Mechanism: MNG) ที่สนับสนุนการสร้างความน่าเชื่อถือของบริการตลอดจนเสริมความสามารถในการแข่งขันและการอยู่รอดขององค์กรในระยะยาว ทั้งนี้ มิติ UX Content Promotion Influencer จะก่อให้เกิดคุณค่าเชิงกลยุทธ์ได้อย่างแท้จริง เมื่อถูกบูรณาการเข้ากับกระบวนการปฏิบัติการขององค์กร และมีตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI) ที่ชัดเจนรองรับ ขณะเดียวกัน ผลลัพธ์เชิงประสิทธิภาพและเชิงระยะยาว (Outcome and Long-term Benefit: OLB) ยังคงขึ้นกับบริบทเชิงโครงสร้าง เช่น ระดับเงินทุน โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และมาตรฐานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีมาตรการสนับสนุนเชิงระบบ และการพัฒนามาตรฐานข้อมูลร่วมกัน (Common Data Standards) เพื่อเอื้อต่อการยกระดับสมรรถนะและความยั่งยืนของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ขนาดกลางในระดับประเทศ

ข้อเสนอแนะ

1. การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยในเชิงกลยุทธ์ จากผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างองค์ประกอบของการตลาดดิจิทัลกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการควรนำองค์ความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล โดยเฉพาะในด้านการสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัล การใช้ผู้ทรงอิทธิพล การพัฒนาเนื้อหา (Content Marketing) และการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบ

2. การส่งเสริมศักยภาพด้านทรัพยากรบุคคล ธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางควรพัฒนาและยกระดับทักษะด้านการตลาดดิจิทัลให้แก่บุคลากรภายในองค์กร อาทิ การฝึกอบรมด้านการวางแผนกลยุทธ์ดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

3. การพัฒนาและใช้เครื่องมือวัดผลอย่างเป็นระบบ ควรมีการพัฒนาเครื่องมือวัดผลที่สามารถประเมินประสิทธิภาพของการตลาดดิจิทัลได้อย่างชัดเจนและต่อเนื่อง เช่น การติดตามอัตราการเข้าถึง (Reach), การมีส่วนร่วมของลูกค้า (Engagement), อัตราการแปลง (Conversion Rate) และผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เพื่อให้สามารถปรับกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม

4. การวางแผนเพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ ควรนำกลยุทธ์ด้านการตลาดดิจิทัลมาบูรณาการกับแนวคิดเรื่องความยั่งยืน (Sustainability) อาทิ การใช้พลังงานสะอาด การลดการใช้ทรัพยากรในกระบวนการโลจิสติกส์ และการสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ที่รับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างมูลค่าในระยะยาวแก่ทั้งองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนธุรกิจ SME ควรปรับเปลี่ยนโครงการสนับสนุนจากการอุดหนุนค่าใช้จ่ายด้านการตลาดดิจิทัล ไปสู่การสนับสนุนเงินทุนหรือจัดหาที่ปรึกษาเพื่อยกระดับความสามารถในการจัดการและจัดทำมาตรฐานกระบวนการ (Standardized Process Management) ในยุคดิจิทัล

บรรณานุกรม

- Bhanot, B., & Kaur, P. (2023). Digital marketing and its effects on start-up business. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 4(8), 1143–1146.
- Byrne, B. M. (2023). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications and programming* (5th ed.).
https://www.researchgate.net/publication/361909378_Structural_Equation_Modeling_With_AMOS
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approach* (5th ed.). SAGE Publications. https://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_609332/objava_105202/fajlovi/Creswell.pdf
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper & Row.

- Department of Business Development, Ministry of Commerce. (2023). *Legal entity information and business opportunity creation* [Dataset]. <https://datawarehouse.dbd.go.th/index>
- Digital Economy Promotion Agency. (2024). *Thailand digital industry outlook report 2024*. Retrieved December 6, 2025, from https://www.depa.or.th/storage/app/media/file/depa_Digital-Industry-2024_PressCon_Presentation_TH.pdf [in Thai]
- Electronic Transactions Development Agency. (2024). *Thailand e-commerce survey 2024*. Retrieved December 6, 2025, from https://www.eta.or.th/th/pr-news/Dgt_ecom_survey2024.aspx
- Golinska-Dawson, P., Werner-Lewandowska, K., Kolinska, K., & Kolinski, A. (2023). Impact of market drivers on the digital maturity of logistics processes in a supply chain. *Sustainability*, 15(4), 3120. <https://doi.org/10.3390/su15043120>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hess, T., Matt, C., Benlian, A., & Wiesböck, F. (2016). Options for formulating a digital transformation strategy. *MIS Quarterly Executive*, 15(2), 123–139.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55.
- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). *Strategy, not technology, drives digital transformation*. MIT Sloan Management Review. Retrieved from <https://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation/>
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling* (5th ed.). The Guilford Press.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Kumari, A. (2023). Logistics & supply chain effects on current market growth 2023. *Economics*, 4(1), 1–19. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/372536514_Logistics_Supply_chain_effects_on_current_market_growth_2023

- Leesa-nguansuk, S. (2025, June 10). E-commerce to fuel rise of express deliveries. *Bangkok Post*.
<https://www.bangkokpost.com/business/general/3045742/e-commerce-to-fuel-rise-of-express-deliveries>
- Matić, M., Leković, B., & Bobera, B. (2023). Determinants of entrepreneurs in logistic industry: GEM study analysis. *Economics and Organization*, 20(4), 261–279.
- Mordor Intelligence. (2025). *Thailand logistics market – growth, trends, and forecast (2025–2030)*. Retrieved December 6, 2025, from <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/thailand-freight-and-logistics-market>
- Naumov, V., Umarova, B., Taran, I., Myrzageldiyev, R., Tursymbekova, Z., & Lytvyn, V. (2023). Shaping sustainable strategies of freight forwarding companies in the environment of the road transport market. *Procedia Computer Science*, 220, 135–144.
<https://doi.org/10.33271/nvngu/2023-5/148>
- NESDC (Office of the National Economic and Social Development Council). (2024). *Thailand logistics cost 2024 report*. Retrieved December 6, 2025, from <https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/09/logistics-2567-Full-Report-ENG-F.pdf>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.
<https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Piriyakul, M. (2021). *Digital marketing for entrepreneurs* (1st ed.). Rajamangala University of Technology Press. [in Thai]
- Pukahuta, P., Rattanawiboonsom, V., & Chayathatto, M. (2022). The Success Factors Affecting Logistics Service Providers in Thailand. *Parichart Journal*, 35(1), 36–57. [in Thai]
- PwC. (2023). 26TH *Annual Global CEO Survey: Navigating the polycrisis*.
<https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2023/report.html>
- Reznik, V., Gurina, G., & Hryhorak, M. (2023). Intellectualization of logistics and supply chain management. *The Electronic Scientifically and Practical Journal*, 19, 6–18.
- Sinjaru, T. (2020). *Social science research and statistics* (10th ed.). Business R&D Publishing Limited Partnership. [in Thai]

- Ulitskaya, I., Shlippe, I., Matantseva, O., & Grishaeva, Y. (2023). Quality management of transport service in the Russian Federation in the sphere of cargo transportation. *Transportation Research Procedia*, 68, 81–90. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2023.02.010>
- Utkrit, N. (2019). *Logistics and supply chain management*. Management Information Systems. Retrieved from <https://mis.itd.kmutnb.ac.th/en/logistics-ep01/> [in Thai]
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Warmelink, HJG., Koivisto, J., Mayer, IS., Vesa, M., & Hamari, J. (2018). Gamification of production and logistics operations: Status quo and future directions. *Journal of Business Research*, 106, 331–340. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.09.011>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Review Press.

Factors Influencing Elderly Acceptance of Government Mobile Application: A Case Study of “Tang Rat” Application

Natarin Ruangsombat^{1,*}

Received: July 31,2025 Revised: November 23,2025 Accepted: December 4,2025

Abstract

This research aimed to examine the factors influencing the acceptance of government mobile applications among older adults in Thailand, using the “Tang Rat” application as a case study. It addresses a knowledge gap in the context of Thailand’s aging society, where studies remain limited. The sample comprised 380 older adults aged 60 and above, recruited online and via social media. Data was collected using an electronic questionnaire developed based on the extended Technology Acceptance Model (TAM) and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that the model fit the empirical data well ($\chi^2/df = 2.743$, GFI = 0.911, NFI = 0.923, IFI = 0.949, CFI = 0.949, RMSEA = 0.068). Factors directly influencing actual usage included perceived ease of use ($\beta = 0.47$), perceived usefulness ($\beta = 0.24$), attitude toward use ($\beta = 0.38$), and intention to use ($\beta = 0.51$). These findings suggest that government agencies should prioritize designing applications that are easy to use and provide clear benefits to broadly and equitably promote adoption among older adults.

Keywords: Technology Acceptance, Elderly, Government Application, Tang Rat Application

¹ Bangkok Thonburi University.

*Corresponding author. E-mail: namneung168@gmail.com

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของภาครัฐ ในกลุ่มผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาแอปพลิเคชันทางรัฐ

ณัฏฐาธิญา เรืองสมบัติ^{1,*}

วันรับบทความ: July 31, 2025 วันแก้ไขบทความ: November 23, 2025 วันตอบรับบทความ: December 4, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันของภาครัฐในกลุ่มผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยใช้แอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” เป็นกรณีศึกษา เพื่อเติมเต็มช่องว่างองค์ความรู้ในบริบทสังคมผู้สูงอายุไทยที่ยังมีการศึกษาจำกัด กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 380 คน ซึ่งคัดเลือกผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการด้วยแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาตามกรอบแนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ที่ขยายปัจจัยบริบท และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ผลการวิจัยพบว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี ($\chi^2/df = 2.743$, GFI = 0.911, NFI = 0.923, IFI = 0.949, CFI = 0.949 และ RMSEA = 0.068) ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการใช้งานจริง ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\beta = 0.47$) การรับรู้ประโยชน์ ($\beta = 0.24$) ทศนคติต่อการใช้งาน ($\beta = 0.38$) และความตั้งใจในการใช้งาน ($\beta = 0.51$) ผลการวิจัยนี้เสนอแนะว่าภาครัฐควรเน้นการออกแบบแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่ายและมีประโยชน์ที่ชัดเจน เพื่อส่งเสริมการยอมรับและใช้งานแอปพลิเคชันภาครัฐในกลุ่มผู้สูงอายุอย่างกว้างขวางและเท่าเทียม

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี ผู้สูงอายุ แอปพลิเคชันภาครัฐ แอปพลิเคชันทางรัฐ

¹ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

*Corresponding author. E-mail: namneung168@gmail.com

บทนำ

ประเทศไทยกำลังเปลี่ยนผ่านสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์อย่างรวดเร็ว โดยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งหมดในประเทศ (Thanakijborisut, 2024) ซึ่งเป็นวิกฤตที่ความมั่นคงเกิดขึ้นควบคู่ไปกับยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายดิจิทัลอย่างจริงจังของภาครัฐ (National Statistical Office of Thailand, 2023) การเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุนี้ได้นำมาซึ่งความท้าทายรูปแบบใหม่ในการเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อรับบริการจากภาครัฐ โดยเฉพาะแพลตฟอร์มอย่าง “แอปพลิเคชันทางรัฐ” ซึ่งเป็นระบบบริการภาครัฐแบบบูรณาการที่พัฒนา โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางดิจิทัลของรัฐบาลไทย แม้ว่าแอปพลิเคชันนี้จะมีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสวัสดิการและข้อมูลภาครัฐ แต่จากสถิติพบว่าอัตราการใช้งานในกลุ่มผู้สูงอายุยังคงต่ำกว่าที่คาดหวังอย่างมาก สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างที่สำคัญระหว่างเป้าหมายนโยบายและผลสัมฤทธิ์ในทางปฏิบัติ

แนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ที่ Davis (1989) พัฒนาขึ้น ถือเป็นกรอบแนวคิดหลักทางวิชาการที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการอธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี โดย TAM ระบุว่า “การรับรู้ประโยชน์” (Perceived Usefulness: PU) และ “การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน” (Perceived Ease of Use: PEOU) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรมการใช้งานจริงของผู้ใช้ อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการทดสอบและประยุกต์ใช้ TAM อย่างกว้างขวางในหลากหลายบริบท (Lin et al., 2011) งานศึกษาวิจัยที่มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุในประเทศไทยกำลังพัฒนา โดยเฉพาะประเทศไทยนั้น ยังคงค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มบริการดิจิทัลภาครัฐที่ผู้สูงอายุมีลักษณะเฉพาะ ทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ที่แตกต่างจากกลุ่มช่วงวัยอื่น ๆ (Morris & Venkatesh, 2000; Venkatesh et al., 2012)

ในปัจจุบัน กลุ่มผู้สูงอายุเผชิญกับอุปสรรคเฉพาะตัวในการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น IoT หรือ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ไม่ว่าจะเป็นสาเหตุที่เกิดจากข้อจำกัดทางกายภาพจากวัยที่มากขึ้น ระดับความรู้และทักษะดิจิทัลที่แตกต่างกัน และประสบการณ์เดิมที่มีต่อระบบดิจิทัลค่อนข้างน้อย (Phang et al., 2006) สำหรับบริบทของไทย อุปสรรคต่าง ๆ เหล่านี้ยังเชื่อมโยงกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการติดต่อแบบเผชิญหน้าโดยตรงอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางราชการ นอกจากนี้ ความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูล และความน่าเชื่อถือของการให้บริการดิจิทัลเป็นปัญหาสำคัญในกลุ่มผู้สูงอายุที่ขาดประสบการณ์ในการทำธุรกรรมออนไลน์ รวมถึงความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลที่ปรากฏผ่านความแตกต่างและความสามารถในการถือครองอุปกรณ์ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และการได้รับการสนับสนุนด้านเทคนิคที่จำเป็น โดยเฉพาะ

ในพื้นที่ชนบทห่างไกล ยิ่งเป็นการซ้ำเติมอุปสรรคในการยอมรับเทคโนโลยีโดยผู้สูงอายุ (Kraiwanit et al., 2023; Krittakom, 2025)

การแก้ไขอุปสรรคเหล่านี้เป็นเรื่องสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคทางสังคมและการเข้าถึงบริการดิจิทัลอย่างทั่วถึง ไม่ใช่เพียงเรื่องของประสิทธิภาพเชิงเทคโนโลยีเท่านั้น ทั้งนี้ เมื่อบริการของภาครัฐถูกผลักดันให้เข้าสู่ระบบดิจิทัลมากขึ้น ความเสี่ยงที่ผู้สูงอายุจะถูกกีดกัน หรือถูกทิ้งห่างออกจากบริการพื้นฐานจึงกลายเป็นประเด็นสำคัญ อีกทั้งงานวิจัยที่ผ่านมายังชี้ว่าผู้สูงอายุอาจให้น้ำหนักกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีต่างจากคนวัยอื่น และปัจจัยเชิงบริบท เช่น ความไว้วางใจต่อสถาบันรัฐและคุณภาพของบริการ อาจมีบทบาทสำคัญยิ่งขึ้น ซึ่งอย่างไรก็ตาม แบบจำลองแนวคิด TAM ก็ยังไม่ได้อธิบายอย่างครอบคลุมเพียงพอ (Zhang et al., 2022) ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ในกลุ่มผู้สูงอายุไทยอย่างเป็นระบบ โดยใช้แบบจำลอง TAM เพื่อเติมเต็มช่องว่างในการศึกษา และให้ข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการออกแบบแอปพลิเคชันในอนาคต

บททวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. พลวัตการยอมรับเทคโนโลยีและบริการภาครัฐในบริบทผู้สูงอายุ

การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ระดับโลกที่ส่งผลกระทบต่อการให้บริการสาธารณะ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ในรูปแบบรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government) จึงเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ (Lin et al., 2011) อย่างไรก็ตาม “ผู้สูงอายุ” ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความเปราะบางและมีลักษณะเฉพาะทางพฤติกรรมที่แตกต่างจากวัยอื่นอย่างมีนัยสำคัญ (Digital Immigrants) ซึ่งงานวิจัยในอดีตมักมองข้ามความแตกต่างนี้

(1) ความแตกต่างระหว่างวัยกับบทบาทของความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ทฤษฎี TAM ดั้งเดิมของ Davis (1989) เสนอว่า “การรับรู้ประโยชน์” (Perceived Usefulness: PU) และ “การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน” (Perceived Ease of Use: PEOU) เป็นปัจจัยหลักในการทำนายการยอมรับเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเชิงลึกด้านจิตวิทยาผู้สูงอายุของ Morris and Venkatesh (2000) ได้ขยายความเข้าใจนี้ โดยค้นพบว่า อายุ (Age) เป็นตัวแปรปรับ (Moderator) ที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยในกลุ่มคนวัยทำงานหรืออายุน้อย การตัดสินใจใช้งานมักขับเคลื่อนด้วย “ประโยชน์และประสิทธิภาพ” (Outcome-oriented) แต่สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ปัจจัยด้าน “ความง่ายในการใช้งาน” (Process-oriented) กลับมีบทบาทนำที่มีอิทธิพลเหนือกว่าประโยชน์ที่ได้รับ

(2) เหตุผลสนับสนุนทางทฤษฎีเกิดจากข้อจำกัดทางสรีรวิทยาและสมอง (Cognitive Aging) เช่น ความเสื่อมถอยของสายตา การตอบสนองของกล้ามเนื้อช้าลง และความจำระยะสั้น (Short-term memory) ซึ่งทำให้ผู้สูงอายุต้องใช้ความพยายามทางปัญญา (Cognitive Load) สูงกว่าคนวัยอื่นในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ดังนั้น หากแอปพลิเคชันของภาครัฐมีความซับซ้อน (Complexity) หรือขาดความชัดเจน ผู้สูงอายุจะเกิดความวิตกกังวลและปฏิเสธการใช้งานทันที แม้ว่าระบบนั้นจะมีประโยชน์มหาศาลเพียงใดก็ตาม ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Phang et al. (2006) ที่พบว่าในบริบทของ e-Government ความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยทำนายความตั้งใจใช้งานที่แข็งแกร่งที่สุดในกลุ่มผู้สูงอายุ

2. โครงสร้างพหุมิติของทัศนคติต่อการใช้งาน (The Multidimensional Nature of Attitude)

หนึ่งในประเด็นที่งานวิจัยในอดีตมักศึกษาในลักษณะมิติเดียวคือ “ทัศนคติต่อการใช้งาน” (Attitude Toward Use: ATTU) โดยมักวัดเพียงความชอบหรือไม่ชอบ อย่างไรก็ตาม ในบริบทของผู้สูงอายุที่มีความซับซ้อนทางอารมณ์และประสบการณ์ การมองทัศนคติเป็นโครงสร้างพหุมิติ (Multidimensional Construct) จะช่วยให้อธิบายกลไกทางจิตวิทยาได้ละเอียดอ่อนยิ่งขึ้น การวิจัยนี้จึงสังเคราะห์องค์ประกอบของทัศนคติออกเป็น 4 มิติสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิดทางจิตวิทยาสังคมและสะท้อนผ่านตัวแปรสังเกตได้ในการวิจัยนี้ ได้แก่:

(1) มิติด้านอารมณ์ (Affective Dimension): สะท้อนถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นขณะมีปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยี เช่น ความรู้สึกเพลิดเพลิน ความสบายใจ หรือความภาคภูมิใจที่สามารถใช้งานได้ด้วยตนเอง ในผู้สูงอายุ มิตินี้มีความสำคัญสูงเนื่องจากเกี่ยวข้องโดยตรงกับความมั่นใจในตนเอง (Self-efficacy)

(2) มิติด้านการรับรู้ (Cognitive Dimension): เกี่ยวข้องกับความเชื่อ (Beliefs) และกระบวนการคิดที่มีต่อระบบ เช่น ความเชื่อว่าระบบมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ หรือเหมาะสมกับยุคสมัย ซึ่งเป็นการประมวลผลข้อมูลก่อนจะก่อตัวเป็นความรู้สึก

(3) มิติด้านพฤติกรรม (Behavioral Dimension): หมายถึงความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะแสดงออก (Predisposition to act) เช่น ความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ หรือการไม่หลีกเลี่ยงเมื่อต้องเผชิญกับเทคโนโลยีใหม่

(4) มิติด้านการประเมินคุณค่า (Evaluative Dimension): เป็นการให้คุณค่าเชิงเปรียบเทียบว่าเทคโนโลยีดังกล่าวมีความคุ้มค่า (Worthiness) หรือมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของตนหรือไม่

การบูรณาการทั้ง 4 มิตินี้เข้าด้วยกัน ช่วยให้การวัดตัวแปร “ทัศนคติ” ในงานวิจัยนี้มีความครอบคลุม (Comprehensive) และสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้เบื้องต้น (PU, PEOU) ไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมได้อย่างสมบูรณ์

3. การพัฒนาสมมติฐานและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมข้างต้น ภายใต้กรอบแนวคิด TAM ที่มุ่งเน้นบริบทผู้สูงอายุ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยเพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationships) ดังนี้:

(1) **ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความง่ายและการรับรู้ประโยชน์ (H1)** ตามทฤษฎี TAM ความง่ายในการใช้งานเป็นกลไกพื้นฐานที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ ซึ่ง Davis (1989) อธิบายว่าหากผู้ใช้ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้ระบบ พวกเขาก็จะมีทรัพยากรทางปัญญาเหลือพอที่จะนำไปใช้ประโยชน์จากฟังก์ชันงานหลักของระบบนั้นได้ สำหรับผู้สูงอายุ ความสัมพันธ์นี้ยิ่งมีความเข้มข้นขึ้น หากแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ออกแบบมาให้ใช้งานง่าย (เช่น ตัวอักษรใหญ่ เมนูชัดเจน) ผู้สูงอายุจะรับรู้ได้ทันทีว่าแอปนี้มีประโยชน์เพราะสามารถเข้าถึงบริการได้จริง

สมมติฐานที่ 1 (H1): การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”

(2) **บทบาทของความง่ายและประโยชน์ต่อทัศนคติ (H2, H3)** ทัศนคติของผู้สูงอายุไม่ได้เกิดขึ้นเอง แต่เป็นผลลัพธ์ของการประเมินคุณสมบัติของเทคโนโลยี โดย Morris and Venkatesh (2000) ชี้ว่า PEOU มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้สูงอายุมากกว่า PU ในระยะเริ่มต้นของการใช้งาน (Initial Adoption) เพราะความยากลำบากในการใช้งานมักเป็นอุปสรรคแรกๆ ที่ก่อให้เกิดทัศนคติเชิงลบ (ความหงุดหงิด, ความกลัว) ในขณะเดียวกัน หากผู้สูงอายุรับรู้ว่าแอปพลิเคชันสามารถช่วยแก้ปัญหาในชีวิตจริงได้ (เช่น ไม่ต้องเดินทางไปอำเภอ) การรับรู้ประโยชน์ (PU) นี้ก็จะช่วยเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในมิติด้านการประเมินคุณค่าได้เช่นกัน

สมมติฐานที่ 2 (H2): การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”

สมมติฐานที่ 3 (H3): การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”

(3) **จากทัศนคติสู่ความตั้งใจและการใช้งานจริง (H4, H5)** ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ซึ่งเป็นรากฐานของ TAM ระบุว่า พฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดโดยความตั้งใจ (Intention) และความตั้งใจนั้นถูกกำหนดโดยทัศนคติ ในบริบทของผู้สูงอายุ งานวิจัยของ Zhang et al. (2022) และ Kim (2024) ยืนยันว่า หากผู้สูงอายุมีทัศนคติเชิงบวก (เช่น รู้สึกชอบ, เห็นคุณค่า) พวกเขาจะมีความตั้งใจที่จะใช้งาน และพยายามเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่พฤติกรรมการใช้งานจริง (Actual Use) ที่มีความถี่และความต่อเนื่อง

สมมติฐานที่ 4 (H4):ทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”

สมมติฐานที่ 5 (H5):ความตั้งใจในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้งานจริงของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”

4. ช่องว่างทางการวิจัย (Research Gap)

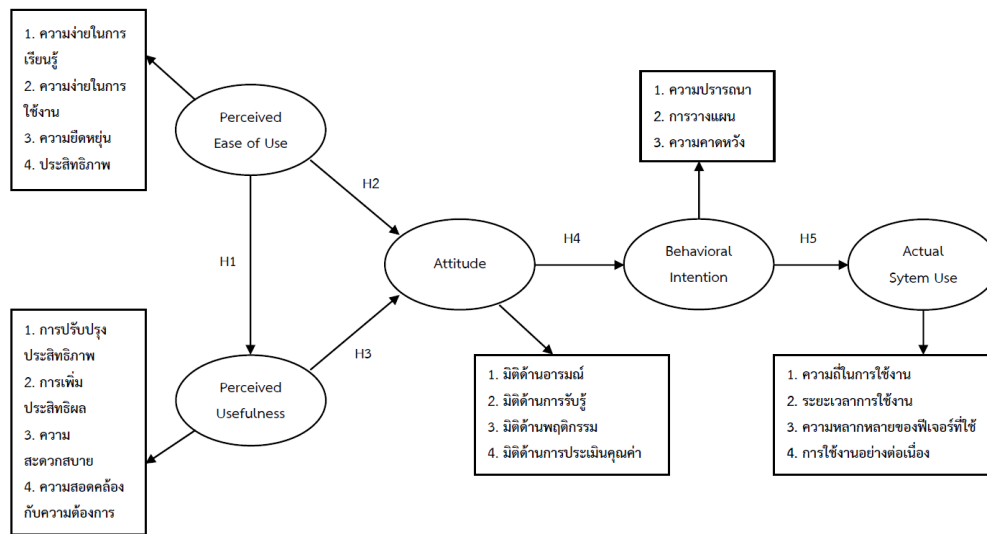
จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ พบว่าแม้จะมีการศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุจำนวนมาก แต่ยังปรากฏช่องว่างทางวิชาการที่สำคัญ ดังนี้:

(1) บริบทเฉพาะของแอปพลิเคชันภาครัฐไทย: งานวิจัยส่วนใหญ่มักศึกษาในบริบทของประเทศพัฒนาแล้ว หรือศึกษาเทคโนโลยีทั่วไป (เช่น Social Media, e-Banking) แต่การศึกษาเจาะจงที่ “แอปพลิเคชันทางรัฐ” ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ของรัฐบาลไทย และมีผลกระทบโดยตรงต่อสวัสดิการของผู้สูงอายุ ยังมีอยู่อย่างจำกัดมาก

(2) การขาดมิติความลึกของทัศนคติ: งานวิจัยเดิมมักวัดทัศนคติแบบรวบยอด (Uni-dimensional) ทำให้ไม่สามารถจำแนกได้ว่าองค์ประกอบใดของทัศนคติ (อารมณ์, ความเชื่อ, หรือพฤติกรรม) ที่มีผลต่อผู้สูงอายุมากที่สุด การศึกษานี้จึงมุ่งเติมเต็มด้วย การวัดทัศนคติแบบพหุมิติ (4 มิติ)

(3) กลุ่มเป้าหมายในระยะเปลี่ยนผ่าน: ประเทศไทยกำลังก้าวสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super-Aged Society) ซึ่งเป็นบริบทที่แตกต่างจากงานวิจัยในอดีต การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในขณะนี้จึงมีความสำคัญเร่งด่วนเพื่อเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ให้กับผู้กำหนดนโยบาย

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยการประยุกต์ใช้แบบจำลอง TAM ที่ให้ความสำคัญกับความง่ายในการใช้งานและโครงสร้างทัศนคติที่ซับซ้อน เพื่ออธิบายเส้นทางพฤติกรรมการยอมรับแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ทั้งนี้ การบูรณาการทางทฤษฎีและการพัฒนาแบบจำลองเชิงแนวคิดตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองเชิงแนวคิดแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสำคัญที่พัฒนาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

วัตถุประสงค์

1. เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ ทศนคติต่อการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน และพฤติกรรมการใช้งานจริง ของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ในกลุ่มผู้สูงอายุ
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ ทศนคติต่อการใช้งาน และความตั้งใจในการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานจริง ของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ในกลุ่มผู้สูงอายุ

สมมติฐาน

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานดังนี้:

1. Davis (1989) and Phang et al. (2006) ยืนยันว่าเมื่อผู้สูงอายุรู้สึกว่าเทคโนโลยีใช้งานง่ายจะส่งผลให้พวกเขามองเห็นประโยชน์ของมันได้ชัดเจนขึ้น จึงนำไปสู่ จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ 1 (H1): การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”
2. งานวิจัยของ Morris and Venkatesh (2000) เชื่อว่าความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดความรู้สึกชอบหรือพอใจในเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ จึงนำไปสู่ จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ 2 (H2): การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”

3. จากการกรอบแนวคิด TAM เดิมและงานวิจัยต่อเนื่อง (เช่น Davis, 1989; Phang et al., 2006) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness) เป็นตัวทำนายสำคัญของทัศนคติต่อการใช้งาน กล่าวคือ หากผู้สูงอายุรับรู้ว่าคุณประโยชน์ช่วยลดเวลา ลดขั้นตอน และเพิ่มความสะดวกในการติดต่อภาครัฐ ก็มีแนวโน้มที่จะพัฒนาทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน ดังนั้นจึงกำหนดสมมติฐานที่ 3 (H3): การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”

4. งานวิจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีจำนวนมากชี้ว่า ทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude toward Use) เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผ่านอิทธิพลจากการรับรู้เชิงการรับรู้ (เช่น PEOU และ PU) ไปสู่ “ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม” (Behavioral Intention) (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003) เมื่อผู้สูงอายุมีทัศนคติที่ดีต่อแอปพลิเคชันภาครัฐ เช่น มองว่าเป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ ใช้งานแล้วรู้สึกดีและไม่ยุ่งยาก ก็จะมีแนวโน้มตั้งใจจะใช้แอปพลิเคชันนั้นในอนาคตมากขึ้น ดังนั้นจึงกำหนดสมมติฐานที่ 4 (H4): ทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”

5. ทั้งใน TAM และงานวิจัยด้าน e-Government จำนวนมากพบข้อสรุปสอดคล้องกันว่า ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention) เป็นตัวทำนายโดยตรงของพฤติกรรมการใช้งานจริง (Actual Use) (Venkatesh et al., 2003; Phang et al., 2006) กล่าวคือ หากผู้สูงอายุมีความตั้งใจแน่วแน่ที่จะใช้แอปพลิเคชันภาครัฐ เช่น วางแผนจะใช้เมื่อต้องติดต่อหน่วยงานรัฐ ก็มีโอกาสมากที่จะเปลี่ยนจาก “ความตั้งใจ” ไปเป็น “การใช้งานจริง” ดังนั้นจึงกำหนดสมมติฐานที่ 5 (H5): ความตั้งใจในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้งานจริงของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะบริบทของการยอมรับแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ในกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทย โดยกำหนดขอบเขตให้ครอบคลุมปัจจัยรอบด้านที่อาจมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่างานวิจัยหลายชิ้นได้นำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model – TAM) มาใช้เป็นกรอบในการอธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุอย่างได้ผล โดยตัวแปรสำคัญได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ (perceived usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) ซึ่งมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความตั้งใจในการใช้งานระบบเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ (Phang et al., 2006; Zhang et al., 2022; Zhu & Cheng, 2024)

นอกจากนี้ ผลการศึกษาภายในประเทศเองก็สอดคล้องกัน รวมถึงการรับรู้ประโยชน์และความง่ายส่งผลเชิงบวกต่อการใช้งานจริงของระบบชำระเงินภาครัฐโดยผู้สูงอายุ (Mankijjan & Prajaknate, 2019) ดังนั้น ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้จึงครอบคลุมการวิเคราะห์ปัจจัยรอบด้านทั้งเชิงเทคนิคและเชิงจิตวิทยา

ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ของผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยอาศัยกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ของผู้สูงอายุไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 380 คน ซึ่งคำนวณขนาดตัวอย่างตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์คัดเลือกคือ ต้องเป็นผู้ที่มีสมาร์ทโฟน เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ และมีประสบการณ์การใช้งานหรือเคยทดลองใช้แอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” มาก่อน การเก็บข้อมูลดำเนินการผ่านแบบสอบถามออนไลน์ที่กระจายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ทั้งนี้ ผู้วิจัยตระหนักถึงข้อจำกัดเรื่องอคติในการเลือกตัวอย่าง (Selection Bias) จากการเก็บข้อมูลออนไลน์ แต่พิจารณาว่าเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาในกลุ่มผู้ที่มีศักยภาพทางดิจิทัลเบื้องต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5-point Likert Scale) จำนวน 57 ข้อคำถาม ซึ่งดัดแปลงมาจากงานวิจัยมาตรฐาน ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ (PU) และความง่ายในการใช้งาน (PEOU) จาก Davis (1989) and Venkatesh et al. (2003); ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน (ATTU) ที่ครอบคลุม 4 มิติ จาก Morris and Venkatesh (2000); และด้านความตั้งใจ (BI) กับพฤติกรรมการใช้งานจริง (Actual Use) จาก Venkatesh et al. (2012) เพื่อให้เครื่องมือมีความครอบคลุมบริบทการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุอย่างแท้จริง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย คุณภาพของเครื่องมือได้รับการตรวจสอบทั้งความตรงและความเชื่อมั่น โดยค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Cronbach's α) อยู่ระหว่าง 0.72–0.92 นอกจากนี้ ยังได้ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่อธิบายได้ (Average Variance Extracted: AVE) และค่าความเชื่อมั่นเชิงประกอบ (Composite Reliability: CR) ของทุกตัวแปร ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่าทุกตัวผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและความเชื่อมั่นของตัวแปร

ตัวแปรแฝง	Factor Loading	AVE	CR	Cronbach's α
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU)	0.68 – 0.85	0.62	0.86	0.89
การรับรู้ประโยชน์ (PUFN)	0.71 – 0.88	0.65	0.88	0.91
ทัศนคติต่อการใช้งาน (ATTU)	0.65 – 0.82	0.58	0.84	0.87
ความตั้งใจในการใช้งาน (BHIT)	0.75 – 0.91	0.71	0.90	0.92
พฤติกรรมการใช้งานจริง (ACTU)	0.70 – 0.89	0.64	0.87	0.88

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติอนุมานด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ในการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์และทดสอบสมมติฐานโดยพิจารณาผ่านดัชนีความกลมกลืนที่สำคัญ ได้แก่ χ^2/df , CFI, GFI, และ RMSEA พร้อมทั้งตรวจสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) เพื่อยืนยันความถูกต้องของการวิเคราะห์

ผลการวิจัย

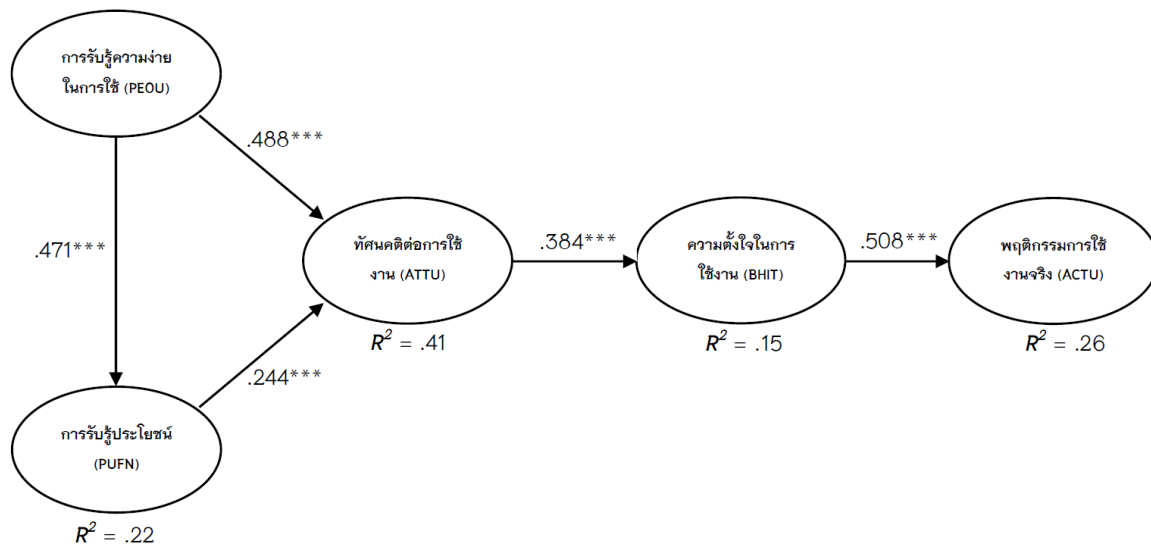
1. ข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้สามารถรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปซึ่งมีประสบการณ์ในการใช้หรือแสดงความสนใจในการใช้แอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” จำนวนทั้งสิ้น 380 คน การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 236 คน (ร้อยละ 62.11) และเพศหญิงจำนวน 144 คน (ร้อยละ 37.89) ซึ่งสะท้อนรูปแบบการมีส่วนร่วมด้านดิจิทัลในกลุ่มผู้สูงอายุไทยที่ผู้ชายมีแนวโน้มยอมรับเทคโนโลยีมากกว่า สำหรับการกระจายช่วงอายุ กลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือผู้สูงอายุช่วงอายุ 70-79 ปี จำนวน 189 คน (ร้อยละ 49.74) รองลงมาคือกลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไป จำนวน 98 คน (ร้อยละ 25.79) และกลุ่มอายุ 60-69 ปี จำนวน 93 คน (ร้อยละ 24.47) ซึ่งสะท้อนถึงรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยีในแต่ละช่วงวัยของผู้สูงอายุที่หลากหลาย

2. การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ดำเนินการในสองขั้นตอนหลัก ได้แก่ การทดสอบแบบจำลองสมมติฐานเบื้องต้นและการปรับปรุงแบบจำลองผลการวิเคราะห์เบื้องต้นพบว่า แบบจำลองสมมติฐานเดิมยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าดัชนี

ความกลมกลืนต่าง ๆ อยู่ในระดับที่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับ ได้แก่ $\chi^2 = 891.894$, $df = 147$, $p\text{-value} = .000$, $\chi^2/df = 6.067$, $GFI = 0.826$, $NFI = 0.814$, $IFI = 0.840$, $CFI = 0.839$ และ $RMSEA = 0.116$ ทำให้จำเป็นต้องปรับแก้แบบจำลองตามข้อเสนอแนะทางทฤษฎีและค่า modification index ที่ได้จากโปรแกรมสถิติ หลังจากปรับแก้ไขแล้ว พบว่าแบบจำลองใหม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่น่าพอใจ โดยค่าดัชนีความกลมกลืนปรับดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ $\chi^2 = 370.285$, $df = 135$, $p\text{-value} = 0.000$, $\chi^2/df = 2.743$, $GFI = 0.911$, $NFI = 0.923$, $IFI = 0.949$, $CFI = 0.949$ และ $RMSEA = 0.068$ แม้ค่า $p\text{-value}$ จะยังมีนัยสำคัญเนื่องจากความไวของสถิติไคสแควร์ต่อขนาดตัวอย่าง แต่ค่าดัชนีอื่น ๆ ล้วนเกินเกณฑ์ที่แนะนำจึงยืนยันความกลมกลืนของแบบจำลองได้ตามหลักเกณฑ์สากล (Zhang et al., 2022; Kim, 2024; Kline, 2016)



ภาพที่ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้างการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ในกลุ่มผู้สูงอายุ
ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

สำหรับความสามารถในการอธิบายของแบบจำลอง พบว่า ตัวแปรการรับรู้ความง่ายในการใช้งานสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ได้ร้อยละ 22 ($R^2 = 0.22$) ขณะที่การรวมกันของตัวแปรการรับรู้ความง่ายและการรับรู้ประโยชน์สามารถอธิบายความแปรปรวนของทัศนคติต่อการใช้งานได้ร้อยละ 41 ($R^2 = 0.41$) อย่างไรก็ตาม แบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจใช้งานเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้งานจริงได้ในระดับที่น้อยกว่า ($R^2 = 0.15$ และ $R^2 = 0.26$ ตามลำดับ) สะท้อนให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยีในกลุ่มผู้สูงอายุอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากกรอบแนวคิด TAM (Phang et al., 2006; Kim, 2024)

3. การวิเคราะห์เส้นทางและการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดที่ตั้งสมมติฐานไว้ มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งข้อค้นพบนี้สนับสนุนกรอบแนวคิดของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ในบริบทของการนำบริการดิจิทัลภาครัฐมาใช้ในกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งนี้ ผลวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของเส้นทางและระดับนัยสำคัญทางสถิติให้หลักฐานที่ชัดเจนต่อความสัมพันธ์ที่เสนอไว้ในแต่ละสมมติฐาน โดยผลการทดสอบสมมติฐานได้นำเสนอในตาราง 1

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐาน		ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1	การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H2	การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H3	การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H4	ทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H5	ความตั้งใจในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้งานจริงของแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

สมมติฐานที่ 1 ซึ่งเสนอว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ ได้รับการสนับสนุนอย่างชัดเจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ 0.471 ($p < 0.001$) สะท้อนให้เห็นว่าเมื่อผู้สูงอายุรู้ว่าแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ใช้งานง่าย ก็จะมีแนวโน้มมองเห็นประโยชน์ของการเข้าถึงบริการภาครัฐผ่านแอปพลิเคชันนี้มากขึ้น

สมมติฐานที่ 2 ซึ่งตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความง่ายในการใช้งานกับทัศนคติต่อการใช้งาน พบว่าเป็นเส้นทางที่มีอิทธิพลโดยตรงสูงสุดในแบบจำลอง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ 0.488 ($p < 0.001$) ซึ่งผลลัพธ์นี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการออกแบบที่เป็นมิตรกับผู้ใช้ (user-friendly design) ในการส่งเสริมทัศนคติเชิงบวกของผู้สูงอายุต่อบริการดิจิทัลภาครัฐ

สมมติฐานที่ 3 ซึ่งเสนอว่าการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน ได้รับการสนับสนุนด้วยค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานในระดับปานกลางแต่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.244 ($p < 0.001$) แม้อิทธิพลนี้จะน้อยกว่าการรับรู้ความง่าย แต่ก็ยืนยันว่าการที่ผู้สูงอายุเห็นประโยชน์ในทางปฏิบัติของแอปพลิเคชันมีส่วนสำคัญในการสร้างทัศนคติเชิงบวก

สมมติฐานที่ 4 ซึ่งระบุว่าทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมพบค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ 0.384 ($p < 0.001$) ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าทัศนคติที่ดีซึ่งเกิดจากการรับรู้ความง่ายและประโยชน์ของระบบ จะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชัน “ทางรัฐ”

สุดท้าย **สมมติฐานที่ 5** ซึ่งตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจเชิงพฤติกรรมกับพฤติกรรมการใช้งานจริง พบว่าเป็นความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลสูงสุดในห่วงโซ่พฤติกรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ 0.508 ($p < 0.001$) สะท้อนว่าหากผู้สูงอายุมีความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” แล้ว ผู้ใช้กลุ่มนี้ก็มีแนวโน้มสูงมากที่จะนำไปสู่การใช้งานจริง (Phang et al., 2006; Zhang et al., 2022; Kim, 2024)

4. การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวม

การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวมของแบบจำลองในตาราง 2 ได้ให้ข้อค้นพบที่สำคัญเกี่ยวกับเส้นทางความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนในการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุชาวไทย ทั้งนี้ เนื่องจากนอกเหนือจากอิทธิพลทางตรงที่ระบุไว้ในสมมติฐานแล้ว ผู้วิจัยยังพบอิทธิพลทางอ้อมที่มีนัยสำคัญหลายประการ ซึ่งพบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลทางอ้อมต่อทัศนคติ (0.115), ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (0.232) และพฤติกรรมการใช้งานจริง (0.118) ซึ่งทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 อิทธิพลทางอ้อมเหล่านี้เกิดขึ้นผ่านบทบาทตัวกลางของการรับรู้ประโยชน์และตัวแปรในสายโซ่เชิงสาเหตุ

ในทำนองเดียวกัน ผลการวิเคราะห์ยังพบว่า การรับรู้ประโยชน์ยังส่งผลทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (0.094) และพฤติกรรมการใช้งานจริง (0.048) ในขณะที่ทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการใช้งานจริง (0.195) ผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวม ซึ่งคำนวณจากผลรวมของอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมนั้น ได้พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีผลต่อทัศนคติต่อการใช้งานโดยรวมมากที่สุด (0.603) ซึ่งตอกย้ำบทบาทสำคัญของปัจจัยนี้ในกระบวนการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาความสามารถในการทำนายของแบบจำลอง (Model Predictive Power) พบว่า ตัวแปรในแบบจำลองสามารถรวมกันอธิบายความแปรปรวนของทัศนคติต่อการใช้งานได้ร้อยละ 41 ($R^2 = 0.41$) และอธิบายพฤติกรรมการใช้งานจริงได้ร้อยละ 26 ($R^2 = 0.26$) ข้อค้นพบนี้

สอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ในบริบทของการนำบริการดิจิทัลภาครัฐมาใช้ในกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่เน้นให้เห็นถึงความสำคัญสูงสุดของ “ความง่ายในการใช้งาน” เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่สุด และยืนยันลำดับขั้นของกระบวนการยอมรับตั้งแต่การรับรู้เบื้องต้น ทศนคติ ความตั้งใจ จนถึงการใช้งานจริงอย่างเป็นรูปธรรม และยังชี้ให้เห็นถึงโอกาสสำหรับงานวิจัยในอนาคตที่จะศึกษาปัจจัยเพิ่มเติมซึ่งอาจช่วยให้เข้าใจรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น (Phang et al., 2006; Zhang et al., 2022; Kim, 2024)

ตารางที่ 3 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) จากแบบจำลองสมการที่ปรับแก้แล้ว

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรต้น (Independent Variable)			
			PEOU	PUFN	ATTU	BHIT
การรับรู้ประโยชน์ (PUFN)	0.22	ทางตรง	.471***	–	–	–
		ทางอ้อม	–	–	–	–
		โดยรวม	.471***	–	–	–
ทัศนคติต่อการใช้งาน (ATTU)	0.41	ทางตรง	.488***	–	–	–
		ทางอ้อม	.115***	.244***	–	–
		โดยรวม	.603***	.244***	–	–
ความตั้งใจในการใช้งาน (BHIT)	0.15	ทางตรง	–	–	.384***	–
		ทางอ้อม	.232***	.094***	–	–
		โดยรวม	.232***	.094***	.384***	–
พฤติกรรมการใช้งานจริง (ACTU)	0.26	ทางตรง	–	–	–	.508***
		ทางอ้อม	.118***	.048***	.195***	–
		โดยรวม	.118***	.048***	.195***	.508***
χ ² = 370.285, df = 135, p-value = 0.000, χ ² / df = 2.743, GFI = 0.911, NFI = 0.923, IFI = 0.949, CFI = 0.949, RMSEA = 0.068						

* * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (p < .05) ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (p < .01) ***

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (p < .001)

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

ประโยชน์ที่ได้รับ

งานวิจัยนี้มีส่วนสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎี ปฏิบัติ และสังคม โดยในเชิงทฤษฎี งานศึกษานี้ได้ขยายขอบเขตองค์ความรู้ของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ผ่านการทดสอบและยืนยันความเหมาะสมของแบบจำลองในกลุ่มผู้สูงอายุในประเทศสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) โดยเฉพาะบริบทที่เกี่ยวข้องกับสังคมสูงวัยและการเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัล ผลการวิจัยให้หลักฐานเชิงประจักษ์ที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานบริการดิจิทัลภาครัฐของผู้สูงอายุ อันเป็นการสนับสนุนองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงวัยและการลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลในเชิงปฏิบัติ งานวิจัยนำเสนอข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปใช้จริงสำหรับผู้กำหนดนโยบายและนักออกแบบระบบ เช่น การพัฒนาอินเทอร์เฟซที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ การจัดโปรแกรมฝึกอบรมเฉพาะกลุ่ม และการจัดกลไกสนับสนุนที่ตอบโจทยความต้องการเฉพาะทาง ผลวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการยอมรับเทคโนโลยี สามารถนำไปใช้ในการวางลำดับความสำคัญด้านการออกแบบและการจัดสรรทรัพยากร สำหรับระดับสังคม ข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยนี้สนับสนุนทิศทางยุทธศาสตร์การเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย โดยเน้นการเข้าถึงบริการรัฐอย่างเท่าเทียมสำหรับทุกกลุ่มอายุ ช่วยลดช่องว่างทางดิจิทัลและส่งเสริมการอยู่ร่วมกันในสังคมดิจิทัลที่ครอบคลุม ผลลัพธ์เหล่านี้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนผ่านสู่สังคมสูงวัยของไทยในปัจจุบัน

สรุป และอภิปรายผล

สรุป

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้งานแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ในกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทย จำนวน 380 คน โดยประยุกต์ใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรหลัก ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) การรับรู้ประโยชน์ (PU), ทักษะติดต่อการใช้งาน (ATTU) ความตั้งใจในการใช้งาน (BHIT) และพฤติกรรมการใช้งานจริง (ACTU) ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) พบว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ดี ($\chi^2/df = 2.743$, CFI = 0.949, RMSEA = 0.068) ผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) พบว่าทุกสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้รับการยืนยันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะ "การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน" ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติต่อการใช้งานมากที่สุด ในขณะที่ทัศนคติมีผลส่งต่อความตั้งใจและนำไปสู่พฤติกรรมการใช้งานจริง

นอกจากนี้ การทดสอบประสิทธิภาพของแบบจำลองยังแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรที่ศึกษาประมวลผลร่วมกันสามารถอธิบายความแปรปรวนของทัศนคติต่อการใช้งานได้ร้อยละ 41 ($R^2 = 0.41$) และทำนายพฤติกรรมการใช้งานจริงได้ร้อยละ 26 ($R^2 = 0.26$) ข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบแอปพลิเคชันที่ตอบโจทย์เรื่อง "ความง่าย" ควบคู่กับ "ประโยชน์ที่ชัดเจน" เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างทัศนคติเชิงบวกและขับเคลื่อนการใช้งานเทคโนโลยีภาครัฐในกลุ่มผู้สูงอายุได้อย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

จากการค้นพบข้างต้น ผู้วิจัยขออภิปรายผลในประเด็นสำคัญดังนี้:

1. ความง่ายในการใช้งาน: หัวใจสำคัญของการยอมรับเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า “การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU)” มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อทัศนคติ ($\beta_{total} = 0.603\$$) ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Morris and Venkatesh (2000) and Phang et al. (2006) ที่พบว่าในกลุ่มผู้สูงอายุ “ความง่าย” เป็นปัจจัยทำนายที่สำคัญกว่า “ประโยชน์” (ต่างจากกลุ่มวัยทำงาน) เนื่องจากข้อจำกัดทางกายภาพและความเสื่อมถอยของการเรียนรู้ (Cognitive Aging) ทำให้ผู้สูงอายุมีความวิตกกังวลต่อความซับซ้อน หากแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ออกแบบมาให้ซับซ้อนเกินไป ผู้สูงอายุจะปฏิเสธการใช้งานทันทีโดยไม่สนใจว่าแอปนั้นจะมีประโยชน์เพียงใด

2. บทบาทของทัศนคติและประโยชน์ที่ได้รับ

การรับรู้ประโยชน์ (PU) แม้จะมีอิทธิพลน้อยกว่าความง่าย แต่ยังคงส่งผลบวกอย่างมีนัยสำคัญสอดคล้องกับทฤษฎี TAM เดิมของ Davis (1989) โดยเฉพาะในมิติของความสะดวกสบายและการลดขั้นตอนติดต่อราชการ นอกจากนี้ การที่ทัศนคติส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้งาน ($\beta = 0.38$) ยังยืนยันแนวคิดของ Zhang et al. (2022) ที่ว่าการสร้างความรู้สึกเชิงบวก (Positive Affect) เป็นสิ่งจำเป็นในการกระตุ้นให้ผู้สูงอายุก้าวข้ามความกลัวเทคโนโลยี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ดังนี้:

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการปฏิบัติ (Practical Implications)

จากผลการวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่า “ความง่ายในการใช้งาน” เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ 1) ด้านการออกแบบ: ควรยึดหลักการออกแบบที่คำนึงถึงผู้สูงอายุเป็นศูนย์กลาง (Senior-Centric Design) โดยมุ่งเน้นความเป็นมิตร (Age-Friendly) ลดความซับซ้อนของขั้นตอนการใช้งาน (Minimal Steps) ใช้ภาษาที่

เข้าใจง่าย หลีกเลียงศัพท์เทคนิค และใช้ตัวอักษรหรือปุ่มกดที่มีขนาดใหญ่และชัดเจน 2) ด้านการสนับสนุนการใช้งาน: ภาครัฐควรลงทุนพัฒนาทักษะดิจิทัลผ่านการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทควบคู่กับการสร้างระบบพี่เลี้ยงดิจิทัล (Digital Assistance) ทั้งในรูปแบบอาสาสมัครในชุมชน (Digital Buddy) และการจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือ (Help Desk) ณ จุดบริการหน่วยงานรัฐ เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้งาน 3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและบริการ: ควรจัดให้มีทางเลือกในการเข้าถึงบริการแบบผสมผสาน (Hybrid Services) ทั้งรูปแบบดิจิทัลและแบบดั้งเดิมในช่วงระยะเปลี่ยนผ่าน เพื่อป้องกันการตกหล่นของผู้สูงอายุที่ยังไม่พร้อม และควรมีการประเมินผลความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องเพื่อนำมาปรับปรุงระบบให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริง อันจะนำไปสู่การสร้างสังคมดิจิทัลที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังอย่างยั่งยืน

2. ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต (Limitations and Future Research)

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดด้านระเบียบวิธีวิจัยจากการเก็บข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งอาจก่อให้เกิดอคติในการเลือกตัวอย่าง (Selection Bias) ที่มักได้กลุ่มผู้สูงอายุที่มีทักษะดิจิทัลพื้นฐานอยู่แล้ว (Digital Literate) และอาจไม่ครอบคลุมกลุ่มเปราะบางในพื้นที่ห่างไกล ดังนั้น ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่มีสมาร์ตโฟนหรือไม่ยอมรับเทคโนโลยี (Non-adopters) เพื่อเข้าใจอุปสรรคที่แท้จริง นอกจากนี้ ควรพิจารณาเพิ่มเติมแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาในแบบจำลอง เช่น “การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)” หรือ “อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)” ซึ่งอาจมีผลต่อการตัดสินใจ รวมถึงการใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้เข้าใจมิติทางจิตวิทยาและบริบททางสังคมวัฒนธรรมของผู้สูงอายุที่มีต่อเทคโนโลยีภาครัฐได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัย
กรุงเทพธนบุรี เลขที่เอกสารรับรอง 2568/262 (17)

บรรณานุกรม

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Kim, S. D. (2024). Application and challenges of the technology acceptance model in elderly healthcare: Insights from ChatGPT. *Technologies*, 12(68), 1–19.
<https://doi.org/10.3390/technologies12050068>
- Kraiwanit, T., Jangjarat, K., & Srijam, A. (2023). Factors determining online activities and technology use among older adults in Thailand. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 31(2), 803–816. <https://doi.org/10.47836/pjssh.31.2.17>
- Krittakom, S. (2025). The elderly's behaviors in using social media to improve their life quality to achieve good health and well-being under United Nations' Sustainable Development Goals. *Journal of Lifestyle & SDG's Review*, 5, e06715. <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n08.pe06715>
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). The Guilford Press.
- Mankijjakan, B., & Prajaknate, P. (2019). Structural equation model of factors influencing acceptance of government electronic payment system among elderly in Bangkok. *Journal of Communication Arts*, 37(3), 30–39. [in Thai]
- Morris, M. G., & Venkatesh, V. (2000). Age differences in technology adoption decisions: Implications for a changing workforce. *Personnel Psychology*, 53(2), 375–403.
<https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2000.tb00206.x>
- National Statistical Office of Thailand. (2023). *Thailand population and housing census: Aging statistics*. <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>

- Phang, C. W., Sutanto, J., Kankanhalli, A., Li, Y., Tan, B. C. Y., & Teo, H. H. (2006). Senior citizens' acceptance of information systems: A study in the context of e-government services. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 53(4), 555–569. <https://doi.org/10.1109/TEM.2006.883710>
- Thanakijborisut, Y. (2024). Analyzing factors affecting the use of digital technology to improve the quality of life of older adults. *UTCC Academic Journal of Humanities and Social Sciences*, 44(3), 66–84. [in Thai]
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Zhang, B., Tan, R., Sui, J., & Lin, H. C. (2022). Factors affecting the adoption of mobile government by older people: Empirical evidence from the extended TAM model. *Information Resources Management Journal*, 35(1), 1–17. <https://doi.org/10.4018/IRMJ.309928>

Analysis of 21st Century Skills and Sustainable Development Goals in children's and juvenile literature

Kwanchadil Phisalpong¹ and Sutraphorn Tantiniranat^{2,*}

Received: August 4, 2025 Revised: October 9, 2025 Accepted: November 4, 2025

Abstract

This mixed-methods study aimed to analyze the promotion of 21st-century soft skills and the Sustainable Development Goals (SDGs) in children's and juvenile literature listed in 101 Books to Read Before You Grow Up, which compiles books that are recognized by educators at the international level and clearly categorizes the literature according to appropriate age groups. The research utilized qualitative Content Analysis and investigated the correlation between the contents of the books for two groups: 0–6 years (children) and above 6 years (juveniles) – using statistical methods. The findings identified that “Collaboration” occurred most frequently (26.7%), followed by “Lifelong learning and adaptability” (20.8%) and “Creativity and innovation” (17.8%). Juvenile literature emphasizes questioning and analyzing, and critiquing characters' behaviors and situations that are more complex than those of the children's group. As for the SDGs, SDG 4 (Quality Education) was the most prevalent (17.82%), followed by SDG 10 (Reducing inequalities) at 14.85%. Children's literature tends to focus more on SDG 2: Zero Hunger. The findings of this study can help guide the creation of children's and juvenile literature that promotes 21st-century soft skills and SDGs among young readers, especially on particular or inclusive themes.

Keywords: children's and juvenile literature, soft skills, 21st-century, SDGs, content analysis

¹ Department of Information Studies, Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University.

² Department of Western Languages, Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University.

*Corresponding author. E-mail: sutraphorn@yahoo.com

การวิเคราะห์แนวคิดทักษะศตวรรษที่ 21 และเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืนในวรรณกรรมเด็กและเยาวชน

ขวัญชฎิล พิศาลพงศ์¹ และสุตราภรณ์ ดันตินีรนารถ^{2,*}

วันรับบทความ: August 4, 2025 วันแก้ไขบทความ: October 9, 2025 วันตอบรับบทความ: November 4, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยแบบผสมผสานนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การส่งเสริมทักษะด้านอารมณ์ สังคม และพฤติกรรม (Soft Skills) ในศตวรรษที่ 21 และการตระหนักรู้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals [SDGs]) ที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนที่ถูกจัดอันดับโดยหนังสือ *101 Books to Read Before You Grow Up* ที่รวบรวมหนังสือที่ได้รับการยอมรับจากนักการศึกษาในระดับสากล และมีการแบ่งกลุ่มวรรณกรรมที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัยอย่างชัดเจน การวิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) และศึกษาความสัมพันธ์ของเนื้อหาทั้งสองหัวข้อที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน สำหรับช่วงวัย 0-6 ปี และ 6 ปีขึ้นไปผ่านการวิเคราะห์ทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่าทักษะการทำงานร่วมกันปรากฏสูงสุดในวรรณกรรมเด็กและเยาวชน (26.7%) ตามด้วยทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการปรับตัว (20.8%) และทักษะความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (17.8%) วรรณกรรมสำหรับเด็กโต ให้ความสำคัญกับการตั้งคำถาม ฝึกวิเคราะห์ วิพากษ์พฤติกรรมตัวละคร และสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งมีความซับซ้อน มีปัญหามากกว่าเด็กเล็ก ด้าน SDGs พบว่า SDG 4 คุณภาพการศึกษา ปรากฏสูงสุด (17.82%) ตามด้วย SDG 10 การลดความเหลื่อมล้ำ (14.85%) วรรณกรรมสำหรับกลุ่มเด็กเล็กมีความโดดเด่นในด้าน SDG 2 การขจัดความหิวโหย ข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ในการสร้างสรรค์วรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนเพื่อการส่งเสริม Soft Skills ในศตวรรษที่ 21 และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ให้แก่เด็กและเยาวชนในประเด็นที่เฉพาะเจาะจงหรือครบถ้วนมากขึ้น

คำสำคัญ: วรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน ทักษะด้านอารมณ์ สังคม และพฤติกรรม (Soft Skills) ศตวรรษที่ 21 SDGs การวิเคราะห์เนื้อหา

¹ ภาควิชาสารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

² ภาควิชาภาษาตะวันตก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

*Corresponding author. E-mail: sutraphorn@yahoo.com

บทนำ

ทักษะศตวรรษที่ 21 หมายถึงชุดความรู้ ความสามารถ และคุณลักษณะซึ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และประสบความสำเร็จในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทักษะเหล่านี้มักประกอบด้วยทักษะทางเทคนิค (Technical Skills) เช่นทักษะการเป็นผู้ประกอบการ การรู้เท่าทันข้อมูล การรู้ดิจิทัล รวมถึงสมรรถนะทางสังคม อารมณ์และพฤติกรรม (Soft skills) เช่น ความสามารถในการปรับตัว การควบคุมตนเองและการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม ทักษะเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในบริบทการศึกษา การทำงาน และสังคมโลก (Kyllonen, 2012; Vivekanandan & Pierre-Louis, 2020; Voogt & Roblin, 2012)

การเสริมสร้างทักษะศตวรรษที่ 21 ตั้งแต่ช่วงวัยเด็กจึงเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาทุนมนุษย์ในระยะยาว วรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทักษะเหล่านี้ เช่น การคิดเชิงวิพากษ์ ความคิดสร้างสรรค์ การทำงานร่วมกัน และการสื่อสาร มีงานวิจัยหลายชิ้นที่สนับสนุนความเชื่อมโยงนี้ เช่น Heyrani et al. (2021) พบว่าวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนส่งเสริมการคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ปัญหาโดยเรื่องเล่าที่น่าสนใจและตัวละครที่ซับซ้อนส่งเสริมให้อ่านรู้เฝ้าวิเคราะห์สถานการณ์ อนุมานแรงจูงใจ และคาดการณ์ผลลัพธ์ ซึ่งล้วนเป็นรากฐานสำคัญของการคิดเชิงวิพากษ์ การได้สัมผัสกับเรื่องราวที่หลากหลายและโลกแห่งจินตนาการช่วยกระตุ้นการคิดเชิงจินตนาการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ช่วงต้น

การอ่านและอภิปรายวรรณกรรมช่วยให้เด็ก ๆ พัฒนาทักษะทางภาษาไม่ว่าจะเป็นภาษาแม่หรือภาษาต่างประเทศและทักษะการสื่อสาร ขยายคลังคำศัพท์ เข้าใจความแตกต่างทางภาษา และปรับปรุงการแสดงออกทางวาจา ซึ่งสนับสนุนทักษะการสื่อสารโดยตรง (Van Kleeck, 2014) การให้นักเรียนอ่านวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนในห้องเรียนภาษาอังกฤษส่งผลให้นักเรียนมีพัฒนาการด้านการอ่านและการเขียน การเข้าใจเนื้อหาบทเรียนได้ดีขึ้น ทำให้นักเรียนได้ใช้ความคิดขั้นสูงและเรียนรู้วัฒนธรรมของตนเองและผู้อื่นอีกด้วย (Graham et al., 2020) เนื่องจากวรรณกรรมมักนำเสนอปัญหาทางศีลธรรมและมุมมองที่หลากหลาย ช่วยให้เด็กพัฒนาความเห็นอกเห็นใจ เข้าใจผู้อื่น และมีส่วนร่วมในการเรียนรู้และการอภิปรายร่วมกัน (Abuo, 2024) วรรณกรรมสำหรับเด็กหลากหลายวัฒนธรรมยังแนะนำผู้อ่านให้รู้จักประเพณี ภาษา และบรรทัดฐานทางสังคมที่หลากหลาย ส่งเสริมความเคารพต่อความหลากหลายและความเป็นพลเมืองโลกอีกด้วย (Alonge, 2024)

ในขณะเดียวกัน วรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนยังสามารถเชื่อมโยงกับประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับโลก วรรณกรรมเป็นสื่อกลางในการปลูกฝังการตระหนักรู้ในประเด็นระดับสากล โดยเฉพาะประเด็นตามกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (United Nations' Sustainable Development Goals [SDGs] (United Nation, 2015) การพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึง “การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบัน โดยไม่กระทบต่อความสามารถของคนรุ่นต่อไปในการ

ตอบสนองความต้องการของตนเอง” (UNESCO, 2018, p. 5) การพัฒนานี้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของทุกคน ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศของโลก และส่งเสริมความสามัคคีและความเท่าเทียมทางสังคม

วรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนยังมีบทบาทในมิติของการปลูกฝังแนวคิดเพื่อการอยู่ร่วมกันในโลกอย่างยั่งยืน เรื่องราวในวรรณกรรมสามารถถ่ายทอดบทเรียนด้านจริยธรรมและส่งเสริมความเป็นพลเมืองโลก ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาที่มีคุณภาพ (SDG 4) และสันติภาพ ความยุติธรรม และสถาบันที่เข้มแข็ง (SDG 16) วรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนและการเล่านิทานอาจเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมพัฒนาการระดับโลกและความเป็นอยู่ที่ดีของนักเรียน เมื่อรวมอยู่ในกิจกรรมในหลักสูตรของโรงเรียน (Pulimeno et al., 2020)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งหมดล้วนเกี่ยวข้องกับพัฒนาการของเด็กในทางใดทางหนึ่ง ดังนั้นเราจึงสามารถใช้วรรณกรรมสำหรับเด็กเพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนตั้งแต่วัยเด็ก กล่าวคือวรรณกรรมประเภทนี้สร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชนเข้าใจ เห็นคุณค่า และมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ปลูกฝังความรับผิดชอบ ความเห็นอกเห็นใจ และความรับผิดชอบต่อโลกและคนรุ่นต่อไป (Tunde-Awe, 2025)

รายงานของ Global Partnership for Education (GPE) สะท้อนให้เห็นว่าหลายประเทศตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาทักษะศตวรรษที่ 21 และการปลูกฝังแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในระบบการศึกษา อย่างไรก็ตาม ช่องว่างสำคัญยังคงอยู่ที่การแปลงนโยบายให้เป็นการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยหลายประเทศยังไม่สามารถบูรณาการแนวคิดเหล่านี้ลงสู่สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ได้อย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังขาดงานวิจัยและกรณีศึกษาที่ชัดเจนซึ่งจะช่วยให้ประเทศกำลังพัฒนาสามารถออกแบบการปฏิรูปการศึกษาเพื่อส่งเสริมทักษะและค่านิยมเหล่านี้ได้อย่างครอบคลุมและยั่งยืน (Vivekanandan & Pierre-Louis, 2020) วรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนจึงเครื่องมือทางการศึกษาที่ทรงพลังในการส่งเสริมทักษะศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะทักษะด้านอารมณ์ สังคม และพฤติกรรม (Soft Skills) ที่สำคัญและยังช่วยปลูกฝังค่านิยมสากล เช่น สันติภาพ ความเสมอภาค และการเคารพธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และช่วยสนับสนุนการเรียนรู้เพื่อความเป็นพลเมืองโลกอย่างแท้จริง

บททวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมเด็กกับการพัฒนาทักษะศตวรรษที่ 21

วรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนเป็นเครื่องมือหนึ่งในการปลูกฝัง ค่านิยม คุณธรรม จริยธรรมในสังคมมาตั้งแต่อดีต ผ่านการเล่านิทานเพื่อถ่ายทอดบทเรียนชีวิตให้แก่คนในสังคม ในยุคปัจจุบันวรรณกรรมไม่ว่าจะในรูปแบบหนังสือภาพ หนังสือนิทาน บทกวี หรือสื่อดิจิทัลต่าง ๆ ก็ยังคงทำหน้าที่ดังกล่าว โดยการสอดแทรกแนวคิด ทศนคติและการเรียนรู้ทักษะที่จำเป็นต่าง ๆ สำหรับการดำรงชีวิตใน

ยุคปัจจุบันที่มีความผันผวนสูง ผู้คนต้องมีสมรรถนะที่แตกต่างทั้งในการทำงาน การใช้ชีวิต และการเป็นพลเมืองโลก ผ่านเรื่องราวที่สนุกสนานเต็มไปด้วยจินตนาการ (Pulimeno et al., 2020)

การทำความเข้าใจบทบาทของวรรณกรรมในแง่นี้ จึงจำเป็นต้องพิจารณากรอบแนวคิดของทักษะศตวรรษที่ 21 ซึ่งนักวิชาการได้กำหนดไว้ในหลายมิติ Ananiadou and Claro (2009) ได้กำหนดกรอบแนวคิดของทักษะศตวรรษที่ 21 ว่าประกอบไปด้วยด้านต่าง ๆ 3 ด้าน ที่ครอบคลุมทักษะในมิติต่าง ๆ ได้แก่ 1) ด้านข้อมูลข่าวสาร (Information): ทักษะทั่วไปในมิติข้อมูลนี้คือทักษะการวิจัยและการแก้ปัญหา 2) ด้านการสื่อสาร (Communication): การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย การใช้เครื่องมือที่มีอยู่อย่างเพียงพอ การใช้ภาษาที่ถูกต้อง และปัจจัยอื่นๆ ทั้งหมดที่ค้ำประกันถึงบริบท เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทักษะการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อ การคิดเชิงวิพากษ์ การทำงานร่วมกันและการโต้ตอบแบบเสมือนจริง และ 3) ด้านจริยธรรมและผลกระทบทางสังคม (Ethics and social impact): ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความเป็นพลเมืองดิจิทัล

ในแต่ละประเทศมีการกำหนดทักษะศตวรรษที่ 21 ที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละประเทศ Wagner (2008) นักการศึกษาผู้ร่วมก่อตั้ง Change Leadership Group มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด สหรัฐอเมริกา ได้ระบุ 7 ทักษะสำคัญที่จะช่วยให้นักเรียนแก้ปัญหาต่าง ๆ ในศตวรรษที่ 21 ดังนี้ 1) การคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ปัญหา (Critical thinking & problem solving) 2) การทำงานร่วมกันและการเป็นผู้นำ (Collaboration & leadership) 3) ความคล่องตัวและความสามารถในการปรับตัว (Agility & adaptability) 4) ความคิดริเริ่มและการเป็นผู้ประกอบการ (Initiative & entrepreneurialism) 5) การสื่อสารด้วยวาจาและลายลักษณ์อักษรที่มีประสิทธิภาพ (Effective oral and written communication) 6) การเข้าถึงและวิเคราะห์ข้อมูล (Accessing & analyzing information) และ 7) ความอยากรู้และจินตนาการ (Curiosity and imagination)

Partnership for 21st Century Learning (P21) เป็นกรอบแนวคิดที่กำหนดและให้คำนิยามรวมถึงการจัดการศึกษาทักษะศตวรรษที่ 21 จากการระดมสมองของครู อาจารย์ นักการศึกษาและผู้นำทางธุรกิจจากนานาประเทศ ตามกรอบ P21 ทักษะต่าง ๆ ถูกกำหนดไว้เป็น 3 ด้านได้แก่

1) ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and innovation skills) ซึ่งประกอบไปด้วย (4Cs) คือ การคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ปัญหา (Critical thinking & problem solving), ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity & innovation), การทำงานร่วมกัน (Collaboration), และการสื่อสาร (Communication)

2) ทักษะด้านข้อมูล สื่อ และเทคโนโลยี (Information, media and technology skills) ซึ่งประกอบไปด้วย การรู้สารสนเทศ (Information literacy), การรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy), และการรู้เท่าทันเทคโนโลยี (ICTs literacy)

3) ทักษะชีวิตและอาชีพ (Life and career skills) ซึ่งประกอบไปด้วย ความยืดหยุ่นและการปรับตัว (Flexibility & adaptability), การคิดริเริ่มและการนำตนเอง (Initiative & self-direction), ทักษะทางสังคมและข้ามวัฒนธรรม (Social & cross-cultural skills), ประสิทธิภาพและสามัญสำนึกในหน้าที่ (Productivity & accountability), ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ (Leadership & responsibility) (Partnership for 21st Century Learning, 2019)

Global Partnership for Education (GPE) (Vivekanandan & Pierre-Louis, 2020) ได้ให้ความหมายของทักษะศตวรรษที่ 21 ว่าเป็นชุดของสมรรถนะที่ผู้เรียนจำเป็นต้องมี เพื่อให้สามารถดำรงชีวิต ทำงาน และมีส่วนร่วมในสังคมโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งทักษะเหล่านี้ขยายจาก “ทักษะพื้นฐาน” เช่น การอ่าน การเขียน และคณิตศาสตร์ ไปสู่ “ทักษะขั้นสูง” ที่เน้นการคิด การสื่อสาร และความร่วมมือ ในบริบทโลกาภิวัตน์ GPE จำแนกทักษะศตวรรษที่ 21 ออกเป็นกลุ่มหลัก ๆ ดังนี้

1. ทักษะการคิดขั้นสูง (Higher-order thinking skills) ครอบคลุมการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical thinking), การแก้ปัญหา (Problem solving), การคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) และการตัดสินใจ (Decision making)

2. ทักษะการสื่อสารและความร่วมมือ (Communication and collaboration skills) เน้นความสามารถในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ การทำงานเป็นทีม และการเคารพความคิดเห็นที่แตกต่าง

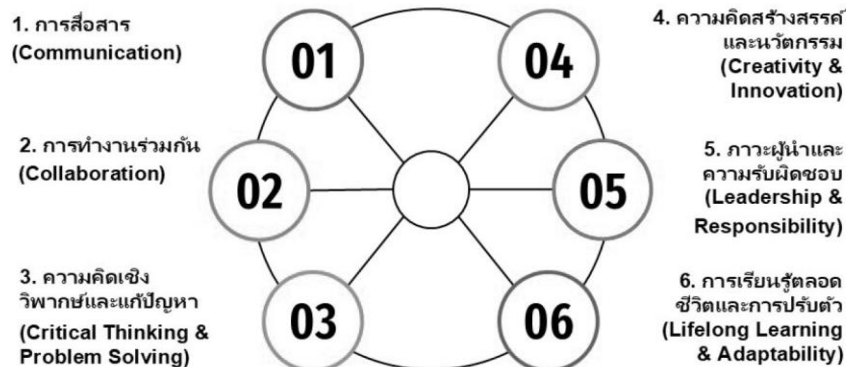
3. ทักษะชีวิตและการทำงาน (Life and career skills) รวมถึงความยืดหยุ่น (Flexibility), ความเป็นผู้นำ (Leadership), ความรับผิดชอบ (Accountability) และความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง

4. ทักษะการรู้เท่าทันดิจิทัลและสื่อ (Information, media, and digital literacy skills) หมายถึงความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรมและสร้างสรรค์

5. ทักษะทางสังคมและอารมณ์ (Social and emotional Skills) เช่น ความตระหนักรู้ในตนเอง (Self-awareness), การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (Empathy), และการจัดการอารมณ์ (Emotional regulation)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับทักษะศตวรรษที่ 21 ข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดหมวดหมู่ของกรอบทฤษฎีทักษะศตวรรษที่ 21 โดยมุ่งเน้นที่ ทักษะด้านอารมณ์ สังคม และพฤติกรรม (Soft Skills) 6 ด้านเท่านั้นดังภาพที่ 1

Soft Skills ตามกรอบ P21



ภาพที่ 1 Soft Skills ตามกรอบ P21

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

วรรณกรรมเด็กกับการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs)

วรรณกรรมสามารถเชื่อมโยงประเด็นระดับโลกให้เด็กเข้าใจได้ง่าย ผ่านเรื่องเล่าและตัวละครที่ใกล้ตัว ตัวอย่างเช่น Salmon et al. (2024) ได้คัดสรรหนังสือเด็กจากหลากหลายประเทศที่มีเนื้อหาเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแต่ละข้อ เพื่อใช้ส่งเสริม สมรรถนะการอยู่ในสังคมโลก (Global competence) ในเด็กเล็ก โดยผู้ปกครองและครูสามารถใช้หนังสือเหล่านี้ควบคู่กับกิจกรรมการเรียนรู้ที่เหมาะสมตามวัย เพื่อให้เด็กได้ลงมือปฏิบัติสัมพันธ์กับหลักการของ SDGs อย่างเป็นรูปธรรม Bradbery (2013) ได้ใช้วรรณกรรมเด็กในการเรียนการสอนการเป็นพลเมืองโลกในประเทศออสเตรเลียเช่นกัน ด้วยเชื่อว่าวรรณกรรมช่วยให้เด็กได้สำรวจตัวเอง สร้างการเปลี่ยนแปลง ลงมือทำและร่วมมือกับผู้อื่น เพื่อสร้างอนาคตที่ยั่งยืน

กลุ่มเป้าหมายหลักของ SDGs เช่น การรู้รักสิ่งแวดล้อม (SDG 13 การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ), การเห็นคุณค่าความหลากหลาย (SDG 10 ลดความเหลื่อมล้ำ, SDG 16 สันติภาพ ความยุติธรรม และสถาบันที่เข้มแข็ง), การส่งเสริมสุขภาวะที่ดี (SDG 3 สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี), และความเสมอภาคระหว่างเพศ (SDG 5 ความเท่าเทียมทางเพศ) สามารถถ่ายทอดผ่านนิทานที่มีตัวละครหรือเรื่องราวสะท้อนประเด็นดังกล่าว เช่น นิทานที่สอนเรื่องการดูแลธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นิทานที่กล่าวถึงมิตรภาพระหว่างเด็กต่างวัฒนธรรม หรือนิทานที่ให้เด็กตระหนักถึงความสำคัญของสุขอนามัยและโภชนาการที่ดี เป็นต้น (Bhagwanji & Born, 2018) Hirst and Wilkinson (2022) ศึกษาบทบาทของการสร้างสรรค์วรรณกรรมเด็กกับการปลูกฝังจิตสำนึกเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้วิจัยพบว่าเด็กได้

ตระหนักถึงประเด็นความยั่งยืนช่วยปลูกฝังให้เด็กมีทัศนคติที่ห่วงใยและเห็นใจสิ่งแวดล้อม ได้เรียนรู้หลักการความเท่าเทียมและความรับผิดชอบ

แม้ว่าวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนจะมีศักยภาพสูงในการพัฒนาทักษะศตวรรษที่ 21 และการเรียนรู้ประเด็นปัญหาระดับโลก แต่ก็ยังมีช่องว่างทางความรู้ที่ควรศึกษาเพิ่มเติม กล่าวคือ การศึกษาวรรณกรรมเด็กส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะมุ่งเน้นทักษะเฉพาะบางด้าน อีกทั้งยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่บูรณาการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เข้ากับวรรณกรรมเด็กและเยาวชน (Bhagwanji & Born, 2018; Hirst & Wilkinson, 2022) โดยเฉพาะงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากด้านสิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้มุ่งหมายที่จะระบุจุดแข็งและช่องว่างที่ต้องเติมเต็มในอนาคต โดยผู้วิจัยคาดว่าจะสนับสนุนการพัฒนาวรรณกรรมเด็กของไทยและนานาชาติให้สามารถตอบสนองความต้องการในการสร้างเยาวชนที่มีความพร้อมสำหรับศตวรรษที่ 21 ได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์

กรอบแนวคิดและช่องว่างการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น นำมาสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. วิเคราะห์การส่งเสริม Soft Skills ที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน
2. วิเคราะห์การส่งเสริมการตระหนักรู้ SDGs ที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน
3. ศึกษาความสัมพันธ์ของการส่งเสริม Soft Skills ที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน ระหว่างวรรณกรรมสำหรับช่วงวัย 0-6 ปี และช่วงวัย 6 ปีขึ้นไป
4. ศึกษาความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตระหนักรู้ SDGs ที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน ระหว่างวรรณกรรมสำหรับช่วงวัย 0-6 ปี และช่วงวัย 6 ปีขึ้นไป

สมมติฐาน

1. การส่งเสริม Soft Skills ที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน ระหว่างวรรณกรรมสำหรับช่วงวัย 0-6 ปี และช่วงวัย 6 ปีขึ้นไป มีความสัมพันธ์กัน
2. การส่งเสริมการตระหนักรู้ SDGs ที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน ระหว่างวรรณกรรมสำหรับช่วงวัย 0-6 ปี และช่วงวัย 6 ปีขึ้นไป มีความสัมพันธ์กัน

ขอบเขตการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

ภาพที่ 2 แสดงถึงกรอบแนวคิดที่ว่า วรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนเป็นสื่อการเรียนรู้ที่สามารถพัฒนา Soft Skills และการตระหนักรู้ในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ควบคู่กันไป โดยผู้วิจัยวิเคราะห์แนวคิดหลักที่สำคัญต่อการเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งปรากฏอยู่ในวรรณกรรมเด็กและเยาวชนที่ถูกจัดอันดับในหนังสือ *101 Books to Read Before You Grow Up* (Schulze, 2016)³ แนวคิดหลักที่สำคัญ ได้แก่ (1) การเสริมสร้าง Soft Skills และ (2) การเสริมสร้างการตระหนักรู้ในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) 17 เป้าหมาย

ผู้วิจัยแบ่งวรรณกรรมสำหรับเด็กเป็น 2 ระดับตาม Schulze (2016) ได้แก่ 1) วรรณกรรมสำหรับเด็กเล็ก หรือเด็กปฐมวัย (0-6 ปี) ซึ่งจะมีภาพเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุด และ 2) วรรณกรรมสำหรับเด็กโต หรือวรรณกรรมเยาวชน (6 ปีขึ้นไป) ซึ่งจะมีสัดส่วนของเนื้อหามากกว่าภาพ อีกทั้งมีความยาวของเนื้อเรื่องมากกว่า และมีโครงเรื่องที่ซับซ้อนมากกว่า ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาความสัมพันธ์ของแนวคิดในการส่งเสริม Soft Skills รวมถึง SDGs ที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน ระหว่างวรรณกรรมสำหรับเด็กวัย 0-6 ปี และช่วงวัย 6 ปีขึ้นไป อีกด้วย เกณฑ์นี้ได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการศึกษาปฐมวัยและภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

³ ฉบับปรับปรุงใหม่ (Revised Edition) *101 Books to Read Before You Grow Up* โดย Bianca Schulze (2025) เผยแพร่ในระหว่างการตีพิมพ์บทความฉบับนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิจัยเชิงปริมาณผ่านการวิเคราะห์ทางสถิติ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยคือวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนที่มีการตีพิมพ์และเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย ได้รับรางวัลระดับนานาชาติ โดยเน้นวรรณกรรมที่เข้าถึงเด็กช่วงวัย 0–12 ปี (วัยอนุบาลและประถมศึกษา) ใช้วิธีการสุ่มอย่างเจาะจงแบบมีเกณฑ์ (Purposive sampling) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 101 เล่มที่ได้รับการแนะนำจากหนังสือ *101 Books to Read Before You Grow Up : The must-read book list for kids* โดย Bianca Schulze (2016) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังต่อไปนี้

- หนังสือที่แนะนำใน *101 Books to Read Before You Grow Up* ครอบคลุมผู้อ่านตั้งแต่วัยเด็กเล็กจนถึงวัยรุ่น โดยมีตัวอย่างหนังสือที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัยอย่างชัดเจน เช่น *Where the Wild Things Are* เหมาะกับเด็กเล็ก (อายุ 0–6 ปี) เพราะมีเนื้อเรื่องอ่านง่าย ภาพประกอบดีเด่น ส่งเสริมจินตนาการ ขณะที่ *The Secret Garden* เหมาะกับเด็กโต (อายุ 6 ปีขึ้นไป) เนื่องจาก เนื้อเรื่องมีความซับซ้อนทางอารมณ์ และพัฒนาการของตัวละคร ต้องใช้การตีความในการเข้าใจ เรื่องราว
- รายชื่อหนังสือที่ปรากฏทั้ง 101 เล่ม ได้รับการยอมรับจากนักวิจารณ์ ครู และผู้ปกครอง ตีพิมพ์ในภาษาต่างๆ ทั่วโลก รวมทั้งได้รับรางวัลในระดับสากล เช่น *The Giving Tree*, *The Little House*, *Charlotte's Web*, *Matilda*, *The Little Prince* ฯลฯ
- หนังสือนี้จัดทำโดยผู้เชี่ยวชาญด้านวรรณกรรมเด็ก ผู้แต่ง Bianca Schulze เป็นนักส่งเสริมการอ่านและนักเขียน หนังสือสำหรับเด็ก ที่มีผลงานได้รับการกล่าวถึงในวงการห้องสมุด และวรรณกรรมเด็กในสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะจาก American Library Association (ALA)
- มีการจัดหมวดหมู่ และเกณฑ์การเลือกหนังสืออย่างเป็นระบบ เหมาะสมสำหรับการเป็นฐานข้อมูลมาตรฐานสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ
- หนังสือ *101 Books to Read Before You Grow Up* ได้รับการจัดอันดับเป็นหนึ่งในหนังสือแนะนำการอ่านสำหรับเด็กที่ขายดีที่สุด (Amazon Best Book of the Month 2016) บนเว็บไซต์ Amazon

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัย 2 คนดำเนินการวิเคราะห์วรรณกรรมทั้ง 101 เล่ม (ต้นฉบับภาษาอังกฤษ) อย่างเป็นระบบ โดยใช้แบบฟอร์มวิเคราะห์ที่พัฒนาขึ้น พิจารณาแนวคิดหลักที่โดดเด่นที่สุดของเรื่องเพียงแนวคิดเดียวต่อเล่ม หลังจากวิเคราะห์ ได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงระหว่างผู้วิเคราะห์ (Inter-rater reliability) ในการพิจารณาแนวคิดหลักของเนื้อหาที่ระดับความสอดคล้อง 97%

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของการปรากฏ Soft Skills แต่ละประเภท และหัวข้อ SDG แต่ละข้อในวรรณกรรมตัวอย่างทั้งหมด 101 เล่ม เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1-2 และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ในการหาความสัมพันธ์ของปริมาณวรรณกรรมที่ส่งเสริม Soft Skills และ SDGs ระหว่างวรรณกรรมสำหรับช่วงวัย 0-6 ปี และวัย 6 ปีขึ้นไป เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3-4

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากวรรณกรรมเด็กและเยาวชน 101 เล่มแสดงให้เห็นประเด็นสำคัญหลายประการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การส่งเสริม Soft Skills ในศตวรรษที่ 21 ที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์วรรณกรรมเด็กและเยาวชน 101 เรื่อง ปรากฏทักษะการทำงานร่วมกัน (Collaboration) สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 26.7 เนื่องจากวรรณกรรมหลายเล่ม เช่น *The Polar Express*, *The Complete Tales of Winnie-the-Pooh* และ *Charlotte's Web* ต่างมีเนื้อหาที่ตัวละครหลักและตัวละครรองต้องวางแผนแบ่งบทบาท ร่วมกันปฏิบัติการกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ส่วนทักษะที่พบมากที่สุดอันดับ 2 ได้แก่ ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการปรับตัว (Lifelong Learning & Adaptability) (20.8%) เช่น ในเรื่อง *The Little House* และ *Anne Frank: The Diary of a Young Girl* ที่ตัวละครหลักต่างเผชิญการเปลี่ยนแปลงของกาลเวลา จึงฝึกปรับตัวและมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทักษะที่ปรากฏมากในลำดับที่ 3 ได้แก่ ทักษะความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity & Innovation) (17.8%) เช่น เรื่อง *Where the Wild Things Are* ซึ่งกระตุ้นจินตนาการ เปิดโอกาสให้เด็ก ๆ จินตนาการต่อยอด สร้างภาพโลกใหม่ของตนเอง และสนับสนุนให้เกิดการคิดต่อเติมเนื้อเรื่อง (Story extension) หรือโลกแฟนตาซีของตนเองหลังการอ่าน

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาชี้ให้เห็นว่า ทักษะการทำงานร่วมกัน (Collaboration) เป็น Soft Skill ที่ปรากฏสูงสุดในวรรณกรรมเด็กและเยาวชน เนื่องจากวรรณกรรมหลายเรื่องเปิดโอกาสให้ผู้อ่านเรียนรู้การแบ่งปันหน้าที่ และการร่วมมือกันปฏิบัติการกิจต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Wangmanee (2024) ที่ระบุว่า การเรียนรู้เนื้อหาและภาษาในวรรณกรรมเด็กผ่านการบูรณาการเรียนรู้อิง (Content and Language Integrated Learning [CLILL]) สามารถพัฒนา Soft Skills ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในทักษะการทำงานร่วมกัน

ส่วนทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการปรับตัว (Lifelong learning & adaptability) และทักษะความคิดสร้างสรรค์/นวัตกรรม (Creativity & innovation) มีสัดส่วนสูงเช่นกัน สะท้อนว่าการสร้างสรรค์วรรณกรรมเด็กและเยาวชนให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างนิสัยการเรียนรู้ การปรับตัว และการส่งเสริมการมีจินตนาการ การคิดต่อยอด (Alwi et al., 2019) ทั้งนี้ การให้ความสำคัญกับการพัฒนา

ความคิดสร้างสรรค์ในงานวิจัยของ Kupers et al. (2019) เน้นว่าการมีปฏิสัมพันธ์ระยะสั้นระหว่างเด็กและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาจินตนาการ จะเป็นพื้นฐานของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในระยะยาว ส่วนทักษะการสื่อสาร (Communication) แม้จะสำคัญตามกรอบ P21 แต่กลับปรากฏน้อยที่สุดเป็นลำดับสุดท้ายเท่ากับทักษะภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ (Leadership & responsibility) ซึ่งพบร้อยละ 9.9% ส่วนทักษะความคิดเชิงวิพากษ์และแก้ปัญหา (Critical thinking & problem solving) แม้พบร้อยละ 14.85 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับกลาง ๆ แต่ก็ยังน้อยกว่าที่คาด ตามงานวิจัยก่อนหน้านี้ (Graham et al., 2020; Heyrani et al., 2021; Van Kleeck, 2014; Wangmanee, 2024)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การส่งเสริม Soft Skills ในศตวรรษที่ 21 ที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน

ลำดับ	Soft Skills	จำนวนเล่ม	ร้อยละ
1.	การสื่อสาร (Communication)	10	9.90%
2.	การทำงานร่วมกัน (Collaboration)	27	26.73%
3.	ความคิดเชิงวิพากษ์และแก้ปัญหา (Critical thinking & problem solving)	15	14.85%
4.	ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity & innovation)	18	17.82%
5.	ภาวะผู้นำ & ความรับผิดชอบ (Leadership & responsibility)	10	9.90%
6.	การเรียนรู้ตลอดชีวิต & การปรับตัว (Lifelong learning & adaptability)	21	20.79%
	รวมทั้งหมด	101	100.00%

(หมายเหตุ: แต่ละเล่มจัดอยู่ภายใต้ Soft Skill เดียวตามจุดเด่นของเนื้อหา)

ที่มา: Analyzed and concluded by the author

เมื่อจำแนกวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนเป็นวรรณกรรมสำหรับกลุ่มวัย 0-6 ปี และกลุ่มวัย 6 ปีขึ้นไป ดังตารางที่ 2 ทั้งสองกลุ่มต่างปรากฏทักษะเช่นเดียวกันกับการวิเคราะห์ในภาพรวม ได้แก่ ทักษะการทำงานร่วมกัน (Collaboration) และทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการปรับตัว (Lifelong Learning & Adaptability) สูงสุดเป็นสองลำดับแรก ส่วนทักษะที่แตกต่างกันอย่างเด่นชัด ได้แก่ ทักษะความคิดเชิงวิพากษ์และแก้ปัญหา (Critical Thinking & Problem Solving) ซึ่งกลุ่มเยาวชนเล่มที่ 27-101 ปรากฏทักษะด้านนี้เพิ่มเป็นสัดส่วนที่สูงขึ้นกว่ากลุ่มเด็กเล็กมาก แสดงว่าวรรณกรรมสำหรับเด็กโตหรือเยาวชน ให้ความสำคัญกับการตั้งคำถาม ผิวิเคราะห์ วิพากษ์พฤติกรรมตัวละคร และสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งมีความซับซ้อน มีปัญหามากขึ้น ผู้อ่านต้องใช้ประสบการณ์ มีความรู้พื้นฐาน ความรู้รอบตัว

ในการทำความเข้าใจกับเนื้อเรื่อง เช่น เรื่อง *Twenty Thousand Leagues Under the Sea* ตัวละครหลักเผชิญกับสถานการณ์อันตรายใต้ทะเลลึก และปรากฏการณ์ธรรมชาติทางทะเล ผู้อ่านจะต้องประยุกต์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อให้เข้าใจหลักการทำงานของเรือดำน้ำไฟฟ้าและเครื่องมือสำรวจใต้ทะเลลึก หรือเรื่อง *The Evolution of Calpurnia Tate* ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทางด้านธรรมชาติวิทยา อีกทั้งตัวละครหลักอยู่ในยุคสมัยแห่งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสังคม ซึ่งทำให้เกิดปมปัญหา นำไปสู่การวิพากษ์เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในเรื่อง

ตารางที่ 2 ผลการจำแนก Soft Skills ที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนในกลุ่มวัย 0-6 ปี และกลุ่มวัย 6 ปีขึ้นไป

ลำดับ	Soft Skills	กลุ่ม 1 (0-6 ปี)		กลุ่ม 2 (6 ปีขึ้นไป)	
		ความถี่ (เล่ม)	ร้อยละ (%)	ความถี่ (เล่ม)	ร้อยละ (%)
1.	การสื่อสาร (Communication)	2	7.69	8	10.67
2.	การทำงานร่วมกัน (Collaboration)	10	38.46	17	22.67
3.	ความคิดเชิงวิพากษ์และแก้ปัญหา (Critical thinking & problem solving)	2	7.69	13	17.33
4.	ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity & innovation)	4	15.38	14	18.67
5.	ภาวะผู้นำ & ความรับผิดชอบ (Leadership & responsibility)	2	7.69	8	10.67
6.	การเรียนรู้ตลอดชีวิต & การปรับตัว (Lifelong learning & adaptability)	6	23.08	15	20.00
	รวมทั้งหมด	26	100.00	75	100.00

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

การส่งเสริมการตระหนักรู้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน

ตารางที่ 3 การส่งเสริม SDGs ที่ปรากฏในวรรณกรรมเด็กและเยาวชน 101 เรื่อง

ลำดับ	เป้าหมาย SDG	ความถี่ (เล่ม)	ร้อยละ (%)
1.	ขจัดความยากจน (No poverty)	6	5.94
2.	ขจัดความหิวโหย (Zero hunger)	6	5.94
3.	สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good health & well-being)	13	12.87
4.	การศึกษา คุณภาพ (Quality education)	18	17.82
5.	ความเท่าเทียมทางเพศ (Gender equality)	7	6.93
6.	น้ำสะอาด & สุขาภิบาล (Clean water & sanitation)	2	1.98
7.	พลังงานสะอาดราคาเอื้อถึง (Affordable & clean energy)	1	0.99
8.	งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Decent work & economic growth)	1	0.99
9.	อุตสาหกรรม นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน (Industry, innovation & infrastructure)	1	0.99
10.	ลดความเหลื่อมล้ำ (Reduced inequalities)	15	14.85
11.	เมืองและชุมชนยั่งยืน (Sustainable cities & communities)	3	2.97
12.	การบริโภค & ผลิตที่ยั่งยืน (Responsible consumption & production)	5	4.95
13.	การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate action)	0	0
14.	ชีวิตใต้น้ำ (Life below water)	2	1.98
15.	ชีวิตบนบก (Life on land)	8	7.92
16.	สันติภาพ ยุติธรรม & สถาบันเข้มแข็ง (Peace, justice & strong institutions)	11	10.89
17.	ความร่วมมือเพื่อเป้าหมาย (Partnerships for the goals)	2	1.98
	รวมทั้งหมด	101	100.00

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

จากวรรณกรรมเด็กและเยาวชน 101 เรื่อง ปรากฏ SDG 4 คุณภาพการศึกษา (Quality education) สูงสุด (17.82%) เพราะวรรณกรรมหลายเรื่องมีเนื้อหาเชิงกระตุ้นทักษะการอ่าน-เขียนและการคิดวิเคราะห์ เช่น เรื่อง *Matilda* แสดงภาพเด็กหญิงผู้รักการอ่านและใช้ความรู้เปลี่ยนแปลงชีวิต สะท้อน กรอบแนวคิดแบบเติบโต (Growth Mindset) (Dweck, 2006) หรือ เรื่อง *Oh, the Places You'll Go!* ช่วยกระตุ้นการตั้งเป้าหมายและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ที่ช่วยให้เด็กพัฒนาเจตคติ “ฉันเรียนรู้ได้เสมอ” และมีแรงจูงใจในการลงมือทำสิ่งใหม่ ๆ (Dweck, 2006) เนื้อเรื่องของวรรณกรรมในหมวดนี้ ตัวละครต้องฝ่าฟันความท้าทายตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงจุดมุ่งหมาย ทำให้ผู้อ่านเรียนรู้กระบวนการตั้งเป้าหมาย (Goal-setting) และ วิธีประเมินความก้าวหน้าของตัวเอง ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการศึกษาเชิงคุณภาพที่เน้นการเรียนรู้เชิงรุก (UNESCO, 2017) ส่วนเป้าหมาย SDGs รองลงมาเป็นอันดับที่ 2 ได้แก่ SDG 10 ลดความเหลื่อมล้ำ (Reduced Inequalities) (14.85%) โดยวรรณกรรมหลายเรื่องสอดแทรกประเด็นเชิงสังคมและวัฒนธรรม เช่น *Tikki Tikki Tembo* หรือ เรื่อง *The Invisible Boy* เนื่องจากทั้งสองเรื่องสะท้อนประเด็นการยอมรับความแตกต่างและการสร้างความเท่าเทียมในสังคม ช่วยกระตุ้นจิตสำนึกให้เด็กรับรู้ถึงความเท่าเทียมและการให้โอกาสซึ่งกันและกันในสังคม ส่วนเป้าหมาย SDGs ในลำดับที่ 3 ได้แก่ SDG 3 สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good health & well-being) (2.87%) เช่น เรื่อง *Bridge to Terabithia* หรือ เรื่อง *Smile* ที่ช่วยให้เด็กพัฒนา ประสิทธิภาพของตนเอง (Self-efficacy) เรียนรู้วิถีจัดการกับความเครียด ความสูญเสีย และปัญหาสุขภาพ ทั้งนี้สอดคล้องกับการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี โดยองค์การอนามัยโลกที่เน้นให้เด็กและเยาวชนมีทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เข้มแข็งเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี (World Health Organization, 2012).

การที่ SDG 4 และ SDG 10 ปรากฏในวรรณกรรมเด็กและเยาวชนเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับกรอบทักษะศตวรรษที่ 21 ที่เน้นการคิดเชิงวิเคราะห์ (Critical thinking), การทำงานร่วมกัน (Collaboration), และความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) อีกด้วย (Partnership for 21st Century Learning, 2019) จากการวิเคราะห์พบการกระจายตัวใน SDGs ต่างๆ มากมาย เช่น SDG 3 (Good health & well-being) ผ่านการสนับสนุนปัญญาด้านการเคลื่อนไหวร่างกาย (Kinesthetic intelligence) และ SDG 12 (Responsible consumption) ผ่าน *Rosie Revere, Engineer* สนับสนุนปัญญาด้านตรรกศาสตร์และคณิตศาสตร์ (Logical-mathematical intelligence) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า วรรณกรรมเด็กและเยาวชนสามารถตอบสนองของความถนัดที่หลากหลาย (Multiple intelligences) ของผู้เรียน ส่วน SDG 7 พลังงานสะอาดราคาเอื้อถึง (Affordable & clean energy) , SDG 8 งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Decent work & economic growth) และ SDG 9 อุตสาหกรรม นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน (Industry, innovation & infrastructure) ปรากฏเพียงเป้าหมายละ 1 เล่ม (0.99%) เท่ากัน และที่น่าสังเกตคือ SDGs 13 การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate action) ไม่ปรากฏว่าเป็นแนวคิดหลักในวรรณกรรมเด็กและเยาวชนที่ศึกษา ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาวรรณกรรมใหม่ ๆ โดยพบช่องว่างใน SDGs 7-9 และ 13 โดยเฉพาะ

อย่างยิ่ง การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นหนึ่งในห้าประเด็นปัญหาระดับโลก (Global issues) (Brown 2021) ซึ่งควรบรรจุในสื่อการเรียนรู้ตั้งแต่ระดับอนุบาล และประถมศึกษาผ่านสื่อวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบการส่งเสริม SDGs ที่ปรากฏในวรรณกรรมเด็กและเยาวชน 2 กลุ่ม

ลำดับ	เป้าหมาย SDG	กลุ่ม 1 (0-6 ปี)		กลุ่ม 2 (6 ปีขึ้นไป)	
		ความถี่ (เล่ม)	ร้อยละ (%)	ความถี่ (เล่ม)	ร้อยละ (%)
1.	ขจัดความยากจน (No poverty)	2	7.69	4	5.33
2.	ขจัดความหิวโหย (Zero hunger)	4	15.38	2	2.67
3.	สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good health & well-being)	2	7.69	11	14.67
4.	การศึกษา คุณภาพ (Quality education)	3	11.54	15	20.00
5.	ความเท่าเทียมทางเพศ (Gender equality)	1	3.85	6	8.00
6.	น้ำสะอาด & สุขาภิบาล (Clean water & sanitation)	0	0.00	2	2.67
7.	พลังงานสะอาดราคาเอื้อถึง (Affordable & clean energy)	0	0.00	1	1.33
8.	งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Decent work & economic growth)	0	0.00	1	1.33
9.	อุตสาหกรรม นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน (Industry, innovation & infrastructure)	0	0.00	1	1.33
10.	ลดความเหลื่อมล้ำ (Reduced inequalities)	4	15.38	11	14.67
11.	เมืองและชุมชนยั่งยืน (Sustainable cities & communities)	2	7.69	1	1.33
12.	การบริโภค & ผลิตที่ยั่งยืน (Responsible consumption & production)	2	7.69	3	4.00
13.	การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate action)	0	0.00	0	0.00
14.	ชีวิตใต้น้ำ (Life below water)	1	3.85	1	1.33

ลำดับ	เป้าหมาย SDG	กลุ่ม 1 (0–6 ปี)		กลุ่ม 2 (6 ปีขึ้นไป)	
		ความถี่ (เล่ม)	ร้อยละ (%)	ความถี่ (เล่ม)	ร้อยละ (%)
15.	ชีวิตบนบก (Life on land)	2	7.69	6	8.00
16.	สันติภาพ ยุติธรรม & สถาบันเข้มแข็ง (Peace, justice & strong institutions)	2	7.69	9	12.00
17.	ความร่วมมือเพื่อเป้าหมาย (Partnerships for the goals)	1	3.85	1	1.33
	รวมทั้งหมด	26	100.00	75	100.00

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

เมื่อจำแนกวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนเป็นวรรณกรรมสำหรับกลุ่มวัย 0–6 ปี และกลุ่มวัย 6 ปีขึ้นไป ทั้งสองกลุ่มต่างปรากฏเช่นเดียวกันกับการวิเคราะห์ในภาพรวม คือ ปรากฏ SDG 10 ลดความเหลื่อมล้ำ ในลำดับต้นๆ เช่นเดียวกัน ส่วน SDG ที่แตกต่างกันอย่างเด่นชัด ได้แก่ วรรณกรรมสำหรับกลุ่มเด็กเล็ก (ปฐมวัย 0–6 ปี) เล่มที่ 1–26 เน้นในด้าน SDG 2 ขจัดความหิวโหย (Zero Hunger) เช่นในเรื่อง *The Giving Tree* ต้นไม้สละผล-กิ่ง ให้เด็กชาย เปรียบเหมือนการแบ่งปันอาหารแก่ผู้ขาดแคลน หรือเรื่อง *Bread and Jam for Frances* สอนคุณค่าของพลังโภชนาการและการแบ่งปันในครอบครัว ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าในวรรณกรรมสำหรับกลุ่มเด็กโตหรือเยาวชน (6 ปีขึ้นไป) มาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเรื่องการขจัดความหิวโหยเป็นเรื่องใกล้ตัว เด็กเล็กสามารถเข้าใจได้ง่าย ผลการวิจัยนี้ยังชี้ให้เห็นถึงประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เฉพาะเจาะจงสำหรับการพัฒนาวรรณกรรมเด็กและเยาวชนในประเด็นที่หลากหลายมากกว่าเพียงด้านการเป็นพลเมืองโลก (เช่น Bradbery, 2013; Salmon et al., 2024) หรือการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (เช่น Hirst & Wilkinson, 2022)

จากผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ข้อ แสดงให้เห็นว่าวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนไม่ว่าจะมีวัตถุประสงค์สำหรับช่วงวัยใด มีตัวละคร โครงเรื่อง ความยาวของเนื้อหา หรือองค์ประกอบอื่นๆ ที่แตกต่างกันตามช่วงวัยที่ผู้สร้างสรรค์ผลงานได้กำหนดไว้ แต่ต่างได้ทำหน้าที่ในการส่งเสริม Soft Skills และการตระหนัก SDGs ได้ในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน (ค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย $r = 0.820$ และ 0.977 ตามลำดับ) ซึ่งอธิบายได้ว่า แนวคิดหลักที่ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเด็กเล็กหรือปฐมวัย (0–6 ปี) และวรรณกรรมสำหรับเด็กโตหรือเยาวชน (6 ปีขึ้นไป) มีความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องในมิติของพัฒนาการทางความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม โดยวรรณกรรมสำหรับเด็กเล็กมักเน้นการปลูกฝังแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับความรัก ความอบอุ่น ความเมตตา ความดี

และการเรียนรู้จากสิ่งใกล้ตัว เนื้อหาและสัญลักษณ์ในเนื้อเรื่องง่ายต่อการเข้าใจ ซึ่งเป็นรากฐานของการสร้างบุคลิกภาพและค่านิยมที่ดีในระยะยาว ทั้งนี้เมื่อเด็กเติบโตขึ้น วรรณกรรมสำหรับวัย 6 ปีขึ้นไป จะขยายกรอบความคิดจากประสบการณ์ส่วนตัวไปสู่การตระหนักรู้ต่อสังคมในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งเป็นการต่อยอดจากฐานแนวคิดเดิมในวรรณกรรมสำหรับเด็กเล็กอย่างเป็นลำดับ แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดพัฒนาการทางสติปัญญาของ Bruner (1996) ในแง่เด็กเล็กพัฒนาการกระบวนการคิดจากระดับรูปธรรม (Concrete operational stage) ไปสู่ระดับนามธรรม (Formal operational stage) ซึ่งช่วยให้เด็กสามารถทำความเข้าใจแนวคิดเดิมที่ซับซ้อนและตีความสัญลักษณ์ในวรรณกรรมได้ลึกซึ้งขึ้น เมื่อเติบโตขึ้น Bruner (1996) มองว่าภาษาจากวรรณกรรมคือบ่อเกิดของกระบวนการคิดและสติปัญญา รวมทั้งการพัฒนาความรู้และความเข้าใจของเด็กนั้น เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกัน โดยเชื่อว่าการเรียนรู้เนื้อหาพื้นฐานอย่างง่ายก่อน และค่อย ๆ เพิ่มความยากและรายละเอียดในภายหลัง จะช่วยให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในเนื้อหานั้น ๆ อย่างลึกซึ้งและเชื่อมโยงความรู้ได้ดีขึ้น

จากการที่แนวคิดในวรรณกรรมทั้งสองช่วงวัยมีความสัมพันธ์กันเช่นนี้ แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของผู้สร้างสรรค์วรรณกรรมในการออกแบบเส้นทางการอ่านที่ต่อเนื่อง (Reading continuum) เพื่อหล่อหลอมพัฒนาการของเด็กในทุกมิติ ทั้งด้านอารมณ์ สังคม และพฤติกรรม กล่าวได้ว่า การอ่านวรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนในทั้ง 2 ช่วงวัยเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการเติบโตทั้งทางจิตใจและการสร้างอัตลักษณ์ของเด็กเพื่อก้าวสู่การเป็นพลเมืองโลกที่มีคุณภาพในศตวรรษที่ 21 ต่อไป ผลการวิจัยนี้ไม่เพียงชี้ให้เห็นแนวโน้มของการออกแบบวรรณกรรมเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นทิศทางในการบูรณาการ Soft Skills และ SDGs เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบในระดับการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยในครั้งนี้

1. ผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเด็กและเยาวชน ควรส่งเสริมการผลิตวรรณกรรมคุณภาพให้สอดคล้องกับการปลูกฝัง Soft Skills ในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการสื่อสาร (Communication) และ ภาวะผู้นำ & ความรับผิดชอบ (Leadership & responsibility) เนื่องจากยังมีวรรณกรรมที่ปรากฏแนวคิดในด้านนี้น้อยกว่าด้านอื่น ๆ รวมทั้งส่งเสริมวรรณกรรมที่สะท้อน SDGs ในทุกเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง SDG 7-9 (พลังงานสะอาดราคาเอื้อถึง, งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ, และอุตสาหกรรม นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง SDG 13 (การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ) ซึ่งควรบรรจุในสื่อการเรียนรู้ตั้งแต่ระดับอนุบาล ขึ้นไป

2. ผู้สร้างสรรค์วรรณกรรม ควรออกแบบเนื้อหาและแนวคิดของวรรณกรรมให้มีความต่อเนื่องตามลำดับพัฒนาการของเด็ก โดยคำนึงถึงความเชื่อมโยงระหว่างช่วงวัย เพื่อให้เด็กสามารถเติบโตทางความคิดและคุณธรรมอย่างเป็นระบบจากการอ่านอย่างต่อเนื่อง สำหรับผู้สอนและผู้ปกครอง ควรส่งเสริมการอ่านวรรณกรรมให้เหมาะสมกับวัย และช่วยเชื่อมโยงเนื้อหาจากวรรณกรรมสำหรับเด็ก

เล็กไปสู่วรรณกรรมสำหรับเด็กโต เพื่อกระตุ้นการคิดเชิงเหตุผล การตั้งคำถาม และการเรียนรู้ทางสังคมอย่างมีทิศทาง

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการผลิตและเผยแพร่วรรณกรรมคุณภาพที่เชื่อมโยงแนวคิดข้ามช่วงวัย พร้อมส่งเสริมให้โรงเรียนและห้องสมุดมีบทบาทในการคัดเลือกวรรณกรรมที่ช่วยสร้างความต่อเนื่องของการเรียนรู้และการพัฒนาเด็กอย่างรอบด้าน

4. ภาครัฐควรกำหนดนโยบายการอ่านที่มีความต่อเนื่องตั้งแต่ระดับปฐมวัย ควรสนับสนุนกองทุนหรือโครงการพัฒนาวรรณกรรมเด็กแห่งชาติ ที่มุ่งสร้างสรรค์ผลงานซึ่งมีเนื้อหาเหมาะสมกับช่วงวัย และเชื่อมโยงแนวคิดหลักจากวัยเด็กสู่เยาวชน เพื่อปลูกฝังทักษะ Soft Skills และ SDGs ในระยะยาว

5. หลักสูตรการเรียนการสอนควรบูรณาการการอ่านวรรณกรรมเข้ากับการเรียนรู้ในรายวิชาต่างๆ ตั้งแต่ระดับปฐมวัย โดยใช้วรรณกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทักษะการคิด วิเคราะห์ และมุ่งสู่การเป็นพลเมืองโลกที่มีคุณภาพในศตวรรษที่ 21

บรรณานุกรม

- Abuo, A. H. (2024). Nurturing empathy and values through stories while using the didactic potential of children's literature. *Acta et Commentationes (Štiințe ale Educației)*, 38(4), 145–155. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/145–155_3.pdf
- Alonge, M. (2024). The Role of Multicultural Children's Books in Fostering Empathy and Understanding Across Diverse Cultures. *Journal of Professional Services Marketing*. hal–04854901
- Alwi, N. A., Thahar, H. E., Atmazaki, A., & Asri, Y. (2019, January). Developing students' soft skill through children literature. In *1st International Conference on Innovation in Education (ICoIE 2018)* (pp. 477–482). Atlantis Press.
- Ananiadou K., Claro M. (2009). *21st century skills and competences for new millennium learners in OECD countries* (OECD Education Working Papers No. 41). Paris, France: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/218525261154>
- Bhagwanji, Y., & Born, P. (2018). Use of children's literature to support an emerging curriculum model of education for sustainable development for young learners. *Journal of Education for Sustainable Development*, 12(2), 85–102. <http://dx.doi.org/10.1177/0973408218785320>

- Bradbery, D. (2013). Bridges to global citizenship: Ecologically sustainable futures utilising children's literature in teacher education. *Australian Journal of Environmental Education*, 29 (2), 221–237. <https://doi.org/10.1017/aee.2014.7>
- Brown, K. (2021, December 21). *5 global issues to watch in 2022*. United Nations Foundation. https://unfoundation.org/blog/post/5-global-issues-to-watch-in-2022/?utm_source=Twitter&utm_medium=Organic&utm_campaign=EOY_Blog
- Bruner, J. (1996). *The Culture of Education*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv136c601>
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.
- Graham, K. M., Matthews, S. D., & Eslami, Z. R. (2020). Using children's literature to teach the 4Cs of CLIL: A systematic review of EFL studies. *Latin American Journal of Content & Language Integrated Learning*, 13(2), 163–189. <https://doi.org/10.5294/lacil.2020.13.2.2>
- Heyrani, S., Firoozi Moghaddam, M., & Alavi Moghaddam, M. (2021). Critical Thinking Skills in Children's Literature. *Journal of Philosophical Investigations*, 15(37), 397–417.
- Hirst, N. J., & Wilkinson, C. (2022). Student authors, children's literature and early childhood education for sustainability: findings from a pedagogic research project. *International Journal of Early Childhood Environmental Education*, 9(1), 40–57.
- Kupers, E., Lehmann–Wermser, A., McPherson, G., & van Geert, P. (2019). Children's creativity: A theoretical framework and systematic review. *Review of Educational Research*, 89(1), 93–124.
- Kyllonen, P. C. (2012, May). Measurement of 21st century skills within the common core state standards. In *Invitational research symposium on technology enhanced assessments*. Princeton, NJ., 7–8.
- Partnership for 21st Century Learning. (2019). *Framework for 21st Century Learning*. <https://www.battelleforkids.org/networks/p21>
- Pulimeno, M., Piscitelli, P., & Colazzo, S. (2020). Children's literature to promote students' global development and wellbeing. *Health promotion perspectives*, 10(1), 13.

- Salmon, A.K., Pérez-Prado, A., Morrison, K., Iuspa, F. (2024). Becoming Globally Competent Citizens Through Children’s Literature. In *Children’s literature aligned with SDGs to promote global competencies*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-57128-2_3
- Schulze, B. (2016). *101 Books to Read Before You Grow Up: The must-read book list for kids*. Walter Foster Jr.
- Tunde-Awe, B. M. (2025). Children’s Literature: A veritable tool for sustainability education. *Journal of Theoretical and Empirical Studies in Education*, 10(1), 438–449.
- UNESCO. (2017). *Education for Sustainable Development Goals: Learning objectives*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247444>
- UNESCO. (2018) Education for sustainable development sourcebook. Education for sustainable development in action: Learning and training tools. <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002163/216383e.pdf>.
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Van Kleeck, A. (2014). Distinguishing between casual talk and academic talk beginning in the preschool years: An important consideration for speech–language pathologists. *American journal of speech–language pathology*, 23(4), 724–741.
- Vivekanandan, R., & Pierre-Louis, M. (2020). 21st Century Skills: What Potential Role for the Global Partnership for Education? A Landscape Review. *Global Partnership for Education*.
- Wagner, T. (2008). Even our “best” schools are failing to prepare students for 21st-century careers and citizenship. *Educational leadership*, 66(2), 20–25.
- Wangmanee, P. (2024). Enhancing English and soft skills through CLIL and children’s literature: A qualitative case study of Thai undergraduates. *Journal of Studies in the English Language*, 19(2), 1–25. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsel/article/view/268808>
- World Health Organization. (2012). *Adolescent mental health: mapping actions of nongovernmental organizations and other international development organizations*.

Phra Nakhon 2410: A Reflection of Thai–Chinese Cultural Relations

Mao Yanli^{1*} and Khanitta Jitchinakul ²

Received: July 17,2025 Revised: December 18,2025 Accepted: November: December 22,2025

Abstract

The study entitled Phra Nakorn 2410: A Reflection of Thai–Chinese Cultural Relations aimed at studying the reflection of Thai–Chinese cultural relations in the TV series Phra Nakorn 2410. The researcher studied this TV series, which was broadcast on the YouTube channel, and focused only on Thai–Chinese relations. The study found that the reflection of Thai–Chinese relations can be divided into three key aspects: 1) the reflection of Thai–Chinese cultural relations in terms of language borrowed from Teochew, such as jia, ua, and lue, and in terms of expressions as well as way of life, such as the use of rickshaws and chopsticks; 2) the reflection of Thai–Chinese cultural relations in terms of adaptation to Chinese culture, which can be seen from the combination of Thai and Chinese dresses, participation in the Chinese New Year Festival, and the use of the Chinese musical instrument saw–u in Thai music, reflecting identity preservation while living harmoniously; and 3) the integration of Thai–Chinese cultural relations, which can be found in language, way of life, belief, and art, for example, the use of Chinese pronouns and words, tea serving, spirit plate placement, and Chinese calligraphy. Phra Nakorn 2410 not only portrayed Thai society in the reign of King Rama IV, but also reflected harmonious living, exchange, and integration of Thai and Chinese cultures that led to a mutual identity in Thai society.

Keywords: Reflection, Thai–Chinese Culture, TV Series

^{1,2} Bachelor of Arts Program in Thai for Caree, School of Humanities, University of the Thai Chamber of Commerce

* Corresponding author. E-Mail: 13481432580m@gmail.com

พระนคร 2410: ภาพสะท้อนความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมไทย-จีน

Mao Yanli ¹. และชนิษฐา จิตชินะกุล²

วันรับบทความ July 17, 2025 วันแก้ไขบทความ: December 18, 2025 วันตอบรับบทความ: December 22, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “พระนคร 2410: ภาพสะท้อนความสัมพันธ์วัฒนธรรมไทย-จีน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพสะท้อนความสัมพันธ์วัฒนธรรมไทย-จีนในละครซีรีส์เรื่อง “พระนคร 2410” โดยผู้วิจัยได้ศึกษาละครที่แพร่ภาพออกอากาศผ่านช่องทางยูทูบ (YouTube) และศึกษาเฉพาะด้านวัฒนธรรมไทย-จีนเท่านั้น จากผลการวิจัยพบว่า ภาพสะท้อนความสัมพันธ์วัฒนธรรมไทย-จีนสามารถแบ่งได้ 3 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1) ภาพสะท้อนความสัมพันธ์การยืมวัฒนธรรมไทย-จีน ปรากฏในคำยืมจากภาษาจีนแต่จื๊ว เช่น “เจี๊ยะ” “อ้าว” “ลื้อ” รวมทั้งสำนวนจีนและวิถีชีวิต เช่น การใช้รถลากและตะเกียบ 2) ภาพสะท้อนความสัมพันธ์การปรับตัววัฒนธรรมไทย-จีน เห็นได้จากการแต่งกายที่ผสมผสานชุดจีนและไทย การเข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน และการประยุกต์ใช้เครื่องดนตรีจีนอย่างซอฮู้ในดนตรีไทย ซึ่งสะท้อนการรักษาอัตลักษณ์พร้อมกับการอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืน 3) การผสมผสานความสัมพันธ์วัฒนธรรมระหว่างไทย-จีน พบทั้งด้านภาษา วิถีชีวิต ความเชื่อ และศิลปวัฒนธรรม เช่น การใช้สรรพนามและคำจีน การเสิร์ฟชา การตั้งป้ายวิญญาณ และการเขียนพู่กันจีน ละคร “พระนคร 2410” ไม่เพียงถ่ายทอดภาพสังคมไทยในสมัยรัชกาลที่ 4 แต่ยังสะท้อนให้เห็นการอยู่ร่วม การแลกเปลี่ยน และการผสมผสานวัฒนธรรมไทย-จีนที่นำไปสู่อัตลักษณ์ร่วมในสังคมไทย

คำสำคัญ: ภาพสะท้อน, วัฒนธรรมไทย-จีน, ละครซีรีส์

^{1,2} สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

*Corresponding author: E-Mail: 13481432580m@gmail.com

บทนำ

ประเทศไทยและประเทศจีนเป็นประเทศที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมาอย่างยาวนานและมีความร่วมมือกันหลากหลายด้านตลอดทั้งคนจีนได้อพยพมาพำนักอยู่ในประเทศไทยและแต่งงานกับคนไทย ส่งผลให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างไทย-จีน เช่น วัฒนธรรมด้านอาหาร ความเชื่อ ค่านิยม เป็นต้น และได้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่นมาอย่างยาวนาน ตลอดทั้งประเพณีปฏิบัติจนกลายเป็นวิถีชีวิตของคนไทยเชื้อสายจีนตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน ซึ่งนอกจากจะมีการถ่ายทอดผ่านชีวิตจริงแล้ววรรณกรรมยังเป็นอีกแหล่งหนึ่งที่ได้บันทึกเรื่องราวความเป็นไปของคนในสังคมทั้งด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมในแต่ละยุคสมัย

ปัจจุบันนอกจากวรรณกรรมจะช่วยส่งสะท้อนสังคมแล้วยังนำมาถ่ายทอดผ่านละครซีรีส์มีบทบาทที่สำคัญที่หลายประเทศใช้เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ในชนชาตินั้น (Xu J, 2015) ได้กล่าวว่า ละครหรือซีรีส์กลายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญที่ทำให้ประเทศเพื่อนบ้านได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตของคนในชาตินั้น โดยละครที่ได้รับความนิยมจะได้รับการแปลไปยังภาษาปลายทางของประเทศนั้น ดังปรากฏว่าในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาซีรีส์เกาหลีหลายเรื่องทั้งแนวเรื่องอิงประวัติศาสตร์ การเมือง วัฒนธรรมได้นำมาออกอากาศในสังคมไทยทำให้คนไทยได้รับรู้เรื่องราวความเป็นมาและวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อของชาวเกาหลี เช่นเดียวกันกับละครซีรีส์ไทยหลายเรื่องที่ต่างได้รับความนิยมในต่างประเทศ และได้นำไปแปลออกเป็นภาษาของประเทศเพื่อนบ้านแถบเอเชีย เช่น ประเทศพม่า ประเทศลาว และประเทศจีน โดยเฉพาะประเทศจีนที่มีชาวจีนอาศัยอยู่ในแผ่นดินไทยมานานมีการผสมผสานทางวัฒนธรรมไทย-จีนกันอย่างกลมกลืน ดังนั้น ละครไทยหลายเรื่อง เช่น “อยู่กับก๋ง” “ลอดลายมังกร” “บุพเพสันนิวาส” “เลือดข้นคนจาง” และ “พระนคร 2410” จึงได้มีการถ่ายทอดวิถีชีวิต วิถีคิด ค่านิยมของคนจีนในแผ่นดินไทย และทำให้ได้เห็นการผสมผสานทางวัฒนธรรมอย่างลงตัว โดยเฉพาะเรื่อง “บุพเพสันนิวาส” เป็นละครซีรีส์ที่โด่งดังที่สุดในประเทศไทย ด้วยที่เนื้อเรื่องสนุกสนาน แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างยุคสมัย จนทำให้ “บุพเพสันนิวาส” ได้รับการแปลออกเป็นหลายภาษา ได้แก่ กัมพูชา เวียดนาม พม่า และจีนรวมทั้งยังได้เกิดกระแส “ตามรอยซีรีส์” ที่ส่งผลให้มีการสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อให้สถานที่ในการถ่ายทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมไทย และยังสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทย

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่าเนื้อหาในละครซีรีส์ที่นำมาจากนวนิยายนั้น มักมีการดัดแปลงให้มีเนื้อหาน่าสนใจ เรื่องราวได้น่าสนใจ อันเป็นการผสมผสานทางด้านศาสตร์และศิลป์ของสื่ออย่างลงตัว เช่นเดียวกันกับ “พระนคร 2410” ที่เป็นละครซีรีส์สร้างจาก “แม่สื่อตัวร้ายกับนายโพลิต” ที่กล่าวถึงเรื่องราววิถีชีวิตของคนธรรมดาสามัญรัตนโกสินทร์ตอนต้น อันเป็นเรื่องราวของชนชั้นสูงอยู่บ้าง (Loathanon, P. 2021) ทำให้ซีรีส์เรื่องนี้เป็นละครที่นิยมในสังคมไทยและต่างประเทศอีกเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะที่ประเทศ

จีน เนื่องจาก “พระนคร 2410” เป็นละครย้อนยุคที่สะท้อนวิถีชีวิตในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น รัชกาลที่ 4 แล้วที่ยังคงมีเรื่องราวของชาวจีนที่เข้ามาอาศัยในแผ่นดินไทยช่วงสมัยดังกล่าว และชาวจีนยังคงรักษาอัตลักษณ์ความเป็นจีนด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีจีนตลอดจนความคิด ความเชื่อทำให้ผู้ชมสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมไทย-จีนในยุคสมัยนั้น

“พระนคร 2410” เป็นนวนิยายย้อนยุคที่กล่าวถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้นในยุคสมัยรัชกาลที่ 4 ซึ่งพระองค์เปิดความสัมพันธ์กับประเทศตะวันตกอย่างกว้างขวาง มีการทำสนธิสัญญากับต่างประเทศถึง 10 ประเทศ และทรงเปลี่ยนแปลงนโยบายต่างประเทศคือ การทำสนธิสัญญาเบาว์ริง กับอังกฤษ ในพ.ศ. 2398 ซึ่งสนธิสัญญาเบาว์ริง อนุญาตให้ชาวต่างชาติเข้ามาทำ *การค้าเสรี* ในสยาม ทำให้ไทยเป็นตลาดสินค้าที่ประเทศอังกฤษเป็นประเทศที่นำเงินเข้ามาลงทุนในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมาคือฝรั่งเศส อเมริกา ชาวจีน เป็นต้น ชาวต่างชาติต่างก็พากันเข้ามาค้าขายลงทุนในประเทศไทยเป็นอย่างมาก (Meethong, T.et al., 2020) ซึ่งผลจากการทำสนธิสัญญาเบาว์ริง ในสมัยรัชกาลที่ 4 ทำให้สภาพสังคมไทยเปลี่ยนแปลง ทั้งในด้านการปกครอง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เพื่อนำประเทศ ให้เจริญก้าวหน้าตามแบบอารยธรรมตะวันตกในด้านต่าง ๆ ซึ่งในสมัยรัชกาลที่ 4 ประเทศสยามเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองอย่างมาก โดยเฉพาะการเปิดประเทศตามสนธิสัญญาเบาว์ริง ส่งผลให้คนจีนมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย ทั้งในด้านแรงงาน การค้าและอุตสาหกรรม อีกทั้งยังมีการนำวัฒนธรรมและประเพณีจีนมาผสมผสานกับวัฒนธรรมไทยจนเกิดความหลากหลายทางสังคม แม้จะมีกฎหมายห้ามการค้าฝิ่นแต่ในภายหลังรัฐบาลได้อนุญาตให้คนจีนผูกขาดและเก็บภาษีฝิ่นเพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศ

ละครซีรีส์เรื่อง “พระนคร 2410” ได้สะท้อนภาพเหตุการณ์เหล่านี้ไว้อย่างสมจริง ทั้งด้านการปกครอง การปราบปรามการค้าฝิ่นของชาวจีน ความเชื่อ และวัฒนธรรมไทย-จีนที่ผสมผสานกันอย่างชัดเจน จึงถือเป็นสื่อที่ถ่ายทอดบริบททางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในยุครัตนโกสินทร์ตอนต้นได้อย่างครบถ้วน อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยที่มุ่งวิเคราะห์ภาพสะท้อนทางวัฒนธรรมไทย-จีนในละครโทรทัศน์ยังมีน้อย โดยเฉพาะในกรณีของ “พระนคร 2410” ที่ยังไม่มีเคยมีผู้ศึกษามาก่อน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการถ่ายทอดข้อมูลทางวัฒนธรรมไทย-จีนที่ปรากฏในละครเรื่องนี้ ซึ่งกำลังได้รับความนิยมทั้งในประเทศไทยและในประเทศจีนผ่านช่องทาง IQIYI

บททวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Sangkhaphinyo, P. (n.d.). อธิบายว่า วรรณกรรมเป็นเสมือนกระจกเงาที่สะท้อนภาพความเป็นจริงของสังคมในแต่ละยุคสมัย ไม่ว่าจะเป็นด้านการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา หรือคุณค่าความเชื่อต่าง ๆ ที่คนในสังคมยึดถือวรรณกรรมจึงทำหน้าที่ชี้ให้เห็นกระบวนการทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้คน นอกจากนี้ วรรณกรรมยังเป็น “สัญลักษณ์” ที่เผยให้เห็นทั้งความจริงจังหรือความฟุ้งเฟ้อของคนในแต่ละกลุ่ม ทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับมุมมองที่ผู้สร้างสรรค์เลือกนำเสนอ และวรรณกรรมไม่ว่าจะของไทยหรือต่างชาติล้วนมีอิทธิพลสัมพันธ์กัน และคุณค่าของวรรณกรรมขึ้นอยู่กับเจตนาของผู้เขียนว่าจะใช้วรรณกรรมเป็นเครื่องรับใช้สังคมหรือปล่อยให้ทำลายคุณค่าของสังคมก็ได้ ดังนั้น บทบาทของนักเขียนจึงสำคัญต่อทิศทางของวรรณกรรมและสังคมโดยรวม

ขณะเดียวกัน การศึกษาวัฒนธรรมก็มีเป้าหมายคล้ายกัน คือศึกษาระบบความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และสัญลักษณ์ที่สะท้อนพฤติกรรมและการกระทำของมนุษย์ในสังคม วัฒนธรรมจึงเป็นผลรวมของทั้งวัตถุและอวัตถุรวมถึงวิถีชีวิตที่เกิดจากการเรียนรู้ร่วมกัน และสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา

Kamsat, T. (2020) ศึกษาเรื่อง “บุพเพสันนิวาส: ภาพสะท้อนด้านการถ่ายทอดข้อมูลทางวัฒนธรรม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพสะท้อนด้านการถ่ายทอดข้อมูลทางวัฒนธรรมในนวนิยาย เรื่อง “บุพเพสันนิวาส” ของรอมแพง ศึกษาวิเคราะห์โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ ได้พบว่า บุพเพสันนิวาสมีด้านสะท้อน 11 ประเภท ได้แก่ 1. ความเชื่อค่านิยมประเพณีอุดมและพิธีกรรม 2. อาชีพ 3. การเมืองการปกครองและสังคม 4. อาหารการกินสุขภาพอนามัยและการรักษาโรค 5. การแต่งกายและเครื่องประดับ 6. ภาษาและวรรณกรรม 7. ศิลปะการแสดงและการละเล่น 8. ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม 9. ศิลปกรรม 10. ประวัติศาสตร์ 11. กลุ่มชาติพันธุ์

Piriyothinkul, T. (2018) ศึกษาเรื่อง “วัฒนธรรมอาหารในวรรณคดีไทยสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น” โดยผู้วิจัยวิเคราะห์วรรณคดีไทยสมัยรัตนโกสินทร์จำนวน 40 เรื่อง และตั้งสมมติฐานเบื้องต้นว่าวรรณคดีไทยสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นกล่าวถึงวัฒนธรรมอาหารหลาย ๆ เรื่อง ได้พบว่าวัฒนธรรมอาหารที่ปรากฏในวรรณคดีสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น มีลักษณะสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) วัฒนธรรมอาหารเป็นสิ่งแสดงภูมิปัญญาไทย แสดงความรู้ในการเลือกสรร สร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากอาหารอย่างเหมาะสมกับกาลเทศะ สอดคล้องกับวิถีชีวิตไทย 2) วัฒนธรรมอาหารเป็นศิลปะอันประณีต แสดงความสำคัญของสุนทรียรสในการกิน ซึ่งสัมพันธ์กับสถานภาพของบุคคลทั้งผู้เสกอาหารเป็นชนชั้นสูง และผู้ปรุงอาหารที่ได้รับการยกย่องในฐานะศิลปิน 3) วัฒนธรรมอาหารแสดงความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทั้งในลักษณะ

ของการผสมผสานทางวัฒนธรรม และการแสดงความแตกต่างทางวัฒนธรรม ภาพสะท้อนเหล่านี้สัมพันธ์กับหลักฐานและบริบททางสังคมสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น เช่นความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ทำให้อาหารกลายเป็นสิ่งบ่งบอกความมั่งคั่ง หรือสถานภาพและบทบาทของชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในสังคมที่มีผลให้มุมมองต่อคนแต่ละกลุ่มมีความต่างกัน

Santitham, N. (2020) ศึกษา “การนำเสนอภาพของศิลปวัฒนธรรมไทยผ่านโทรทัศน์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำเสนอภาพของศิลปวัฒนธรรมไทยผ่านละครโทรทัศน์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการดำเนินชีวิตที่เป็นเรื่องราวในละครเรื่องบุพเพสันนิวาส (ทางช่อง3) และละครเรื่องพิษสวาท (ทางช่องone) ได้แก่ การแต่งกาย อาหาร การใช้ภาษา และขนบธรรมเนียม กิริยามารยาท โดยผ่านองค์ประกอบของละคร คือภาพ หรือฉากในละคร ได้พบว่า กระบวนการสร้างภาพตัวแทนของสื่อมวลชน นั่นคือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่ปรากฏสื่อมวลชนเป็นโลกถูกประกอบสร้างขึ้นเป็นโลกแห่งสัญลักษณ์ที่ต้องการจะสื่อความหมายกับผู้อื่นภายใต้สังคมและวัฒนธรรมในอุดมคติของผู้ประพันธ์และผู้จัดทำละคร ดังนั้น การรับรู้ และการอ่านความหมายของมนุษย์ก็ไม่จำเป็นต้องเข้าสู่สัมผัสโลกความเป็นจริงโดยตรง แต่สามารถรับรู้ความหมายจากประสบการณ์ผ่านสื่อมวลชน

สรุปได้ว่า ละครซีรีส์ “พระนคร 2410” สะท้อนแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมในฐานะองค์ประกอบทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และวิถีชีวิตของมนุษย์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Thandee, D. (2016) ที่มองว่าวัฒนธรรมเป็นการศึกษาองค์ประกอบทางสังคมที่เกี่ยวกับความคิดและสัญลักษณ์ เพื่อใช้อธิบายและสร้างความเข้าใจในการกระทำของมนุษย์ รวมทั้งระบบความเชื่อ ค่านิยม บุคลิก ซึ่งวัฒนธรรมจะเป็นสิ่งที่คนในสังคมยอมรับ นับถือ และร่วมกันปฏิบัติตาม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kamsat, T. (2020) ที่พบว่าละครสามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านการแต่งกาย ภาษา และความเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย “พระนคร 2410” แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมไทย-จีนที่ผสมกลมกลืนกันจนเกิดเป็นความผูกพันทางสังคมและอัตลักษณ์ร่วมระหว่างสองชาติ การประดับตกแต่งที่อยู่อาศัยของชาวจีนในสังคมไทยส่งอิทธิพลต่อคนไทยบางกลุ่มให้เลียนแบบศิลปกรรมจีน ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Santitham, N. (2020) ที่พบว่าศิลปวัฒนธรรมสามารถถ่ายทอดผ่านองค์ประกอบของละคร เช่นฉากและภาพได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่าละครซีรีส์ที่ดัดแปลงจากนวนิยายมักมีความแตกต่างในรายละเอียด เนื่องจากละครมุ่งเน้นการนำเสนอภาพ เสียง และอารมณ์ที่สมจริงเพื่อดึงดูดผู้ชม ขณะที่นวนิยายเน้นการบรรยายเชิงลึกด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้ผู้อ่านจินตนาการตามตัวอักษร ดังนั้น แม้ละครจะคงโครงเรื่องหลักของนวนิยายไว้ แต่การดัดแปลงและปรับแต่งเนื้อหาให้เหมาะสมรูปแบบการแสดงถือเป็นกระบวนการที่ช่วยให้สื่อโทรทัศน์สามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและเข้าถึงผู้ชมได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาภาพสะท้อนความสัมพันธ์วัฒนธรรมไทย-จีนในละครซีรีส์เรื่อง “พระนคร 2410” ขอบเขตการศึกษางานวิจัยศึกษาละคร “พระนคร 2410” ที่แพร่ภาพออกอากาศผ่านช่องทางยูทูบ (YouTube)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. วัฒนธรรม หมายถึง ค่านิยม ความเชื่อและวิถีการดำเนินชีวิตที่ถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง รวมทั้งสามารถแสดงออกหลายรูปแบบ เช่นการแต่งกาย ภาษา วิถีชีวิต (Thapmuang, A. 2019)
2. ภาพสะท้อน หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งสภาพวิถีชีวิต การศึกษา ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ ที่มีอยู่ในสมัยนั้น โดยผู้เขียนได้สื่อออกมาให้ผู้อ่านได้รับรู้ถึงสภาพของบรรยากาศหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ตามประสบการณ์ของผู้เขียน (Uengsae, S. 2017)

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษา “พระนคร 2410”: ภาพสะท้อนความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมไทย-จีน ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) การดูละครซีรีส์ (Watching drama series) และการวิเคราะห์ตัวบทนวนิยาย (Textual Analysis) โดยมีขั้นตอนการศึกษาดังต่อไปนี้

1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวกับองค์ประกอบนวนิยายและเรื่องสั้น ได้แก่ 1. โครงเรื่อง 2. แก่นเรื่อง 3. ตัวละคร 4. บทสนทนา 5. ฉากและบรรยากาศ
 - 1.2 ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การวิเคราะห์ละครซีรีส์ “พระนคร 2410”
 - 2.1 วิเคราะห์องค์ประกอบในละครซีรีส์ “พระนคร 2410”
 - 2.2 วิเคราะห์วัฒนธรรมไทย-จีนที่ปรากฏในละครซีรีส์ “พระนคร 2410”
3. การวิเคราะห์ข้อมูล
 - 3.1 วิเคราะห์ละครซีรีส์ “พระนคร 2410” โดยใช้ทฤษฎีองค์ประกอบนวนิยายและ เรื่องสั้น
 - 3.2 วิเคราะห์วัฒนธรรมไทย-จีนที่ปรากฏในซีรีส์ “พระนคร 2410” การแต่งกาย ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร อาหารการกิน ความเชื่อ ประเพณีวัฒนธรรม อาชีพ

4. นำเสนอผลแบบการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 วิเคราะห์องค์ประกอบละครซีรีส์เรื่อง “พระนคร 2410”

บทที่ 4 ภาพสะท้อนวัฒนธรรมไทยจีนในละครซีรีส์ “พระนคร 2410”

บทที่ 5 ผลการวิจัย สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาภาพสะท้อนความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมไทย-จีนละครซีรีส์เรื่อง “พระนคร 2410” ของสยาม น่วมเศรษฐี พบภาพสะท้อนสังคม 3 ด้าน ได้แก่ 1) ภาพสะท้อนความสัมพันธ์การยืมวัฒนธรรมไทย-จีน 2) ภาพสะท้อนความสัมพันธ์การปรับตัววัฒนธรรมไทย-จีน 3) การผสมผสานความสัมพันธ์วัฒนธรรมระหว่างไทย-จีน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ภาพสะท้อนความสัมพันธ์การยืมวัฒนธรรมไทย-จีน

การยืมวัฒนธรรมไทย-จีนในที่นี้หมายถึง คนไทยได้ยืมภาษาและวัฒนธรรมของคนจีนเข้ามาในสังคมไทย และจากการศึกษาละครซีรีส์พระนคร2410 ผู้วิจัยพบภาพสะท้อนความสัมพันธ์การยืมวัฒนธรรมไทย-จีน ดังนี้

1.1 ด้านภาษา

จากการศึกษาละครซีรีส์ “พระนคร 2410” พบว่ามีการสะท้อนการยืมวัฒนธรรมไทย-จีนในด้านภาษาอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะการใช้ภาษาจีนแต่จิว เนื่องจากชาวจีนแต่จิวอพยพเข้ามาอยู่ในสยามมากที่สุด ทำให้คนไทยรับคำศัพท์ สรรพนาม คำกริยา และสำนวนมาใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงการสื่อสารในการค้าขาย อีกทั้งยังปรากฏการพูดภาษาไทยสำเนียงจีน และการเรียกขานคนจีนด้วยถ้อยคำเชิงเหยียด ซึ่งสะท้อนทั้งการแลกเปลี่ยนทางภาษาและทัศนคติของสังคมไทยที่มีต่อชาวจีนในช่วงเวลานั้น (Manomaiwiboon, P. 2011) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1.1 เจ็ก (chek)

คำว่า “เจ็ก” ยืมมาจากภาษาฮกเกี้ยนแปลว่า “อา” (น้องของพ่อ) ซึ่งชาวจีนแต่จิวเรียกว่า อาเจ็ก ในละครซีรีส์ “พระนคร 2410” ในบทสนทนาเมื่อคุณवादพบกับฮวงและได้สอบถามชื่อแต่ฮวงให้เรียกตัวเองว่าเจ็ก ทำให้คุณवादไม่พอใจ เพราะไม่ต้องการเรียกฮวงในเชิงดูหมิ่นเหมือนที่คนอื่น ๆ จะเรียกฮวงว่าไอ้เจ็กหรือเจ็กเผ้าศาลเจ้า



ภาพที่ 1 คุณवादเรียกชื่อสวว่าไอ้เจ็ก

ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 1 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

สว: **เจ็ก** เรียกข้าว่าไอ้**เจ็ก**

คุณवाद: ข้าอุตส่าห์คุยด้วย ยังทำผยของใส่ ไอ้**เจ็ก**

(พระนคร 2410: ตอนที่ 1)

คำว่า “เจ็ก” สะท้อนความสัมพันธ์ไทย-จีนทั้งด้านการแลกเปลี่ยนและความขัดแย้งทางวัฒนธรรม เดิมมาจากคำว่า “อาเจ็ก” ในภาษาจีนแต้จิ๋วที่หมายถึงน้องชายของบิดา แต่เมื่อเข้ามาในสังคมไทยกลับถูกเพี้ยนเสียงและใช้ในเชิงดูหมิ่น อันเนื่องมาจากทัศนคติของคนไทยที่มองพฤติกรรมชาวจีนอพยพบางส่วนว่าไม่สอดคล้องกับชนบทไทย เหตุการณ์นี้จึงสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตความสัมพันธ์ไทย-จีนที่มีทั้งการซึมซับวัฒนธรรมและภาษา ตลอดจนการกีดกันและอคติทางสังคมในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น

1.1.2 อ้าว คำว่า “อ้าว” เป็นบุรุษสรรพนามบุรุษที่ 1 มักใช้คู่กับบุรุษสรรพนามสื่อ คนจีนใช้แทนตนเองในการพูดกับคนทั่วไป (Waraporn Saengsod, 1989)



ภาพที่ 2 สถานการณ์ที่โนรีกับหลวงนพพบกันครั้งแรก

ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 7 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com).

สว: **อ้าว** เห็นเรือสำเภาเต็มท่าเรือ อาลิมต่างหากยังใจไวบ้าง ไม่อย่างนั้นของเต็มเรือ เรือจะล่มเสีย อาลิม: เป็นอย่างที่คุณว่า พวกอีนะ คอยเตือน**อ้าว**เสมอ เล่นเรือกลับไม่ไหวแล้ว สว กลับไปอยู่ด้วยกันเถอะ

สว: **อ้าว** ช่วยงานหมอบรัดเลย์ทำหนังสือพิมพ์ ช่วยงานศาลเจ้า **อ้าว**ก็มีความสุขแล้ว

(พระนคร 2410: ตอนที่ 7)

จากตัวอย่างนี้ การใช้คำ “อ้าว” เป็นการใช้แทนผู้พูด ซึ่งไม่ว่าบุคคลที่ตนพูดด้วยจะอยู่ในฐานะใด ภาษาจีนก็จะไม่แบ่งเพศและชนชั้นสังคม จะใช้คำว่า “อ้าว” ทั้งผู้พูด จะเห็นได้จากอาลิ้มที่มีอายุมากกว่าฮวง และฮวงที่เป็นนายน้อย ซึ่งสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่อาลิ้มชวนฮวงกลับไปดูแลลูกน้องด้วยกันที่บางปะกง แต่ฮวงปฏิเสธเพราะฮวงอยากดูแลศาลเจ้าเงินให้ดี

1.1.3 ลื้อ

คำว่า “ลื้อ” เป็นบุรุษสรรพนามบุรุษที่ 2 มักใช้คู่กับบุรุษสรรพนามอ้าว คนจีนใช้เรียกคนอื่นทั่ว ๆ ไป (Saengsod, W. 1989)



ภาพที่ 3 ฮวงกินข้าวกับอาลิ้ม

ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 9 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com).

ฮวง: อาลิ้ม อ้าวฝากลื้อดูแลหมอกับเมียให้อยู่สบาย ตอบแทนที่เขามีน้ำใจให้กับเรา

อาลิ้ม: ได้

ฮวง: อ้าวรู้ละ มือนี่ ลื้อเป็นคนเข้าครัวเอง อร่อยขนาดนี้ ไม่ได้ใจว่าลื้อเป็นคนทำ

อาลิ้ม: รู้ทัน ไปเอาข้าวต้มมาให้ยายน้อยอีก

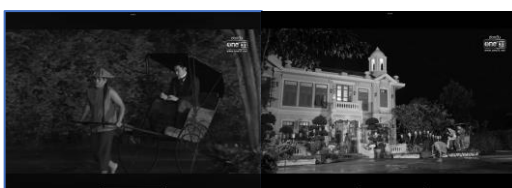
(พระนคร 2410: ตอนที่ 9)

จากตัวอย่างนี้ “ลื้อ” ปรากฏในเหตุการณ์ที่ฮวงฝากการต่อสู้กับพี่น้องของก๊กเอง เพื่อปกป้องพี่น้องไม่ให้ถูกทำร้าย อาลิ้มจึงทำหน้าที่ดูแลชีวิตของฮวง จะเห็นได้ว่าคำว่า “ลื้อ” เป็นสรรพนามในภาษาจีนที่มีลักษณะการใช้เช่นเดียวกับคำว่า “อ้าว” โดยไม่แบ่งเพศและชนชั้นสังคม แม้ว่าอาลิ้มจะมีอายุมากกว่าฮวงก็ตาม การยืมภาษาแต่จิ๋ว สรรพนาม “อ้าว” และ “ลื้อ” เข้ามาใช้ในสังคมไทย สะท้อนถึงความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมไทย-จีนที่ใกล้ชิด เพราะเกิดจากการอยู่ร่วมกันและการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนไทยกับชาวจีนโพ้นทะเล โดยคำเหล่านี้ไม่เพียงทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสื่อสาร แต่ยังกลายเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นจีน และแสดงถึงกระบวนการยืมวัฒนธรรมที่ทำให้ภาษาและวิถีชีวิตของทั้งสองชาติเกิดความเชื่อมโยงและหลอมรวมกันในสังคมไทย

1.2 ด้านวิถีชีวิต

1.2.1 การเดินทางด้วยรถลาก

ในสมัยรัชกาลที่ 4 รถลากหรือ “รถเจ๊ก” กลายเป็นอาชีพของแรงงานชาวจีนอพยพที่หนีความอดอยากจากแผ่นดินจีน แต่ต้องเผชิญความทุกข์ยาก รายได้ต่ำ และการกดขี่จากนายจ้างชาวจีนด้วยตนเอง อาชีพนี้สะท้อนถึงความเปราะบางของแรงงานอพยพและความไม่เท่าเทียมภายในสังคมจีน รถลากมีต้นกำเนิดจากญี่ปุ่นที่ดัดแปลงจากเกี้ยว ก่อนแพร่เข้าสู่จีน และถูกนำเข้ามาสยามโดยพระยาโชฎีกกราชเศรษฐี (พุก โชติกพุกกะณะ) ผู้ซื้อมาถวายพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระองค์โปรดให้สั่งเพิ่มจากจีนหลายสิบคันเพื่อพระราชทานแก่เจ้านายและขุนนาง ทำให้รถลากถูกใช้ทั้งในงานราชการและเป็นพาหนะส่วนตัวของผู้มีฐานะ



ภาพที่ 4 คุณพระ โนรีกับยายแถมไปงานเลี้ยงด้วยนั่งรถลาก

ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 5 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

การใช้รถลากปรากฏในเหตุการณ์ที่ครูของโนรีจัดงานเลี้ยง โนรีกับยายแถมก็ได้ถือโอกาสนี้ให้คุณพระกับคุณवादได้เจอกันเป็นครั้งแรก โดยคุณพระ ยายแถม และโนรี 3 คนนี้จึงต้องนั่งรถเจ๊กไป ส่วนคนลากก็จะเป็นคนจีน สอดคล้องกับสมัยรัชกาลที่ 4 ที่มีรถลากเกิดขึ้นแล้ว ยานพาหนะรถเจ๊กได้สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมระดับชนชั้นในสังคมไทย ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นที่มีการแบ่งชนชั้นเป็น 4 ชนชั้น ได้แก่ (1) เจ้านาย พระมหากษัตริย์ หรือผู้ที่สืบเชื้อสายมาจากพระมหากษัตริย์ซึ่งราชสกุลยศ (2) ขุนนาง หรือ ข้าราชการ ได้แก่ สมเด็จเจ้าพระยา เจ้าพระยา พระยา พระ เป็นต้น (3) สามัญชน เป็นคนธรรมดาที่ไม่ใช่เจ้านายหรือนักบวช (4) ทาส คนที่รับใช้อยู่ภายในครัวเรือนชั้นทาส โดยในสถานการณ์นี้ คุณพระเป็นขุนนาง และยายแถมเป็นแม่สื่อที่มีชื่อเสียงในพระนคร เป็นคนมีฐานะ จึงสามารถจ้างรถลากได้

การยืมรถลากเข้ามาในสังคมไทยสะท้อนความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมไทย-จีน เพราะพ่อค้าชาวจีนเป็นผู้นำเข้ามาเผยแพร่และกุลิจีนก็เป็นแรงงานหลักในการให้บริการ ทำให้รถลากกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตชาวสยาม แสดงถึงการที่สังคมไทยเปิดรับสิ่งใหม่ผ่านชาวจีน ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมไทย-จีนอย่างใกล้ชิด

1.2.2 การใช้ตะเกียบในการรับประทานอาหาร

ตะเกียบมีต้นกำเนิดจากจีนกว่า 3,000 ปี ก่อนจะเผยแพร่ไปยังประเทศต่าง ๆ ในเอเชียตะวันออก เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี เวียดนาม และประเทศไทย ตะเกียบเข้ามาไทยพร้อมกับการอพยพของชาวจีนโพ้นทะเล โดยเฉพาะชาวจีนแต้จิ๋วตั้งแต่สมัยอยุธยา แต่เริ่มแพร่หลายอย่างชัดเจนในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นถึงรัชกาลที่ 4-5 เฉพาะในกลุ่มชาวจีนและร้านอาหารจีน แต่เมื่ออาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวซึ่งคนจีนเป็นผู้นำเข้ามาได้รับความนิยม ตะเกียบก็เริ่มเป็นที่คุ้นชินในสังคมไทยมากขึ้น ภายหลังรัฐบาลได้กำหนดให้ใช้ตะเกียบคู่กับช้อนแทนการใช้ตะเกียบกับถ้วยแบบจีนดั้งเดิม กลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทย การใช้ตะเกียบของคนจีนจะมีข้อห้าม เช่น ห้ามใช้ตะเกียบพู่หาอาหาร ห้ามถือตะเกียบกลับข้าง เป็นต้น (“Chopsticks in Chinese culture,” n.d) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าตะเกียบเป็นสัญลักษณ์ของจิตวิญญาณแห่งความสามัคคีในวัฒนธรรมจีน และเป็นอุปกรณ์ที่ต้องใช้คู่กัน สื่อถึงการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างผู้คน



ภาพที่ 5 สวมกับอาลิ้มใช้ตะเกียบกินข้าว

ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 9 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

ทั้งนี้ ละครซีรีส์ “พระนคร 2410” ได้มีฉากที่ตัวละครใช้ตะเกียบในการรับประทานอาหาร ดังปรากฏในตอนที่ยกกลับมาดูและลูกน้องต่อที่ก๊ก อาลิ้มจึงรับผิดชอบทำกับข้าวให้นายน้อยกิน พวกเขา กินข้าวโดยใช้ตะเกียบ และมีน้ำชาวางอยู่ข้าง ๆ แสดงให้เห็นถึงการใช้ตะเกียบที่เป็นอุปกรณ์ในการรับประทานอาหารของชาวจีน และได้เข้ามาเผยแพร่ในสังคมไทยโดยกลุ่มชาวจีนอพยพ ปัจจุบันตะเกียบได้กลายเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งบนโต๊ะอาหารของคนไทยไปแล้ว

2. ภาพสะท้อนความสัมพันธ์การปรับตัววัฒนธรรมไทย-จีน

การปรับตัวของวัฒนธรรมไทย-จีนคือ เมื่อชาวจีนมาอยู่ในสังคมไทยก็จะมีการปรับตัว ด้านการแต่งกาย ด้านอาหารการกิน และวัฒนธรรมภายใต้บริบทสังคมไทยเพื่อให้คนจีนสามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับคนไทยได้อย่างกลมกลืน โดยไม่จำเป็นต้องละทิ้งเอกลักษณ์ดั้งเดิมของตนเอง แต่สามารถปรับตัวให้เข้ากันได้ จากการศึกษาละครซีรีส์พระนคร 2410 ผู้วิจัยพบภาพสะท้อนความสัมพันธ์การปรับตัววัฒนธรรมไทย-จีนที่มีลักษณะเด่น ดังนี้

2.1 การแต่งกาย

ในสมัยราชวงศ์ชิงหรือที่รู้จักกันในสมัยชาวแมนจูซึ่งเป็นราชวงศ์สุดท้ายที่ได้ปกครองแผ่นดินจีนและมีการแต่งกายที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเองอย่างชัดเจน โดยเฉพาะทางทรงผมของผู้ชายที่จะโกนผมหน้าและถักเปียยาวไปข้างหลัง โดยเสื้อผ้าผู้ชายจะเน้นเสื้อคลุมยาวเป็นเสื้อแจ็คเก็ตแบบจีน (褂) หรือที่เรียกว่าหม่ากว่าเสื้อชั้นในแบบยึดลักษณะเป็นเสื้อกล้าม (马甲) (“Chinese Costume Culture,” 2019)

ตัวละคร “ฮวง” คือตัวละครคนไทยเชื้อสายจีนที่เป็นนายน้อยก๊กชิงจึง แต่ปลอมตัวเป็นคนเผ่าตาลเจ้าจีนการแต่งกายของฮวงก็มีลักษณะคล้ายกับชายจีนในยุคสมัยราชวงศ์ชิง ที่ผู้ชายชาวบ้านจะสวมเสื้อหม่ากว่า คาดเข็มขัดยาวถึงสะดือ แขนเสื้อตรงและไม่มีปกเสื้อแต่มีรังคัมใหญ่ผ่าหน้า กางเกงขายาวทรงหลวม ๆ สวมใส่สไบ (“Chinese Costume Culture,” 2019)



ภาพที่ 6 การแต่งกายของฮวง

ที่มา: จากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 7 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

จากฮวง คือตัวละครคนไทยเชื้อสายจีน จากการศึกษาได้พบว่า ในช่วงต้นของราชวงศ์ชิงชายจีนต้องโกนผมเกือบทั้งศีรษะโดยเหลือเพียงด้านท้ายเท่าเหรียญกษาปณ์ทองแดง เมื่อเวลาผ่านไปจึงมีการผ่อนปรนให้เหลือผมด้านหลังมากขึ้นจนเกือบครึ่งศีรษะไว้ผมแบบหางเปียข้างหลังรวบเป็นเส้นเดียวและยาวเรียกว่า "เปี่ยนจิ" (biànzǐ) หรือ "ซอนโกโฮ" (Hongkangwan, E. n.d) แต่ตัวละครฮวงไม่ได้โกนผมครึ่งศีรษะยังเก็บผมไว้ทั้งศีรษะ เนื่องจากเป็นละคร จึงมีการดัดแปลง ทำให้บุคลิกภาพของตัวละครนี้ดูดี

2.2 วันตรุษจีน

วันตรุษจีนหรือวันขึ้นปีใหม่ของชาวจีนถือเป็นวันสำคัญและมีการสืบทอดมาอย่างยาวนานเป็นประเพณีที่สำคัญของชาวจีนทุกชาติพันธุ์ เทศกาลวันตรุษจีนมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยในวันนั้นชาวจีนจะมีพิธีกรรมการเซ่นสรวงบูชาฟ้าดินที่ถือว่าเป็นเทพเจ้าที่สำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเป็นสิริมงคลให้แก่ตนเองและชุมชน นับว่าเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมที่สำคัญที่ชาวจีนปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาจวบจนปัจจุบัน

ทั้งนี้ การไหว้ฟ้าดินของชาวจีนมักจะไหว้ในตอนเช้าและตั้งเครื่องเช่นไหว้หน้าบ้าน โดยสิ่งของที่ใช้ในการไหว้และเครื่องตกแต่งมักนิยมเป็นสีแดง เพราะถือว่าเป็นสิริมงคล ในพิธีกรรมการไหว้ฟ้าดินนี้จะมีกระดาษไหว้เป็นส่วนสำคัญที่ชาวจีนเชื่อว่าจะนำมาซึ่งความร่ำรวย มั่งมีศรีสุข และสุขภาพแข็งแรง



ภาพที่ 7 วันมงคลจีน

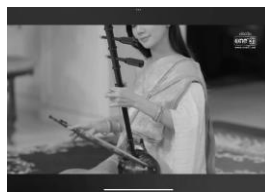
ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 10 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

ทั้งนี้ชาวจีนจะนิยมประดับโคมไฟเป็นคู่ เพราะเชื่อว่าสิ่งดี ๆ มาเป็นคู่และเมื่อเสร็จสิ้นการเซ่นไหว้แล้วทุกคนจะรับประทานอาหารร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับเหตุการณ์ในละครซีรีส์ “พระนคร 2410” ที่อาลิ้มได้พาโนรีและคุณพระเข้าร่วมพิธีเซ่นไหว้ และในตอนเย็นได้ร่วมรับประทานอาหารกัน ซึ่งความงามของโนรีที่แต่งกายด้วยชุดจีนอย่างสวยงาม ทำให้อาลิ้มได้กล่าวชมในสำนวนที่ว่า “มัจฉาจุมวารี” ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

วันตรุษจีนในสมัยรัชกาลที่ 4 สะท้อนความสัมพันธ์ไทย-จีนผ่านการที่ชาวจีนโพ้นทะเลยังคงรักษาพิธีกรรมไหว้เจ้าและบรรพบุรุษไว้ครบถ้วน โดยรัฐไทยเปิดกว้างให้ประกอบพิธีได้อย่างเสรี ขณะเดียวกันตรุษจีนยังส่งผลด้านเศรษฐกิจ เพราะเป็นช่วงจับจ่ายซื้อของไหว้และสินค้าต่าง ๆ ทำให้คนไทยเริ่มมีส่วนร่วมในกิจกรรมการค้า อีกทั้งยังมีการปรับตัวของประเพณี เช่น การทำความสะอาดบ้านและการกินอาหารร่วมกัน จนกลายเป็นการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันแนบแน่นระหว่างไทย-จีนในยุคนั้น

2.3 เครื่องดนตรีไทย

นับตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 ทรงปกครองบ้านเมืองทำให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองในทุก ๆ ด้าน ซึ่งก็รวมถึงด้านดนตรีที่เป็นยุคทองของดนตรีไทย มีบรรดาครูอาจารย์ผู้มีฝีมือเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ เมื่อปี พ.ศ. 2378 รัชกาลที่ 4 อนุญาตให้ประชาชนเล่นดนตรีได้ ทำให้การเรียนรู้ร้องดนตรีกระจายไปสู่ชนบทมากขึ้น คนที่มีความสามารถในทางด้านเล่นเครื่องดนตรีก็จะมีโอกาสที่เข้าไปอยู่ในวังหรือบ้านของขุนนาง ซึ่งเครื่องดนตรีไทยมีหลายชนิด เช่น จะเข้ โทน รำมะนา ซออู้ เป็นต้น ละครซีรีส์ “พระนคร 2410” ได้ฉายภาพการเล่นดนตรีไทยของตัวละครคุณवाद



ภาพที่ 8 คุณवादเล่นเครื่องดนตรีซอู้

ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 5 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

จากตัวอย่างนี้การเล่นซอู้เกิดในเหตุการณ์ที่มีชนนารีจัดงานเลี้ยงและมีการแสดงที่ชาวไทยเล่นเครื่องดนตรีไทย คุณवादได้เล่นซอู้ภายในงาน ทำให้ทุกคนชื่นชมว่าไพเราะ ซอู้ เป็นซอ 2 สาย มีเสียงทุ้มต่ำ ตัวกะโหลกซอทำด้วยกะลามะพร้าว แต่ใช้กะลามะพร้าวพันธุ์ซอ ในสมัยรัตนโกสินทร์ ซอู้ได้รับการพัฒนาให้มีขนาดและรูปร่างที่ใหญ่ขึ้น เสียงมีความไพเราะยิ่งขึ้น โดยมีการปรับปรุงส่วนประกอบต่าง ๆ ของซอู้ เช่น คันท่อ คันทัก และสายซอ (U-Pho, T. 1980) นอกจากนี้ ช่วงรัชสมัยรัชกาลที่ 4 เริ่มนิยมแต่งเพลงทยอย และเพลงสามชั้นกันอย่างแพร่หลาย นับเป็นความก้าวหน้าใหม่ในวงการดนตรีไทย

ซึ่งซอู้เป็นเครื่องดนตรีจีนที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในวงดนตรีไทยปรับรูปแบบการเล่นให้เข้ากับท่วงทำนองและดนตรีไทย ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางศิลปะและวัฒนธรรมระหว่างไทยและจีน การนำซอู้เข้ามาไม่ได้เป็นเพียงการยืมเครื่องดนตรีแต่ยังสะท้อนถึงสังคมไทยมีการยอมรับวัฒนธรรมจีนในวิถีชีวิตและงานศิลปะไทยอย่างกลมกลืน

3. การผสมผสานความสัมพันธ์วัฒนธรรมระหว่างไทย-จีน

การผสมผสานความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีน หมายถึง การมีวัฒนธรรมจีนอยู่ในสังคมไทย ซึ่งวัฒนธรรมจีนนั้นเป็นที่รับรู้ของคนไทยโดยทั่วไป ทั้งนี้การผสมผสานจะมีทั้งรูปแบบเดิมของวัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมจีน การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมไทย-จีน และการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีน จนทำให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะของวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมจีน สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

3.1 วัฒนธรรมไทย

3.2 วัฒนธรรมจีน

3.1 วัฒนธรรมไทย

3.1.1 ด้านการแต่งกายแบบไทยดั้งเดิม

จากการศึกษา พบว่า การแต่งกายของตัวละครในละครซีรีส์ “พระนคร 2410” โดยส่วนใหญ่เป็นแบบการแต่งกายไทยประยุกต์ ซึ่งในสมัยรัชกาลที่ 4 มีการทำสนธิสัญญาเบาว์ริงกับอังกฤษ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย เนื่องด้วยมีการรับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาในพระนครเป็นครั้งแรก รวมทั้งวัฒนธรรมด้านการแต่งกายที่มีวิวัฒนาการเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแต่งกายของข้าราชการหรือขุนนางที่ต้องสวมเสื้อเข้าเฝ้าทุกคน โดยจะมีลักษณะเป็นเสื้อกระบอกเหมือนเสื้อบาต้าที่มีลักษณะ

เสื้อผ้าอก คอแหลมตัน ไม่มีปก แขนยาวตรง การไว้ผมของชายไทยในสมัยนี้ เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง แม้ว่า
จะยังคงไว้ทรงมหาดไทยอยู่ แต่เมื่อรัชกาลที่ 4 โปรดให้ส่งทูตไปยุโรป จึงสั่งให้เลิกไว้ผมทรงมหาดไทย และ
เปลี่ยนเป็นไว้ผมแบบยุโรป แต่เมื่อคณะทูตกลับมาถึงพระนครก็ตัดผมมหาดไทยตามเดิม อย่างไรก็ตาม
เราต้องยอมรับว่ารัชกาลที่ 4 ทรงริเริ่มการไว้ผมสมัยใหม่แบบฝรั่ง (Thongkhruema, C. n.d) ลักษณะการ
ไว้ทรงผมดังกล่าวสอดคล้องกับตัวละครชายในเรื่อง เช่น คุณพระ ที่จะไว้ทรงผมแบบฝรั่ง

นอกจากนี้แล้ว การแต่งกายนอกเครื่องแบบของตัวละครชายยังสอดคล้องกับการแต่งกายในยุค
สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น กล่าวคือ ชายจะนุ่งโจงกระเบน ใส่เสื้อคอปิด แขนยาว มีผ้าคาดเอว ซึ่งการ
แต่งกายของคุณพระก็มีลักษณะดังกล่าวเช่นกัน



ภาพที่ 9 คุณพระนอกเครื่องแบบ

ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 1 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

ส่วนการแต่งกายของสตรีในยุคสมัยนี้จะยังคงเป็นแบบไทยดั้งเดิมและไทยประยุกต์ จากการศึกษา
ละครซีรีส์ “พระนคร 2410” พบการแต่งกายของตัวละครหญิงดังนี้

จากการศึกษาตัวละครโนรี พบว่าโนรีที่เป็นนางเอกของเรื่องเป็นลูกครึ่งไทย-ฝรั่ง แต่ได้รับการเลี้ยง
ดูจากยายแถม และได้ศึกษากับมิชชันนารี จึงทำให้ได้เรียนรู้ถึงวิธีการแต่งกายแบบตะวันตก ซึ่งลักษณะ
การแต่งกายของโนรีจะมีหลายรูปแบบ โดยส่วนใหญ่จะสวมเสื้อห่มสไบ นุ่งโจงกระเบน สวมรองเท้าว
ไว้ผมยาว ซึ่งสอดคล้องกับในสมัยรัชกาลที่ 4 ที่ได้รับอิทธิพลตะวันตก คือสวมเสื้อคอกลม ปิดคอ แขนยาว
ทรงกระบอก รัดรูป นุ่งผ้าลาย โจงกระเบนทับเสื้อ คาดแพร ห่มสไบเฉียงทับตัวเสื้ออีกทีหนึ่ง



ภาพที่ 10 การแต่งกายออกนอกของโนรี

ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 1 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

ใส่เสื้อแขนยาวทรงกระบอก เสื้อคอกลมรัดรูป นุ่งโจงกระเบนทับเสื้อ ห่มสไบเฉียงทับตัวเสื้อ
แต่มีความแตกต่างที่โนรีสวมรองเท้าและไว้ผมยาว สันนิษฐานว่าสังคมไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงจากการ

ได้รับอิทธิพลทางตะวันตก นอกจากนี้โนรีเป็นลูกครึ่งและเคยศึกษาภาษาอังกฤษกับมิชชันนารี จึงได้รับอิทธิพลการไว้ทรงผมแบบฝรั่ง

จากการศึกษาการแต่งกายของตัวละครชาย-หญิงในละครซีรีส์ “พระนคร 2410” ทำให้ได้เห็นภาพการสะท้อนวัฒนธรรมด้านการแต่งกายในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นรัชกาลที่ 4 ว่า การเข้าเฝ้าเริ่มมีการสวมเสื้อเพื่อแสดงออกถึงความเท่าเทียมกับนานาประเทศในตะวันตก รวมทั้งการแต่งกายของผู้หญิงที่สะท้อนให้เห็นถึงการแพร่ขยายทางวัฒนธรรมตะวันตกที่เข้าสู่ประเทศสยามในขณะนั้น อีกทั้งทำให้เห็นว่าการติดต่อกับชาวต่างชาติส่งผลให้วัฒนธรรมไทยมีการผสมผสานกับวัฒนธรรมของประเทศเพื่อนบ้าน

3.1.2 ด้านการใช้ภาษาผ่านบทสนทนา

จากการศึกษาลักษณะการใช้ภาษาไทย แสดงออกให้เห็นถึงลักษณะที่โดดเด่นในการใช้ภาษาของสังคมไทยโดยเฉพาะการใช้คำบุรุษสรรพนาม ในภาษาไทยมีคำสรรพนามเป็นจำนวนมาก และมีการแยกใช้ตามปัจจัยทางสังคมที่แตกต่างกันไป จากการศึกษาลักษณะการใช้ภาษาในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นรัชกาลที่ 1-4 พบได้ดังต่อไปนี้

1. การใช้คำสรรพนาม: คำที่ใช้แทนนามในประโยคสื่อสาร เราใช้คำสรรพนามเพื่อไม่ต้องกล่าวคำนามซ้ำ ๆ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (1)

1.1 อีฉั่น

คำ “อีฉั่น” เป็นสรรพนามบุรุษที่ 1 ผู้น้อยใช้พูดกับผู้ใหญ่ หรือใช้พูดกับผู้ที่มีฐานะเสมอกัน เป็นคำสุภาพ (Saengsod, W. 1989)



ภาพที่ 11 เจ้าพระยาปรีชาดิวงศ์สื่อสารเรื่องชกคู่กับแม่สื่อยายแถม

ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 1 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

ยายแถม: อีฉั่นไหวเจ้าคะ

เจ้าพระยาปรีชาดิวงศ์: ไหวจะแม่ ลูกขึ้นมานั่งข้างบนเถอะ ไม่ต้องมีพิธีตองอะไร ข้าเข้าเรื่องเลยก็แล้วกันนะ บางกอรืกเดอ (ชื่อไทย: หนังสือจดหมายเหตุ) หมอบรัดเลย์เขียนขึ้นชมแม่ว่า เป็นแม่สื่อแม่ชกฝีมือฉกาจแห่งพระนคร

ยายแถม: หมอบรัดเลย์ก็เขียนเกินตัวเจ้าคะ **อิฉัน**ก็ไม่ใช่ศิษย์ไปกว่าแม่สื่ออื่นหรอก เพียงแต่ไม่เคยพลาดเจ้าคะ

เจ้าพระยาปรีชาติวงศ์: ที่ตามตัวมานี้เยี่ยงยากจะจางวานให้แม่เป็นแม่สื่อแม่ชักให้ข้า

(พระนคร 2410: ตอนที่ 1)

จากตัวอย่างนี้ **“อิฉัน”** ปรากฏในเหตุการณ์ที่ลุงของคุณพระที่ชื่อเจ้าพระยาปรีชาติวงศ์ จ้างแม่สื่อมายายแถมมาช่วยจับคู่ให้กับหลานชายคุณพระของตัวเอง ซึ่งเจ้าพระยาปรีชาติวงศ์เป็นผู้ที่อยู่ชนชั้นขุนนาง ตอนยายแถมคุยกับเจ้าพระยาปรีชาติวงศ์ เริ่มต้นยายแถมนั่งกับพื้น ใช้คำสุภาพ เช่น **“อิฉัน”** แสดงฐานะของตนเองและเป็นการยกย่องเกียรติให้ผู้ใหญ่

ตัวอย่างที่ (2)

1.2 ข้า

คำว่า **“ข้า”** เป็นสรรพนามบุรุษที่ 1 แทนตัวผู้พูด ที่ผู้ใหญ่ใช้พูดกับผู้น้อย (Saengsod, W. 1989)



ภาพที่ 12 ยายแถมปลอบใจหลานโนรี

ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 5 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

โนรี: ฉันขอโทษยายนะจ๊ะ

ยายแถม: เอ็งจะมาขอโทษข้าเรื่องอะไร

โนรี: ความเขลาของฉัน ฉันทำให้งานยายล่ม ฉันไม่อาจรักษาคำพูดที่จะเป็นแม่สื่อชักคู่หาเงินเลี้ยงดูยาย แต่ฉันทำลายชื่อเสียงของยาย

ยายแถม: ข้าไม่รับคำขอโทษจากเอ็งหรอก เอ็งอาสาช่วยข้าด้วยหวังดี ผิดนี้ให้ถือเป็นครู ถ้าเอ็งจะเจริญรอยเป็นแม่สื่อ เอ็งก็ต้องเรียนรู้ข้อผิดพลาด แล้วก็เริ่มต้นเสียใหม่

โนรี: ฉันอาจไม่มีโอกาสแก้ไข เขารังเกียจฉันจนอาจเปลี่ยนใจไม่คบหาคุณवादอีกแล้ว

(พระนคร 2410: ตอนที่ 5)

จากตัวอย่างนี้เห็นได้ว่า ยายแถมส่งสารหลานของตัวเอง ปลอบใจโนรี ให้เข้มแข็ง ยายแถมเป็นผู้ใหญ่ เมื่อคุยกับโนรี ก็จะใช้ “ข้า” แทนตัวเอง โดยมีน้ำเสียงที่แสดงความรักและความเห็นใจให้กับโนรี และปัจจุบันการใช้คำว่า “ข้า” ยังพบเห็นได้ทั่วไปในสังคมไทยแม้ว่าปัจจุบันนี้ผู้คนก็ไม่นิยมใช้กัน แต่จะใช้สรรพนามบุรุษที่ 1 คือ “ผม” “ฉัน”

ในสมัยรัชกาลที่ 4 คนไทยยังคงรักษาระบบสรรพนามที่สะท้อนลำดับชั้น และความรู้สึกตามค่านิยมไทย แม้ในสังคมจะมีชาวจีนอพยพจำนวนมากและนำภาษาจีนแต่จิวเข้ามาใช้ แต่ภาษาไทยดั้งเดิมยังคงเป็นภาษาหลักในการสื่อสารทางการและในราชสำนัก ขณะเดียวกันก็เปิดรับคำจีนในชีวิตประจำวัน การดำรงอยู่ของสรรพนามไทยจึงแสดงถึงการรักษาเอกลักษณ์ไทย พร้อมกับการอยู่ร่วมและผสมผสานกับวัฒนธรรมจีน

1.3 การใช้สำนวน

สำนวนไทยมีเกิดจากมูลเหตุต่าง ๆ เป็นต้นว่า เกิดจากการกระทำ เกิดจากความประพฤติ เกิดจากการเล่น และอะไรต่ออะไรอื่น ๆ อีกมาก พูดเตือนสติให้คิดก็มีต่าง ๆ กัน (True Plook Panya Team, 2022) ผู้วิจัยสังเกตว่าในละครเรื่อง “พระนคร 2410” มีการใช้สำนวนอยู่ด้วยกับหลายสถานการณ์ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (3)

1.4 กำแพงมีหู ประตูมีช่อง

กำแพงมีหู ประตูมีช่อง มีหมายความว่า การพูดหรือทำอะไรต้องระมัดระวัง เพราะแม้จะดูเหมือนว่าปกปิดมิดชิด คืออยู่ในกำแพงหรือปิดประตูแล้ว ก็ยังอาจมีคนล่วงรู้ได้ (Smoi, 2010)



ภาพที่ 13 สภาและสร้อยพูดจาเรื่องร้ายของโนรีในลับหลัง

ที่มา: จากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 2 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

สร้อย: แม่จ๋า ลูกค้าที่หอนางโลม น่าจะลากไปมัดต่อเครื่องที่เรือนมั้งจ๊ะ แม่ดูสิจ๊ะ ทำทางจะไม่ได้
ลับไม่ได้นอน เสื้อผ้าก็ดูยับ หน้าตาก็อมแมม

โนรี: เอ็งหยุดพาลามเสียเดี๋ยวนี้

สา: เดี่ยวๆ ไปรณเขาบอกว่า กำแพงมีหู ประตุมีช่อง

โนรี: น้ำสาไม่ต้องโยงถึงแม่ฉัน

(พระนคร 2410: ตอนที่ 2)

จากบริบทในละครซีรีส์ สาและสร้อยคุยกันเกี่ยวกับเรื่องโนรีที่ไม่ใช่หลานแท้ ๆ ของยายแถม ทั้งนี้ การใช้สำนวน “กำแพงมีหู ประตุมีช่อง” สะท้อนให้เห็นถึงสังคมไทยที่นิยมพูดจาคล่องจองเป็นเจ้าบพ เจ้ากลอน และสะท้อนให้เห็นถึงสภาพบ้านเมืองของสังคมไทย ในอดีตจะมีช่องลมช่องหน้าต่างจำนวนมาก ตามสภาพสังคมไทยที่อาศัยตามธรรมชาติในการดำรงชีพ และนำเอาสภาพแวดล้อมมาเป็นสำนวน “กำแพงมีหู ประตุมีช่อง” (Smoi, 2010)

“กำแพงมีหู ประตุมีช่อง” สำนวนนี้สอดคล้องกับคติจีนที่เน้นความระมัดระวังในการใช้คำพูด เนื่องจากสังคมจีนให้ความสำคัญกับการรักษาเกียรติยศ และหลีกเลี่ยงการสร้างความเสี่ยงต่อชื่อเสียงของตนและครอบครัว

ตัวอย่างที่ (4)

ดูช้างให้ดูที่หาง ดูนางให้ดูที่แม่

ดูช้างให้ดูที่หาง ดูนางให้ดูที่แม่ มีความหมายว่าให้พิจารณาลักษณะบุคคลหรือหญิงที่จะเลือกเป็นคู่ครองโดยดูจากแม่ เพราะลูกมักมีนิสัยใจคอคล้ายแม่ (Kasri, N. 2023)



ภาพที่ 14 สาและสร้อยใส่ร้ายโนรีอยู่หน้าพวกชาวบ้าน

ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 2 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

สา: อู๊ มีไข้โจร แล้วดีก็ ๆ คำคืนเอ็งถึงไม่กลับเรือนสะนางสร้อย บอกแม่สิ

สร้อย: แม่จ๋า ลูกค้าที่หอนางโหม่นาจะลากไปมัดต่อเครื่องที่เรือนมั้งจ๊ะ แม่ดูสิจ๊ะ ท่าทางจะไม่ได้

หลับไมได้นอน เสื้อผ้าก็ดูยับ หน้าตาก็มอมแมม

โนรี: เอ็งหยุดพาลามเสียเดี๋ยวนี้

สา: เดี่ยว ๆ ไปราชนเขาบอกว่า **ดูช้างให้ดูที่หาง ดูนางให้ดูที่แม่**

โนรี: น้ำสาไม่ต้องโยงถึงแม่ฉัน

(พระนคร 2410: ตอนที่ 2)

จากบริบทในละครซีรีส์ สำนวน “ดูช้างให้ดูที่หาง ดูนางให้ดูที่แม่” สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะสังคมไทยที่ “แม่” จะเป็นบุคคลสำคัญในการเลี้ยงดูลูก ดังนั้นหากลูกได้รับการอบรมสั่งสอนที่ดีจะสะท้อนให้เห็นถึงพ่อแม่ ส่วน “ดูช้างให้ดูที่หาง” เพราะช้างเป็นสัญลักษณ์ของชาติไทย สำนวนนี้นำเอาสิ่งแวดล้อมทางสังคมมาสร้างสำนวนที่ให้ความหมายลึกซึ้ง และบ่งบอกถึงพฤติกรรมของคนได้ (Kasri, N. 2023)

สำนวนเป็นเครื่องมือให้เห็นความสามารถของการใช้ภาษา การวางเรียงถ้อยคำ การรวมความยาว ๆ ให้สั้น อาจใช้เป็นเรื่องตลกให้คนเรามีความรอบคอบ และเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นวิถีการดำเนินชีวิตของคนในอดีต สำนวนเหล่านี้มิได้เป็นเพียงถ้อยคำสอนใจของสังคมไทย แต่ยังมีแนวคิดและค่านิยมที่ใกล้เคียงกับวัฒนธรรมจีน

3.1.3 ด้านวิถีชีวิต

3.1.1 การเดินทาง

คนไทยใช้ชีวิตอยู่กับสายน้ำ และให้ความสำคัญกับแม่น้ำลำคลองมาตลอด ด้วยลักษณะภูมิประเทศที่มีการใช้แม่น้ำเป็นแหล่งหล่อเลี้ยงชีวิต และประชาชนตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนอยู่ริมแหล่งน้ำวิถีชีวิตของคนไทยในอดีตจึงใช้แม่น้ำลำคลองเป็นทางสัญจร และการคมนาคมขนส่ง

การเดินทางของชาวสยามในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น มักนิยมเดินทางด้วยเรือ ในละครเรื่อง “พระนคร 2410” ก็มีหลาย ๆ ฉากที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตด้วยการใช้เรือเป็นพาหนะในการเดินทางผ่านตัวละครในเรื่องที่ได้ใช้เรือสัญจรไป-มา



ภาพที่ 15 ให้เห็นถึงการเดินเรือในสยาม

ที่มา: จากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 1 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

ดังที่ปรากฏในเหตุการณ์ พ่อค้าจะค้าขายตามแม่น้ำลำคลอง ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ละครซีรีส์ “พระนคร 2410” ได้สะท้อนให้เห็นว่าตั้งแต่สมัยอดีตจวบจนรัตนโกสินทร์ตอนต้นมีแม่น้ำที่ถือว่าเป็นเส้นทางเลียดใหญ่ในการหล่อเลี้ยงทุกวิถีชีวิตในสังคม โดยจะมีการสร้างบ้านเรือนใกล้ริมน้ำ ใช้แม่น้ำเป็นเส้นทาง

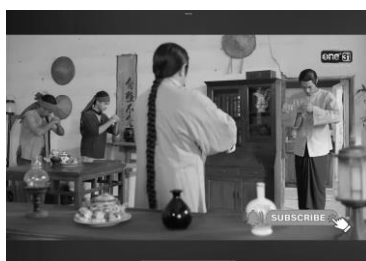
การสัญจรไปมา และการค้าขายทางน้ำ โดยมีสินค้าต่าง ๆ มากมายจำหน่ายบนเรือ เช่นสุราฝิ่น เกลือ หอม กระเทียม เสื้อผ้า เพื่อนำไปขายในท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้วิถีชีวิตของคนไทยในอดีตมีความสัมพันธ์กับแม่น้ำโดยมีเรือเป็นพาหนะที่สำคัญ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ และในด้านการคมนาคมขนส่งสินค้า

3.1.2 วัฒนธรรมจีน

จากละครซีรีส์ “พระนคร 2410” ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์วัฒนธรรมไทย-จีนในสังคมไทย ซึ่งได้เห็นฉากต่าง ๆ ที่มีองค์ประกอบความเป็นจีน อย่างเช่น การทักทายเคารพแบบจีน การเขียนพู่กันจีน การเลีฟชาของจีน การตกแต่งบ้าน เป็นต้น

3.2.1 การทักทายแบบจีน

ในละครซีรีส์ “พระนคร 2410” พบลักษณะการทักทายแบบจ้าวอี้ ตอนที่อาลิ้มได้พบกับสวงที่เป็นนายน้อยของเขา และสวงได้ทักทายตอบ การทักทายแบบนี้ มีอายุมากกว่าหรือน้อยกว่าจะใช้ลักษณะทักทายที่คล้ายกัน แต่ถ้าเป็นคนที่มีวัยวุฒิหรือฐานะที่ต่ำกว่า ต้องโค้งตัวต่ำกว่าผู้ที่วัยวุฒิที่สูงและฐานะดีกว่า การแสดงความเคารพและมีความสุภาพการทักทายแบบจ้าวอี้เมื่อสวงกับลูกน้องทำ ทำโดยมือซ้ายบังมือขวา และลูกน้องที่มีฐานะที่ต่ำกว่านายน้อยสวง และสวงมาอายุน้อยกว่าอาลิ้ม ก็จะลงตัวต่ำกว่า แสดงความเคารพให้กับนายน้อย สะท้อนให้เห็นถึงความถ่อมตนและวัฒนธรรมที่เด่นชัดของจีน (“Chinese greetings in the Zuo Yi style,” n.d)



ภาพที่ 16 การทักทายแบบจีน

ที่มา: จากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 7 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

ในสมัยรัชกาลที่ 4 ชาวจีนนำวัฒนธรรมการแสดงมารยาทของชาวจีน เช่น การไหว้แบบประสานมือ (จ้าวอี้) มาปฏิบัติในสังคมไทย โดยเฉพาะในชุมชนชาวจีนและตลาดการค้า ขณะเดียวกันคนไทยที่มีปฏิสัมพันธ์กับชาวจีนก็ค่อย ๆ เรียนรู้หรือหยิบยืมรูปแบบการทักทายเหล่านั้นมาใช้ในบางโอกาส ซึ่งสะท้อนถึงการอยู่ร่วมกันและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เมื่อวัฒนธรรมการทักทายจีนแทรกซึมเข้ามาในสังคมไทย ยิ่งตอกย้ำว่าความสัมพันธ์ไทย-จีนในสมัยรัชกาลที่ 4 เป็นอย่างดี

3.2.2 การเสิร์ฟชา ต้มชาของจีน

วัฒนธรรมการต้มชาของชาวจีนมีประวัติศาสตร์อันยาวนานและมีความลึกซึ้ง ในสมัยราชวงศ์ชิง ชาได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คน ร้านน้ำชาได้ปรากฏขึ้นในเมืองต่าง ๆ และการเสิร์ฟชาก็เป็นประเพณีพื้นบ้านในประเทศจีนมาตั้งแต่สมัยโบราณ ชาบ้านจะเสิร์ฟชาให้แขกเพื่อแสดงความเคารพต่อพวกเขา



ภาพที่ 17 ฮวงเสิร์ฟชาให้อาลิม

ที่มา: ฉากจากละคร พระนคร 2410 ตอนที่ 7 (one31, 2023, [Video]. YouTube. www.youtube.com)

ดังที่ปรากฏในตอนนี้อาลิมได้มาพบกับฮวงที่ศาลเจ้า ฮวงได้เสิร์ฟน้ำชาให้อาลิมในฐานะแขกผู้มาเยือนและเป็นการให้ความเคารพ แม้ว่าฮวงจะมีอายุน้อยและมีฐานะนายน้อยของอาลิม แต่ฮวงก็ใส่ใจเคารพดังญาติผู้ใหญ่

จากการศึกษาได้พบว่าน้ำชาเป็นสัญลักษณ์สำคัญของการต้อนรับแขกและการสร้างสัมพันธไมตรีในวัฒนธรรมจีน เมื่อชาวจีนอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในสยาม ก็นำธรรมเนียมการเสิร์ฟชาเข้ามาด้วย และถูกใช้แพร่หลายในตลาด โรงน้ำชา รวมถึงบ้านเรือนของคนจีน ต่อมาคนไทยที่ติดต่อกับชาวยุโรปหรือมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับชาวจีนก็นำธรรมเนียมนี้มาปรับใช้ในสังคมไทย โดยเฉพาะในแวดวงการค้าและการเจรจาธุรกิจ จึงแสดงให้เห็นว่าการเสิร์ฟชาไม่เพียงเป็นวัฒนธรรมการดื่ม แต่ยังเป็นการผสมผสานวัฒนธรรมไทย-จีนในรัชกาลที่ 4 อีกด้วย

จากการศึกษาละครซีรีส์เรื่อง “พระนคร 2410” จะเห็นได้ว่า แม้ว่าจะเป็นละครไทยที่ต้องการสะท้อนให้เห็นถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) แต่ละครยังได้สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมของชาวจีนในยุคสมัยดังกล่าวด้วย ซึ่งทำให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชาวจีนที่อพยพมาอยู่ในสังคมไทยได้อย่างชัดเจน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ได้รับรู้วัฒนธรรมไทย-จีนในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น
2. ได้รับรู้การนำเสนอภาพของศิลปวัฒนธรรมผ่านละครซีรีส์ไทย เข้าใจถึงมุมมอง และการสะท้อนวัฒนธรรมของสื่อ ข้อมูลที่ได้นี้จะ เป็นพื้นฐานในการนำมาพิจารณาถึงบทบาทของสื่อต่อการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทยจีน

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

สรุปผล

จากการศึกษาละครซีรีส์เรื่อง “พระนคร 2410” นี้ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้ (1) ภาพสะท้อนความสัมพันธ์ด้านการยืมวัฒนธรรมไทย-จีน (2) ภาพสะท้อนความสัมพันธ์ด้านการปรับตัวของวัฒนธรรมไทย-จีน (3) การผสมผสานความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีน รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การยืมวัฒนธรรมไทย-จีน

คนไทยยืมคำศัพท์ ภาษาพูด และสำนวนจากภาษาจีนแต่จีวมาใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น เจ๊ก เจี้ยะ อ้าว ลื้อ รวมถึงสำนวนจีนต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นถึงการถ่ายทอดทางภาษา นอกจากนี้ยังยืมวิถีชีวิต เช่น การใช้รถลากที่มีชาวจีนเป็นแรงงาน และการใช้ตะเกียบในการรับประทานอาหาร แสดงถึงการเปิดรับวัฒนธรรมจีนที่เข้ามาผสมในสังคมไทย

2. การปรับตัววัฒนธรรมไทย-จีน

ชาวจีนปรับตัวเข้ากับสังคมไทยผ่านการแต่งกาย การประกอบประเพณี (เช่น วันตรุษจีนที่จัดแบบไทย-จีนร่วมกัน) และการประยุกต์เครื่องดนตรีจีน เช่น ซอฮู้ เข้ากับดนตรีไทย แสดงถึงการอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนโดยไม่ละทิ้งอัตลักษณ์ดั้งเดิม

3. การผสมผสานวัฒนธรรมไทย-จีน

คนไทยยังคงรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิม (เช่น การนุ่งโจงกระเบน การใช้สรพนามไทย การทำพิธีทางพุทธ) แต่ก็เปิดรับวัฒนธรรมจีน เช่น การทักทายแบบจีน การเลิฟซ่า การเขียนพู่กัน และการตั้งป้ายบรรพบุรุษ ศาลเจ้า และพิธีกรรมต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้หลอมรวมเป็นเอกลักษณ์ร่วมของสังคมไทย-จีน

ความสัมพันธ์ไทย-จีนที่สะท้อนผ่านละครแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานทางวัฒนธรรมในหลายด้าน ได้แก่ 1. ด้านการแต่งกาย คนไทยแม้จะคงเอกลักษณ์การนุ่งโจงกระเบนหรือหม้อสไบ แต่ก็มีมารับรูปแบบการแต่งกายแบบจีนมาใช้ในบางโอกาส แสดงถึงการยอมรับและแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม 2. ด้านภาษา มีการใช้คำสรรพนามและคำทับศัพท์จากภาษาจีน เช่น “ลื้อ” “อ้าว” หรือ “เจี้ยะ” ที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารระหว่างไทย-จีน สะท้อนการปรับตัวและการถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านภาษา 3. ด้านวิถีชีวิต ปรากฏทั้งในรูปแบบการเดินทางที่ใช้รถเจ๊ก การรับวัฒนธรรมการใช้ตะเกียบในการรับประทานอาหาร และการสร้างศาลเจ้าตามความเชื่อของชาวจีน ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนถึงการอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืน และความสัมพันธ์อันแนบแน่นทางวัฒนธรรมไทย-จีนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

อภิปรายผล

จากการศึกษา “พระนคร 2410: ภาพสะท้อนความสัมพันธ์วัฒนธรรมไทย-จีน” ผู้วิจัยพบว่าภาพที่ปรากฏในละครซีรีส์สอดคล้องกับแนวคิดของ Thandee, D. (2016) ที่กล่าวว่าการศึกษาวัฒนธรรมเป็นการศึกษาองค์ประกอบทางสังคมที่เกี่ยวกับความคิดและสัญลักษณ์ เพื่อใช้อธิบายและสร้างความเข้าใจในการกระทำของมนุษย์ รวมทั้งระบบความเชื่อ ค่านิยม บุคลิก ซึ่งวัฒนธรรมจะเป็นสิ่งที่คนในสังคมยอมรับนับถือ และร่วมกันปฏิบัติตามการศึกษาวัฒนธรรมตามแนวสังคมศาสตร์จะมีแนวคิดที่ว่าวัฒนธรรมเป็นผลรวมของทุกสิ่งที่เป็นผลงานและการกระทำของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมทางวัตถุ และวัฒนธรรมทางอวัตถุตลอดจนแบบแผนวิถีการดำเนินชีวิต ดังนั้น วัฒนธรรมจึงเป็นผลผลิตของการกระทำที่เกิดจากการกระทำด้านร่างกายและความคิด นอกจากนี้วัฒนธรรมยังเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งในละครซีรีส์เรื่อง “พระนคร 2410” ได้มีการแสดงออกทางวัฒนธรรมผ่านการกระทำ พฤติกรรมของตัวละคร เช่นเดียวกันกับ Kamsat, T. (2020) ศึกษาเรื่อง “บุพเพสันนิวาส: ภาพสะท้อนด้านการถ่ายทอดข้อมูลทางวัฒนธรรม” ผลการศึกษาพบว่าภาพสะท้อนวัฒนธรรมในสามารถแสดงออกทางวิถีชีวิต การแต่งกาย ความเชื่อ ภาษา เช่นเดียวกับละครซีรีส์ “พระนคร 2410” ที่มีภาพสะท้อนด้านวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจ และมีอารมณ์ร่วมกับตัวละคร บรรยายฉาก ฉาก นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่างไทย-จีนระหว่างวัฒนธรรมที่มีต่อกันจนสร้างความผูกพันให้แก่คนไทยและคนจีนมาแต่อดีตกาล

นอกจากนี้ที่พักอาศัยของของชาวจีนในสังคมไทยมีการประดับตกแต่งด้วยศิลปกรรมทางจีน ซึ่งส่งผลให้คนไทยบางกลุ่มเกิดการเลียนแบบในพฤติกรรมการประดับตกแต่งที่อยู่อาศัยด้วยศิลปกรรมจีนเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Santitham, N. (2020) ศึกษา “การนำเสนอภาพของศิลปวัฒนธรรมไทยผ่านโทรทัศน์” ที่นำเสนอภาพศิลปกรรมผ่านองค์ประกอบของละคร คือภาพ หรือฉากในละครโทรทัศน์

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพบว่าละครซีรีส์หลายเรื่องมักได้รับการดัดแปลงมาจากนวนิยาย ทำให้รายละเอียดบางอย่างมีความแตกต่างกัน เพราะละครซีรีส์นั้นผู้ชมจะได้เห็นภาพสมจริง ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมของตัวละคร บทสนทนา ฉาก บรรยายฉากและเหตุการณ์ต่าง ๆ โดย ไม่ต้องอาศัยการจินตนาการทำให้สามารถดึงดูดความสนใจจากการชมละครได้มากกว่าการอ่านนวนิยาย

นอกจากนี้การนำนวนิยายมาดัดแปลงเป็นบทละครโทรทัศน์นั้น ผู้เขียนบทอาจจะต้องมีการเสริมแต่งหรือลดทอนรายละเอียดบางส่วนเพื่อเน้นความสนุกสนาน และให้เหมาะสมกับการแสดงของนักแสดง ในขณะที่นวนิยายจะเน้นการบรรยายให้รายละเอียดทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยผู้อ่านต้องจินตนาการตามตัวอักษร แต่ละซีรีส์จะมีความแตกต่างกับนวนิยาย คือ ละคร จะเน้นความบันเทิง และภาพสวยงาม เสียงของตัวละครและภาพจะดึงดูดผู้ชม แม้จะยังคงเค้าโครงหลักจากนิยาย แต่การดัดแปลงและเสริมบางส่วนจะทำให้เหมาะกับการสื่อภาพและเวลาที่จำกัด สำหรับนวนิยาย ให้รายละเอียดเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมได้มากกว่า เหมาะกับผู้อ่านที่ต้องการซึมซับบรรยากาศยุคสมัยอย่างเต็มที่

อย่างไรก็ตาม จากศึกษาละครซีรีส์ “พระนคร 2410” พบว่าการแต่งกายของนักแสดงโดยเฉพาะ ทรงผมอาจไม่สอดคล้องกับยุคสมัย ทั้งนี้เพราะเป็นไปเพื่อการแสดงที่เน้นความสนุกสนาน มากกว่าการอิงประวัติศาสตร์ในยุคสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น อีกทั้งลักษณะการใช้ภาษาจีนของตัวละครที่ปรากฏในละครเรื่องนี้มีไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะพบคำสรรพนามและคำกริยาที่คนไทยคุ้นชิน อีกทั้งบทสนทนาภาษาจีนก็จะเป็นการกล่าวด้วยน้ำเสียงที่เป็นภาษาไทยมากกว่าที่จะเป็นสำเนียงของคนจีนที่พูดภาษาไทย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักแสดงเป็นคนไทยจึงทำให้ขาดความสมจริงไปบ้างแต่ยังคงดำเนินเรื่องได้อย่างสนุกสนาน จึงอาจกล่าวได้ว่า การศึกษา “พระนคร 2410” ภาพสะท้อนความสัมพันธ์วัฒนธรรมไทย-จีนครั้งนี้ทำให้เห็นมุมมองวัฒนธรรมจีนในสังคมไทย และการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีนของคนไทยและคนจีนได้อย่างกลมกลืนอีกเรื่องหนึ่ง

ละครย้อนยุคเรื่อง “พระนคร 2410” เป็นสื่อบันเทิงที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อน Soft Power ไทย ผ่านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทย-จีนที่กลมกลืนกันอย่างงดงาม ทั้งด้านการแต่งกาย ภาษา ขนบธรรมเนียม และวิถีชีวิต ละครเรื่องนี้ไม่เพียงสะท้อนประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตในอดีตเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมที่ช่วยเผยแพร่อัตลักษณ์ไทย-จีนให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ เชื่อมโยงความเป็นไทยกับวัฒนธรรมของประเทศจีน

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมจีนที่มีต่อทละครโทรทัศน์ไทยปัจจุบัน
2. การเปรียบเทียบการนำเสนอความสัมพันธ์ไทย-จีนในละครซีรีส์ไทย

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความรู้ ความเมตตาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ชนิษฐา จิตชินะกุล ในระหว่างการทำวิทยานิพนธ์นี้ อาจารย์ได้ให้คำแนะนำ ความช่วยเหลือ ให้ชี้แนะแนว และ กำลังใจที่มีคุณค่ามาก ความรู้ความเชี่ยวชาญและการสนับสนุนของอาจารย์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ต่อต่อความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ ต้องขอขอบผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ เกิดอรุณสุขศรี ที่เป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งอาจารย์ท่านนี้ได้ให้คำวิจารณ์และกำลังใจอย่างสร้างสรรค์ในช่วงที่ผู้วิจัยทำการวิจัย คำแนะนำของท่านช่วยพัฒนาวิทยานิพนธ์นี้ได้อย่างมาก

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ครอบครัวที่ให้การสนับสนุนทางจิตใจ และทำให้การเดินทางครั้งนี้เต็มไปด้วยความสนุกสนาน ตลอด 4 ปีที่ผ่านมา ทุกคนจะให้การสนับสนุนอย่างไม่มีเงื่อนไข ขอขอบคุณสำหรับความทุ่มเทเสียสละของทุกคน ซึ่งทำให้ดิฉันเรียนจบได้อย่างสบายใจ ขอขอบคุณสำหรับความอดทนและ

ความอบอุ่นใจในช่วงเวลาที่ยากลำบากที่สุด ซึ่งทำให้ฉันมีความกล้าหาญและความมั่นใจที่จะเผชิญกับทุกความยากลำบากสุดท้าย

สุดท้ายขอขอบพระคุณอาจารย์ชนิษฐา จิตชินะกุล อีกครั้ง ฉันโชคดีที่มีอาจารย์ที่ปรึกษาที่มีความรับผิดชอบและใส่ใจ ตลอดช่วงที่เรียนปริญญาโทที่ผ่านมา อาจารย์ไม่เพียงแต่สอนวิชาการให้ฉันอย่างอดทนเท่านั้น แต่ยังสอนหลักการและบทเรียนมากมายเกี่ยวกับชีวิตและวิธีปฏิบัติตนอีกด้วย ท่านเตือนฉันเสมอว่าอย่าละเลยการเรียนแม้ในยามที่ตารางงานแน่น แต่อย่าลืมดูแลสุขภาพ วางแผนการเรียน และการทำงานให้เหมาะสมด้วย

บรรณานุกรม

Chopsticks in Chinese culture. (n.d.). *Chineseaholic*. Retrieved from

<https://www.chineseaholic.com/chopsticks-in-chinese-culture/>

Chinese Greetings in the Zuo Yi Style. (n.d.). Jinbu-scholarship Retrieved from [https://jinbu-](https://jinbu-scholarship.com/greeting/)

[scholarship.com/greeting/](https://jinbu-scholarship.com/greeting/)

Chopsticks in Chinese culture. (n.d.). Explain with an example and real-world application.

Chineseaholic. Retrieved from <https://www.chineseaholic.com/chopsticks-in-chinese-culture/>

Hongkangwan, E. (n.d.). Manchu hairstyle. Prachatai Online. Retrieved from

<https://prachatai.com/journal/2017/11/74184>

Kamsat, T. (2020). Buppe San Nivas: The reflections on the transmission of cultural information.

Journal of Humanities and Social Sciences, Nakhon Phanom University, 10, 126–133. [in Thai].

Kasri, N. (2023). When you look over an elephant look at its tail; when you look over a girl, look at

her mother. Blogsdit Online. Retrieved from <https://www.blogsdit.com/2019/10/idiomele.html>

Laathanon, P. (2021). *The Chinese in Praphattasorn Sevikel novels and short stories* [Master's thesis,

Maharakham University]. Maharakham University Institutional Repository. Retrieved from

<http://202.28.34.124/dspace/handle/123456789/923> [in Thai]

Manomaiwiboon, P. (2011). *The Chinese community in Thailand: Multiple Chinese dialects*. Member of

the Office of Fine Arts, Royal Institute. *The Journal of the Royal Institute*. 36(4), 542–543.

Retrieved from http://legacy.orst.go.th/royin2014/upload/246/FileUpload/2466_6110.pdf

[in Thai].

- Meethong, T. et al., (2020). *The Bowring Treaty with the Economic Impact of Thailand Buddhist Era 2398*. NPRU National Academic Conference, Nakhon Pathom Rajabhat University. 12, 2656–2660. Retrieved from <https://publication.npru.ac.th/bitstream/123456789/1111/1/สนธิสัญญาเบาว์ริงกับผลกระทบทางเศรษฐกิจของประเทศไทย%20พุทธศักราช%202398.pdf> [in Thai]
- Piriyothikul, T. (2018). *Food culture in Thai literature during the early Rattakosin period* [Master's thesis, Chulalongkorn University]. Chulalongkorn University Institutional Repository. Retrieved from <https://cuir.car.chula.ac.th/dspace/handle/123456789/73367> [in Thai].
- Phra Nakhon 2410. (2023). Episode 10: Chinese auspicious day [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=gotAyFsU6m0&list>
- Phra Nakhon 2410. (2023). Episode 9: Huang has dinner with Ah Lim [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=59YT7xhwj3Q&list>
- Phra Nakhon 2410. (2023). Episode 2: Sa and Soi spoke ill of Nori behind her back [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=uBr4k6ZH3Us&list>
- Phra Nakhon 2410. (2023). Episode 5: The monk, Nori, and Grandma Tham went to the party riding in a rickshaw [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=BCT08HQYPqo&list>
- Phra Nakhon 2410. (2023). Episode 7: The situation where Noree and Luang Nop first met [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=gotAyFsU6m0&list>
- Phra Nakhon 2410. (2023). Episode 1: You called Huang "that Chinese guy" [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=uBr4k6ZH3Us&list>
- Saengsod, W. (1989). *Personal Pronouns In Thai: A Historical Study*. [Master's thesis, Chulalongkorn University]. Chulalongkorn University Institutional Repository. Retrieved from [https://Users/saimai/Downloads/Waraporn_sa_front_p%20\(4\).pdf](https://Users/saimai/Downloads/Waraporn_sa_front_p%20(4).pdf) [in Thai]
- Sangkhaphinyo, P. (n.d.). *The influence and impact of literature on society*. sss Online. Retrieved from <https://www.happyreading.in.th/article/> [in Thai]
- Santitham, N. (2020). *Representation of images of the Thai arts and cultures in the Thai soap opera* [Master's thesis, Thammasat University]. Thammasat University Digital Collections. Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:144245 [in Thai]
- Smoi. (2010). Walls have ears, doors have holes [Blog post]. Blogger. https://packloveart.blogspot.com/2010/09/blog-post_07.html

- Sribanjong, p. (2020). *Adaptation of the novel Plerng Boon into a television drama*. Journal of Communication Arts Review. 24(3), 11–29. [in Thai]
- Thandee, D. (2016). *Culture and economic behavior*. Department of Sociology and Anthropology, Faculty of Humanities, Ramkhamhaeng University. [in Thai]
- Thapmuang, A. (2019). Social and cultural impacts of the special economic development zone, Sa Kaeo Province. *Politics and Development Strategy Program, Faculty of Social Development and Environment, National Institute of Development Administration*, 23, 145–160. [in Thai]
- Thongkhuema, C. (n.d.). Dress in the Rattanakosin period. *SlideShare*. Retrieved from <https://www.slideshare.net/slideshow/ss-55862678/55862678>
- True Plook Panya Team. (2022). The origin of Thai idioms. *TruePlookpanya*. Retrieved from <https://www.trueplookpanya.com/learning/detail/24000>
- Uengsae, S., Satayopas, S., & Phunpipat, N. (2017). The social reflection and the strategy of presentation in the short story in “Koosang Koosom Magazine”. *Journal of Graduate Research*, 8(2), 129–144. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/banditvijai/article/view/107180>
- U-Pho, T. (1980). Thai musical instruments – along with – the legend of combining the mahori, piphat and string instruments. Published and distributed by the Fine Arts Department. Retrieved from <https://www.finearts.go.th/storage/contents/2020/07/file/R7mW30dWg2GdJyBdEOI09Yv1bUtfSt11Yclulpes.pdf> [in Thai]
- Xu, J. (2015). Cultural learning of Chinese students to Thai TV drama: Case study of students in Guangxi Autonomous Region. *National and International Humanities and Social Sciences Group*, 6, 25–35. [in Thai]

Factors Affecting Capital Gain Yield of Sustainable and Non-Sustainable Stocks in the Property and Construction Industry During 2015–2023

Tharathep Topun¹ Wanrapee Banchuenvijit^{2,*} and Rinrada Sangbua³

Received: April 8, 2025 Revised: November 29, 2025 Accepted: December 13, 2025

Abstract

This study investigates the factors influencing capital gain yield of sustainable and non-sustainable stocks in the real estate and construction industry of the Stock Exchange of Thailand from 2015 to 2023. The sample comprises 108 listed companies, classified according to the Thailand Sustainability Investment (THSI) list. Variables examined include the Property and Construction Industry Index (PROPCON), Gross Domestic Product (GDP), Construction Materials Price Index (CMI), Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Debt-to-Equity Ratio (DE), Net Profit Margin (NPM), firm size, firm age, and a dummy variable distinguishing sustainable from non-sustainable stocks. Descriptive statistics, correlation analysis, and multiple regression with panel data are employed. The results show that PROPCON, GDP, and ROA positively affect capital gain yield, while CMI, ROE, and the interaction between ROA and the sustainability dummy exert negative effects. The findings identify key determinants shaping capital gain yield in Thailand's real estate and construction sector.

Keyword: Capital Gain Yield, Property and Construction Sector, The Stock Exchange of Thailand

¹ Master of Business Administration in Finance Business School, The University of the Thai Chamber of Commerce

^{2,3} Business School, The University of the Thai Chamber of Commerce

* Corresponding author E-mail : wanrapee_ban@utcc.ac.th

ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหุ้นยังยืน กับหุ้นที่ไม่เป็นหุ้นยังยืนในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และ ก่อสร้าง ช่วงปี พ.ศ. 2558–2566

ธราเทพ โถบัน¹ วรณรพี บานชื่นวิจิตร^{2,*} และรินรดา แสงบัว³

วันรับบทความ: April 8, 2025 วันแก้ไขบทความ November 29, 2025 วันตอบรับบทความ: December 13, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา (Capital Gain Yield) ของหุ้นยังยืนและหุ้นไม่เป็นหุ้นยังยืนในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2558–2566 กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียนจำนวน 108 บริษัท ซึ่งจัดประเภทตามรายชื่อ Thailand Sustainability Investment (THSI) ตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ ได้แก่ ดัชนีอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (PROPCON) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (CMI) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) อัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPM) ขนาดบริษัท อายุบริษัท และตัวแปรหุ่นเพื่อจำแนกหุ้นยังยืนและหุ้นไม่เป็นหุ้นยังยืน การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยข้อมูลแบบ Panel Data ผลการวิจัยพบว่า PROPCON GDP และ ROA ส่งผลเชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา ขณะที่ CMI ROE และตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ROA กับตัวแปรหุ่นยังส่งผลเชิงลบต่อผลตอบแทนดังกล่าว ผลการศึกษาแสดงถึงปัจจัยที่กำหนดอัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างของราคาหุ้นในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างของประเทศไทย

คำสำคัญ: อัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

¹ สาขาการเงิน บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

^{2,3} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

*Corresponding author E-mail : wanrapee_ban@utcc.ac.th

บทนำ

จากภาวะโลกร้อนต่างๆ ที่เกิดขึ้นทำให้ในส่วนของประเทศไทยได้เห็นถึงความสำคัญในการช่วยให้สถานะโลกร้อนดีขึ้นตามนโยบายของสหประชาชาติ ในปี พ.ศ. 2558 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้จัดทำรายชื่อนหุ้นยั่งยืน หรือ THSI (Thailand Sustainability Investment) ซึ่งเป็นหุ้นของบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีการบริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาล (Environment, Social and Governance หรือ ESG) เพื่อเป็นอีกทางเลือกสำหรับนักลงทุนใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุน (Stock Exchange of Thailand, n.d.) โดยหุ้นที่ผ่านการประเมินจะได้จัดอยู่ใน SET THSI Index ซึ่งเป็นดัชนีเกี่ยวกับหุ้นยั่งยืน ในช่วงปี พ.ศ. 2558–2565 มีหุ้นที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเข้ารับการประเมิน อาทิเช่น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด(มหาชน) และ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จนมาถึงปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้เปลี่ยนชื่อจากรายชื่อนหุ้นยั่งยืน หรือ THSI (Thailand Sustainability Investment) เป็นหุ้นยั่งยืน SET ESG Rating พร้อมทั้งยังประกาศผลประเมินในรูปแบบ ESG Rating เป็นครั้งแรก โดยอุตสาหกรรมที่การดำเนินงานหลักของธุรกิจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง เนื่องจากอุตสาหกรรมดังกล่าวมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณที่สูง การใช้หินปูนสำหรับสำหรับผลิตในอุตสาหกรรมซีเมนต์เฉลี่ยประมาณ 70 ล้านเมตริกตัน ต่อปี ปริมาณขยะและจากเศษวัสดุ และจากศึกษาจาก CBRE ในสหรัฐอเมริกา ยังพบว่า อาคารที่ได้รับ LEED certification มักสามารถปล่อยค่าเช่าในระดับค่าเช่าที่สูงกว่าอาคารทั่วไปตั้งแต่ร้อยละ 5 ถึงร้อยละ 50 ขึ้นอยู่กับเมืองและทำเลที่ตั้ง (Rattanabanchuen, 2023) และภาคการก่อสร้างและภาคอสังหาริมทรัพย์มีมูลค่าถึง 876,376 ล้านบาท หรือสัดส่วน 5.10% ของ GDP

ในปี 2567 อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างได้มีจำนวนหุ้นที่เข้ารับการประเมิน ESG rating จำนวน 29 บริษัท ซึ่งเป็นแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน (Stock Exchange of Thailand, n.d.) แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมดังกล่าวให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมากขึ้น อีกทั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ยังมีนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน อาทิเช่น ตราสารหนี้ยั่งยืน และกองทุนรวมเพื่อความยั่งยืนโดยประเทศไทยได้มีการสนับสนุนเกี่ยวกับกองทุน ThaiESG เพื่อเป็นการลงทุนมุ่งเป้าไปที่หุ้นยั่งยืนของหุ้นที่อยู่ในประเทศไทย รวมไปถึงมีมาตรการเกี่ยวกับการลดหย่อนภาษี สูงสุด 300,000 บาท สำหรับการลงทุนในกองทุน ThaiESG (Bualuang Asset Management Co., Ltd., 2024)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจึงเป็นที่มาของการศึกษาครั้งนี้ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหุ้นยังยืนและหุ้นที่ไม่เป็นหุ้นยังยืนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ช่วงปี พ.ศ. 2558–2566

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ESG ย่อมาจาก Environmental Social and Governance ซึ่งหมายถึง การดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน ด้านสังคม เกี่ยวกับการรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน รวมถึงการดูแลพนักงาน การส่งเสริมความเท่าเทียม การเคารพสิทธิมนุษยชน และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม และด้านบรรษัทภิบาล เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการองค์กรอย่างโปร่งใส มีธรรมาภิบาล ป้องกันการทุจริต และมีโครงสร้างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ แนวคิดนี้เป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

Akaswipat and Chiwakiatyinyong (2022) ได้ศึกษาอิทธิพลของอัตราส่วนมูลค่าตลาดที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100 โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า อัตราส่วนหนี้สินกับส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) ไม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์

Candio (2024) ศึกษาอิทธิพลของทัศนคติด้าน ESG และ CSR ต่อผลการดำเนินงานทางการเงินในยุโรป: การทบทวนเชิงปริมาณ โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินการด้าน ESG และผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทในยุโรป จากการศึกษาพบว่า การดำเนินการด้าน ESG มีผลเชิงลบกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และไม่มีอิทธิพลต่อราคาหุ้น

Kanokporn et al. (2021) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มหุ้นยังยืนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 25 บริษัท วิเคราะห์ข้อมูล Fixed Effect Regression พบว่า อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชีมีผลในทิศทางเดียวกันต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มหุ้นยังยืนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Ratanawarocho (2018) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการประกาศรายชื่อบริษัทที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ติดอันดับ ESG100 ต่อการตอบสนองของตลาดและผลการดำเนินงานของกิจการ โดยกลุ่มตัวอย่างจากบริษัทที่ติดอันดับ ESG100 ช่วงปี พ.ศ. 2558–2561 จำนวน 178 บริษัท ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่า การติดอันดับ ESG100 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัววัดผลการดำเนินงานทางบัญชี ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

Seanghen and Thongjeen (2023) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดัชนีราคาหุ้นกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 บริษัท ในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ช่วงปี พ.ศ. 2559–2563 ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อัตราส่วนของเงินปันผลต่อผลตอบแทน (Dividend Yield Ratio) เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดัชนีราคาหุ้นของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Sukkanit and Koowattanatianchai (2023) ได้ศึกษาผลกระทบของปัจจัยด้านเศรษฐกิจมหภาคต่อดัชนีหุ้นกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและประเทศไต้หวัน โดยค้นหาข้อมูลทุติยภูมิ ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2546–2565 และแบบจำลองถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Liner Regression) โดยผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ไม่มีผลกระทบต่อดัชนีราคา

Xu and et. (2023) ศึกษาเรื่อง ESG ของบริษัทและความยืดหยุ่นของราคาหุ้นภายใต้บริบทการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในประเทศจีน โดยใช้ข้อมูลบริษัทที่จดทะเบียนในตลาด A-share และคะแนน ESG วิเคราะห์ regression model จากการศึกษาพบว่า บริษัทที่มีคะแนน ESG สูงมีความสามารถในการฟื้นตัวของราคาหุ้นเร็วขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหุ้นยังยืนและหุ้นที่ไม่เป็นหุ้นยังยืนในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ช่วงปี พ.ศ. 2558–2566

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็นสองส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อให้สามารถตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาและผลกระทบของปัจจัยต่าง ๆ ต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา (Capital Gain Yield) โดยตัวแปรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ประกอบไปด้วย ดัชนีอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (PROPCON) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (CMI) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) อัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPM) ขนาดของบริษัท (Size) และอายุทะเบียนหลักทรัพย์

ของบริษัท (Age) ตัวแปรแทนค่าหุ้นยังยืน = 1 หุ้นไม่เป็นหุ้นยังยืน = 0 (Dummy Variable) และ อัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหลักทรัพย์

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาใช้เพื่ออธิบายลักษณะพื้นฐานของข้อมูลที่ศึกษา โดยนำเสนอค่าทางสถิติต่างๆ เช่น ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) มัธยฐาน (Median) ของตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานและระบุความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อตัวแปรตาม แต่เนื่องจากข้อมูลเป็น Panel จึงต้องมีการทดสอบ Random Effect และ Fixed Effect เพื่อเลือกใช้แบบจำลองที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป โดยใช้รูปแบบจำลองดังนี้

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 Propcon_{it} + \beta_2 CPI_{it} + \beta_3 GDP_{it} + \beta_4 CMI_{it} + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 ROE_{it} + \beta_7 DE_{it} + \beta_8 NPM_{it} + \beta_9 Dummy_{it} + \beta_{10} (ROA \times Dummy)_{it} + \beta_{11} (ROE \times Dummy)_{it} + \beta_{12} (DE \times Dummy)_{it} + \beta_{13} (NPM \times Dummy)_{it} + \beta_{14} SIZE_{it} + \beta_{15} AGE_{it} + E_{it}$$

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะของตัวแปรที่ใช้ในแบบจำลอง โดยพิจารณาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าต่ำสุด (Min) และค่าสูงสุด (Max) ประกอบไปด้วย ดัชนีอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (PROPCON) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (CMI) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) อัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPM) ขนาดของบริษัท (Size) และอายุทะเบียนหลักทรัพย์ของบริษัท (Age) จำนวน 823 ชุดข้อมูล

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

Variable	Mean	Median	S.D.	Min	Max
PROPCON	124.42	117.64	17.698	94.370	151.79
CMI	106.27	100.40	9.9812	97.300	122.90
GDP	16.089	16.180	1.2909	13.530	17.920
ROA	3.0200	2.5300	6.4479	-53.320	31.730
ROE	3.5390	6.3050	64.711	-1809.9	69.290
NPM	-0.74375	6.6350	111.28	-3090.1	94.480
DE	1.4470	1.1000	1.8984	-17.450	34.970
Size	4.0630	4.0503	0.62527	2.4877	5.9574
Age	22.844	22.000	10.022	1.0000	49.000
Capital Gain Yield	-0.88859	-8.5498	46.490	-82.000	523.08

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

จากผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาตารางที่ 1 พบว่า ดัชนีอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (PROPCON) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 124.42 จุด มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 94.370 จุด และมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 151.79 จุด ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (CMI) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 106.27 จุด มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 97.300 จุด มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 122.90 จุด ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 16.089 ล้านบาท มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 13.530 ล้านบาท และมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 16.180 ล้านบาท อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 3.0200 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ -53.320 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 31.730 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 3.5390 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ -1809.9 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 69.290 อัตรากำไรสุทธิ (NPM) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ -0.74375 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ -3090.1 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 94.480 และหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 1.4470 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ -17.450 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 34.970 ในส่วนของตัวแปรควบคุมพบว่า ขนาดของบริษัท (Size) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.0630 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 2.4877 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 5.9574 อายุจดทะเบียนหลักทรัพย์ของบริษัท (Age) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 22.844 ปี มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 1.00 ปี มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 49.00 ปี

และในส่วนของตัวเองแปรตามพบว่า อัตราการผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา (Capital gain yield) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ-0.88859 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ -82.000 และมีค่าสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 523.08

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุม (Correlation)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุม (Correlation)

Variable	PropconInd	CMI	GDP	ROA	ROE	NPM	DE	Size	Age	Capital Gain Yield
PropconInd	1.0000	0.4954	0.5165	-0.0948	-0.0290	-0.0578	0.0143	0.0423	-0.1074	0.1675
CMI		1.0000	0.7594	-0.0783	-0.0767	-0.0075	0.0302	0.0317	-0.1274	-0.0991
GDP			1.0000	-0.1017	-0.0683	-0.0089	0.0047	0.0492	-0.1334	-0.1525
ROA				1.0000	0.2858	0.1949	-0.2409	0.0968	-0.0839	0.2317
ROE					1.0000	0.0507	0.2399	0.0633	0.0003	0.0362
NPM						1.0000	-0.1013	0.0687	-0.0197	-0.0130
DE							1.0000	0.1851	0.0070	-0.0428
Size								1.000	0.3178	-0.0309
Age									1.0000	-0.0358
Capital Gain Yield										1.0000

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ Variance Inflation Factor (VIF)

Variable	VIF
PROPCON	1.429
CMI	2.463
GDP	2.549
ROA	1.333
ROE	1.235
NPM	1.052
DE	1.279
Size	1.228
Age	1.184

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

จากตารางที่ 2 การศึกษาี้ได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรควบคุม (Correlation) พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใด > 0.8 หรือ < -0.8 และจากตารางที่ 3 เป็นการวิเคราะห์การตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดย VIF ต้องมีค่าน้อยกว่า 10 จึงจะไม่มีปัญหา Multicollinearity โดยตัวแปรที่ทำการทดสอบทั้งหมด ไม่มีตัวแปรใดมีค่ามากกว่า 10 จึงสามารถนำตัวแปรไปทำการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณต่อไปได้

3. การวิเคราะห์สมการเชิงถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

งานวิจัยนี้ต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหุ้นที่ยั่งยืนกับหุ้นที่ไม่เป็นหุ้นยั่งยืนในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ในช่วงปี พ.ศ. 2558–2566 ภายใต้สมมุติฐานว่า มีปัจจัยใดที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหุ้นที่ยั่งยืนกับหุ้นที่ไม่เป็นหุ้นยั่งยืนในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยใช้วิธี Panel Data ซึ่งมีการวิเคราะห์ Random Effect และ Fixed-Effects Model ตามลำดับ พบว่า ผลของ Fixed-effect มี p-value มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายถึง ไม่มีนัยสำคัญ จึงทำให้แบบจำลอง Pool OLS เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณจากแบบจำลองของงานวิจัย (Pool OLS)

Variable	Coefficient	Std. error	T-ratio	p-value
Const	22.33	19.63	1.13	0.25
PROPCON	1.10	0.12	9.52	1.83e-20***
CMI	-1.46	0.19	-7.73	3.27e-14***
GDP	2.87	0.61	4.72	2.76e-06***
ROA	2.28	0.27	8.29	4.41e-16***
ROE	-0.05	0.02	-2.2	0.03 **
NPM	-0.02	0.01	-1.13	0.26
DE	1.52	0.89	1.71	0.08
Size	-4.59	2.84	-1.62	0.11
Age	0.01	0.16	0.06	0.94
Dummy	1.19	10.17	0.11	0.91
ROAxDummy	-3.51	1.73	-2.02	0.04**
ROExDummy	1.07	0.79	1.35	0.17
NPMxDummy	0.22	0.31	0.73	0.46
DExDummy	-1.76	4.13	-0.42	0.66

ค่า R-squared เท่ากับ 0.1946

, * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.01

ที่มา: Analyzed and concluded by the authors

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหุ้นยังยืนกับหุ้นที่ไม่เป็นหุ้นยังยืนในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ในช่วงปี พ.ศ. 2558–2566 โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับอัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการเชิงพหุคูณ (Multiple Regression analysis) พบปัจจัยที่ส่งผลต่อส่วนต่างราคาทั้งหมด 6 ตัวแปร และค่า R-squared เท่ากับ 0.1946 หรือ 19.46% โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ดัชนีอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (PROPCON) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา (Capital gain yield) อย่างมีนัยสำคัญ เมื่อดัชนีอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนส่วนต่างราคาเพิ่มขึ้นตาม เนื่องจากการที่ดัชนีเพิ่มสูงขึ้นมาจากราคาของหลักทรัพย์ที่อยู่ในดัชนีอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้บริษัทในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีอัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา (Capital gain yield) ที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ (Seanghen & Thongjeen, 2023) ศึกษาพบว่า อัตราส่วนเงินปันผลตอบแทนมีผลกระทบต่อดัชนีอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (CMI) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา (Capital gain yield) อย่างมีนัยสำคัญ เมื่อดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นส่งผลให้อัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาลดลง อาจเกิดจากความกังวลด้านต้นทุนของบริษัทในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จึงส่งผลให้หุ้นปรับราคาลดลง แต่จากการศึกษาของ (Thakdanai, 2018) พบว่าดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างไม่ส่งผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างในประเทศไทย

3. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไทย (GDP) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา (Capital gain yield) อย่างมีนัยสำคัญ เมื่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาเพิ่มขึ้น เมื่อ GDP เพิ่มขึ้นแสดงขึ้นเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดีขึ้น ลูกค้าของกลุ่มอุตสาหกรรมหรือนักลงทุนที่สนใจในอุตสาหกรรม มีรายได้ กำลังการซื้อ และเงินในการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Saraphon, 2022) พบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศมีอิทธิพลต่อราคาหุ้นสามัญ

4. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา (Capital gain yield) อย่างมีนัยสำคัญ เมื่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เพิ่มสูงขึ้นทำให้อัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหลักทรัพย์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากบริษัทใช้สินทรัพย์เพื่อสร้างกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีแนวโน้มที่ราคาหุ้นจะเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Ratanawarocho, 2018) ศึกษาพบว่า อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีความสำคัญเชิงบวกต่อการตอบสนองของตลาดและผลการดำเนินงานของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญ

5. อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา (Capital gain yield) อย่างมีนัยสำคัญ เมื่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นสูงขึ้น ทำให้อัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหลักทรัพย์ลดลง เนื่องจากบริษัทในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีหนี้ในระดับสูง นักลงทุนจึงอาจเกิดความกังวล อย่างไรก็ตาม จากงานวิจัยของ (Maiwattana, 2011) ศึกษาพบว่า อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาหุ้น

6. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์กับ Dummy (ROAxDummy) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา (Capital gain yield) อย่างมีนัยสำคัญ เมื่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของหุ้นยั่งยืนเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ส่วนต่างราคาของหลักทรัพย์ลดลง เนื่องจากของการที่บริษัทมีนโยบาย ESG ทำให้บริษัทมีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น ทำให้กำไรสุทธิลดลง ส่งผลให้ราคาของหุ้นปรับตัวลดลง จากงานวิจัยของ (Kanokporn et al., 2024) พบว่าอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ไม่มีส่งต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มหุ้นยั่งยืน

ส่วนตัวแปรที่ไม่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา (Capital Gain Yield) ของกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบไปด้วย อัตรากำไรสุทธิ (NPM) หนี้สินต่อส่วนของเจ้าของ (DE) ขนาดของบริษัท (Size) และอายุจดทะเบียนหลักทรัพย์ของบริษัท (Age)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหุ้นยั่งยืนและหุ้นไม่ยั่งยืนในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ในช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2566 การเข้าร่วมหุ้นยั่งยืนและไม่เข้าร่วมหุ้นยั่งยืนไม่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคา สำหรับนักลงทุนที่สนใจลงทุนในหุ้นของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง สามารถนำผลของการศึกษานี้ไปช่วยตัดสินใจในการลงทุน โดยปัจจัยภายนอกนักลงทุนอาจให้ความสำคัญที่ดัชนีอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ มีการปรับตัวสูงขึ้น แสดงให้เห็นว่าหุ้นในอุตสาหกรรมฯ กำลังปรับขึ้น ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาเพิ่มขึ้น แต่หากดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น จะทำให้อัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาลดลง ขณะที่ปัจจัยภายใน นักลงทุนควรคัดเลือกหุ้นในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่มีอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) สูงเพื่อให้นักลงทุนได้รับผลตอบแทนที่คาดหวังจากส่วนต่างราคาที่สูง สำหรับผู้บริหารของบริษัท การบริหารสินทรัพย์ของบริษัท ได้อย่างมีประสิทธิภาพในการสร้างผลกำไร จะทำให้ราคาหุ้นปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้บริษัทมีอัตราส่วนกำไรจากส่วนต่างราคาสูงขึ้น แต่ต้องพิจารณา ในด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) ที่มีหนี้ ในระดับสูง อาจส่งผลให้อัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาลดลง และอัตราผลตอบแทนจาก

สินทรัพย์ของหุ้นยั่งยืน ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาลดลง เนื่องจากต้นทุนในการทำกิจกรรมนโยบาย ESG ค่อนข้างสูง

ข้อจำกัดของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดหลายประการที่ควรพิจารณาในการตีความผลลัพธ์ โดยงานวิจัยมุ่งศึกษาบริษัทเฉพาะในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเท่านั้น ทำให้ผลการวิจัยไม่สามารถสรุปอ้างอิงไปยังอุตสาหกรรมอื่นได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้ การจำแนกหุ้นยั่งยืนและหุ้นไม่เป็นหุ้นยั่งยืนอาศัยรายชื่อ TSI ผ่านตัวแปรแบบทวิภาค ซึ่งอาจไม่สะท้อนระดับความเข้มแข็งด้าน ESG ของบริษัทแต่ละแห่งได้อย่างครบถ้วน

บรรณานุกรม

- Akartwipart, A., & Cheewakiatyingyong, D., (2022). Influence of Market Value Ratio to Stock Price Change in the Securities of Listed Companies in The Stock Exchange of Thailand, SET100. *KKU Research Journal (Graduate Studies) Humanities and Social Sciences*, 10(2), 33–46. [in Thai]
- Bualuang Asset Management Co., Ltd. (2024). *Tax-saving fund recommendations*. Bualuang Asset Management. Retrieved December 11, 2025, from https://www.bblam.co.th/investor-services/tax-saving?utm_source=google&utm_medium=search&utm_campaign=tax_saving&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAmrS7BhBJEiwAei59i1g_MJ8D_c_ZNiNMGNvJEZht72RMGya4Qmj7H6wvKYpUnadWqiPGVBoC_dwQAvD_BwE [in Thai]
- Candio, P. (2024). The effect of ESG and CSR attitude on financial performance in Europe: A quantitative re-examination. *Journal of Environmental Management*, 354, 120390. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.120390>
- Rattana-amphon, K., Supongphat, T., & Pongphat, A. (2021). Factors affecting the stock prices of sustainable stocks in the Stock Exchange of Thailand. *Journal of Buddhist Education and Research*, 7(3), 63–75. [in Thai]

- Ratanawarocho, R. (2018). *The impact of Environment Social and Governance rating (ESG100) announcement on market reaction and firm performance* [Master's thesis]. Thammasat University. <https://doi.org/10.14457/TU.the.2018.894> [in Thai]
- Rattanabanchuen, R. (2023, September 27). ESG: A sustainable investment trend in the real estate and construction sectors. *SET Investnow*. [in Thai]
<https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/409-iaa-esg-propcon-2023>
- Saraphon, C. (2022). The factor of stock price affection in the energy and utilities industry of Thailand: A case study of Global Power Synergy Public Company Limited [Master's thesis abstract, Ramkhamhaeng University]. Retrieved from https://www.mbafin-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2565-1-2_1692598926.pdf [in Thai]
- Seanghen, T., & Thongjeen, C. (2023). Factors affecting the stock price of property and construction sector in the Stock Exchange of Thailand. *Northern Academic Journal*, 10(1), 73–82. [in Thai]
- Stock Exchange of Thailand. (n.d.). ESG ratings. *SET Sustainability*. [in Thai]. Retrieved December 11, 2025, from <https://setsustainability.com/ESG-ratings> [in Thai]
- Stock Exchange of Thailand. (n.d.). Return on equity. *SET Investnow*. [in Thai]. Retrieved December 11, 2025, from <https://www.setinvestnow.com/th/glossary/return-on-equity?lang=en> [in Thai]
- Sukkanit, P., & Koowattanatianchai, N. (2023). Impact of macroeconomic factors on the electronic index: Thailand vs. Taiwan. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(5), 30. [in Thai]
- Thakdanai V. (2018). Economic factors affecting the property and construction industry stock index in Thailand (Master's independent study, University of the Thai Chamber of Commerce).
- Maiwattana, W. (2011). The relationship between changes in return on assets (ROA), return on equity (ROE), and the debt-to-equity ratio and changes in share prices of companies in the finance and securities industry (Independent study No. 121980). Thammasat University.

ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างราคาของหุ้นยังยืนกับหุ้นที่ไม่เป็นหุ้นยังยืนในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และ
ก่อสร้าง ช่วงปี พ.ศ. 2558–2566

Xu N., Chen J., Zhou F., Dong Q., & He Z. (2023). Corporate ESG and resilience of stock prices in the
context of the COVID–19 pandemic in China. Pacific–Basin Finance Journal, 79,102040.
<https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2023.102040>

UTCC
ANNIVERSARY

62nd



UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ (662) 697-6000 โทรสาร (662) 276-2126
126/1 Vibhavadee-Rangsit Rd., Dindaeng, Bangkok 10400, Thailand
Tel. (662) 697-6000 Fax. (662) 276-2126



มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย UTCC

Line id : @UTCC

www.utcc.ac.th