

## Unusannakir

วารสาร MBA-KKU ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2568) ฉบับนี้ นำเสนอองค์ความรู้เชิงประจักษ์ที่สะท้อนภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นกลไกในการขับเคลื่อนองค์กรที่สำคัญ โดยเนื้อหาทั้ง 8 บทความในวารสารฉบับนี้ แม้จะมีความหลากหลายในกลุ่มตัวอย่าง และระเบียบวิธีวิจัย แต่สามารถสะท้อนถึง “พลวัตแห่งการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล” ใน 3 มิติหลักที่เชื่อมโยงผลการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ 1) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเทคโนโลยี 2) การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ขององค์กรและภาคธุรกิจ และ 3) ศักยภาพของปัญญาประดิษฐ์ ดังนี้

**มิติที่หนึ่ง : ปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเทคโนโลยี**

บทความกลุ่มแรกได้นำเสนอปัจจัยเชิงจิตวิทยา และพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัล ได้แก่บทความเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผล ต่อการใช้บริการชำระเงินแบบไร้สัมผัสของประชากรในกรุงเทพมหานคร” และบทความเรื่อง “ผลกระทบของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่มี ต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคาร พาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา” โดยทั้งสองบทความนี้ ต่างยืนยันประสิทธิผลของ การยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทัศนคติ ความไว้วางใจ การรับรู้ถึงประโยชน์ และความง่ายในการใช้งาน เป็นตัวแปรสำคัญที่ผลักดันให้ผู้บริโภคเปิดรับนวัตกรรม การเงิน ขณะที่การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ต้องบริหารจัดการ อย่างรอบคอบ ในขณะเดียวกัน บทความเรื่อง “อิทธิพลของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ และทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจซื้อสมาร์ทวอตช์ของผู้บริโภคในประเทศไทย” ได้เสนอว่า คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อ แต่การตัดสินใจนั้นจะถูกส่งผ่าน “ทัศนคติของผู้บริโภค” ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรกลาง ที่นักการตลาดต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่ง ประเด็นนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่าความสำเร็จ ของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ขึ้นอยู่กับความเข้าใจในมิติ ความเป็นมนุษย์ (Human Dimension) เป็นรากฐานสำคัญ

**มิตที่สอง :** การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ขององค์กรและภาคธุรกิจ

บทความกลุ่มที่สอง ได้เปลี่ยนมุมมองจากการยอมรับในระดับปัจเจกบุคคล ไปสู่การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ในระดับองค์กรและอุตสาหกรรม ได้แก่บทความเรื่อง “อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดรูปแบบใหม่ (4E’s) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำผ่านแพลตฟอร์มของเทียวบินและที่พักของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล” จึงแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากการตลาดแบบดั้งเดิม (4P’s) ไปสู่การมุ่งสร้างประสบการณ์ (Experience) และปฏิสัมพันธ์ (Engagement) ซึ่งตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคมิลเลนเนียลได้ดีกว่า สอดคล้องกับบทความเรื่อง “คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ บริษัทโทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา” ที่เน้นย้ำว่า มิติเชิงคุณภาพ เช่น การเอาใจใส่และการสร้างความมั่นใจ ยังคงเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการรักษาลูกค้าในระยะยาว ขณะที่บทความเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อทักษะดิจิทัลของข้าราชการกรมสรรพากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ได้ยืนยันถึงการเปลี่ยนผ่านไม่ได้จำกัดอยู่แค่ภาคเอกชน แต่ยังต้องการการสนับสนุนเชิงโครงสร้างจากองค์กรภาครัฐในการพัฒนาบุคลากรให้พร้อมรับมือกับโลกยุคใหม่อีกด้วย นอกจากนี้ บทความเรื่อง “The Study of Customer Journey Affecting Decision to Purchase Secondhand Clothing on Instagram” ได้นำเสนอกรณีศึกษาเส้นทางผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้ามือสองที่น่าสนใจอย่างยิ่ง ซึ่งสะท้อนการเกิดขึ้นในระบบนิเวศทางธุรกิจและจุดสัมผัส (Touchpoint) รูปแบบใหม่บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ดังเช่น อินสตาแกรม (Instagram)

**มิตที่สาม :** ศักยภาพของปัญญาประดิษฐ์

บทความลำดับสุดท้าย คือบทความเรื่อง “A Comparative Analysis of Brand Personality of Mobile Network Operators in Thailand and Philippines Using LLM-as-a-Judge: A Case Study of AIS and Globe” ได้ประยุกต์ใช้แบบจำลองภาษาขนาดใหญ่ (Large Language Models: LLM) ในการวิเคราะห์ปัญญาประดิษฐ์ทั้ง ChatGPT, Gemini และ DeepSeek ผลการศึกษาไม่เพียง

สะท้อนศักยภาพของปัญญาประดิษฐ์ในฐานะเครื่องมือวิเคราะห์เท่านั้น แต่ยังคงแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มในอนาคตของระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ ที่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์จะได้รับการบูรณาการในฐานะ “ผู้ช่วยนักวิจัย” (Research Assistant) เพื่อยกระดับกระบวนการสร้างองค์ความรู้ให้มีความรัดกุม เป็นระบบ และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

โดยสรุปบทความทั้ง 8 เรื่องในวารสารฉบับนี้ ได้นำเสนอภาพสะท้อนของการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลในบริบทสังคมไทย ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนและต้องอาศัยความเข้าใจเชิงลึกในหลากหลายมิติ องค์ความรู้ที่ได้จากบทความเหล่านี้ จึงมีคุณูปการต่อการประยุกต์ใช้เพื่อการบริหารจัดการและพัฒนาองค์กรทั้งในภาคธุรกิจและภาครัฐให้สามารถก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืน

ยิ่งไปกว่านั้น เพื่อเสริมสร้างมิติความรู้ที่หลากหลายให้แก่ผู้อ่าน วารสารฉบับนี้ได้เริ่มจัดทำคอลัมน์ใหม่ “แนะนำหนังสือ” ซึ่งจะนำเสนอต่อเรื่องในฉบับต่อไป โดยในฉบับนี้ได้คัดสรรนำเสนอหนังสือ “The Intelligent Investor” ซึ่งเป็นหนังสือที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นหนึ่งในหนังสือที่ดีที่สุดเกี่ยวกับการลงทุน

ในนามบรรณาธิการวารสาร MBA-KKU ขอขอบคุณผู้เขียนทุกท่านเป็นอย่างสูง สำหรับการร่วมแบ่งปันองค์ความรู้ที่มีคุณค่าในครั้งนี้ พร้อมกันนี้ ขอเชิญชวนคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และนักศึกษา ร่วมส่งบทความวิจัย หรือบทความวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร MBA-KKU ฉบับต่อไป โดยบทความทุกเรื่องจะเข้าสู่กระบวนการประเมินคุณภาพตามมาตรฐานทางวิชาการ โดยผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญ (Peer Review) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อประเมินบทความให้ได้คุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน โดยท่านสามารถติดต่อส่งบทความได้โดยตรงที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/mbakkujournal/index> หรือ Scan QR Code ด้านล่าง ทั้งนี้ กองบรรณาธิการยินดีน้อมรับทุกข้อเสนอแนะ เพื่อการพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้



รองศาสตราจารย์ ดร.ปณัฏพร เรื่องเชิงชุม  
บรรณาธิการ