

บทบาทของวัฒนธรรมไทยที่ส่งผลต่อระบบโลจิสติกส์ไทย

The role of Thai culture in influencing the Thai logistics system

ชินกฤต วงศ์รักษ์

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160

*ติดต่อ: chinagrta@hotmail.com , 081-4030185

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ อธิบายบทบาทของวัฒนธรรมไทยที่ส่งผลต่อระบบโลจิสติกส์ไทยโดยการวิเคราะห์วรรณกรรมและกรณีศึกษา พบว่า วัฒนธรรมไทยหากพิจารณากับระบบโลจิสติกส์ไทยในแง่ของความยืดหยุ่น การสร้างความสัมพันธ์และการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล วัฒนธรรมแบบ "สบายๆ" หรือยืดหยุ่น ทำให้โลจิสติกส์ไทยสามารถปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ได้ดี แต่บางครั้งอาจขาดมาตรฐานที่เข้มงวด ทำให้ต้องพัฒนาเทคโนโลยีมาควบคุม อีกทั้งวัฒนธรรมความสัมพันธ์ของธุรกิจของไทยมักให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวก่อนการเจรจาธุรกิจ ส่งผลให้การจัดการห่วงโซ่อุปทานเน้นความเชื่อใจและการเป็นพันธมิตรระยะยาว วัฒนธรรมทางเทศกาลและวันหยุดทำให้พฤติกรรมการซื้อขายและส่งของขยับตามช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ หรือเทศกาลตรุษสงกรานต์ มีผลต่อปริมาณการขนส่งที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว วัฒนธรรมความสะดวกสบายและความรวดเร็วส่งผลให้ระบบโลจิสติกส์แบบ Door-to-Door หรือการส่งถึงบ้านเติบโตสูงมาก เทรนด์โลจิสติกส์นับแต่บัดนี้ จะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่เทคโนโลยีและความยั่งยืนไม่ได้เป็นเพียงทางเลือก แต่เป็น "ทางรอด" ของค้าปลีกไทย จะส่งผลต่อวัฒนธรรมการทำงานและการบริโภค ดังนั้นการพัฒนาระบบต้องคำนึงถึงบริบททางสังคมและโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงการขนส่งสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่

คำหลัก: บทบาทวัฒนธรรมไทย , ประสิทธิภาพการขนส่ง , การยอมรับเทคโนโลยี

Abstract

This article aims to describe the role of Thai culture in influencing the Thai logistics system through literature analysis and case studies. The findings indicate that, considering the flexibility, relationship-building, and adaptation to the digital age, Thai logistics exhibits a "casual" or flexible culture. This allows for effective adaptation to changing situations, but sometimes lacks strict standards, necessitating technological control. Furthermore, Thai business culture prioritizes personal relationships over business negotiations, resulting in supply chain management focused on trust and long-term partnerships. Festival and holiday culture influences purchasing behavior and gift-giving during peak seasons, such as New Year or sales, leading to rapid increases in transportation volume. The culture of convenience and speed has driven significant growth in door-to-door delivery logistics. Going forward, logistics trends will represent a

crucial turning point where technology and sustainability are not merely options but necessitates survival for Thai retail. This will impact work and consumption cultures. Therefore, system development must consider the social context and infrastructure to ensure that goods transportation aligns with modern consumer behavior.

Keywords: The role of Thai culture , transportation efficiency , technology adoption

1. บทนำ

วัฒนธรรมไทยมีบริบทที่กว้าง เมื่อพิจารณาเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวกับการส่งผลกระทบต่อระบบโลจิสติกส์ไทยแล้ว วัฒนธรรมการทำงานและการบริโภคก็ต้องการปรับตัว [1] จากการที่ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับที่ 34 ของโลก จากทั้งหมด 139 ประเทศ ในรายงาน Logistics Performance Index (LPI) 2023 ของธนาคารโลก (World Bank) โดยได้คะแนนรวม 3.50 คะแนน ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 3 ของอาเซียน รองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย [2] รัฐบาลได้วางแนวทางการดำเนินการเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นประตูการค้าที่สำคัญของภูมิภาคในอนาคต โดยมีการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น แม้ตัวเลขจะเป็นเรื่องของเศรษฐกิจ แต่เบื้องหลังความสำเร็จและอุปสรรคมีมิติทางวัฒนธรรมแฝงอยู่ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อระบบโลจิสติกส์ในด้านต่างๆ อาทิ ด้านของความยืดหยุ่น การสร้างความสัมพันธ์ (Relationship-based) และการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลในวัฒนธรรมไทย ความไวต่อเนื้อหาใจมักเกิดจากการรู้จักมักคุ้นและการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัว แต่ในยุคโลจิสติกส์ดิจิทัลเราต้องนำเทคโนโลยีมาสร้างความเชื่อใจบนข้อมูลแทน เช่น การเติบโตของอีคอมเมิร์ซที่เน้นบริการรวดเร็วและบริการเก็บเงินปลายทาง (COD) อันเนื่องมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทยชอบการจ่ายเงินปลายทาง เพราะต้องการความมั่นใจและกลัวการถูกโกง ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมการระมัดระวังและความต้องการความมั่นใจ การพัฒนาระบบต้องคำนึงถึงบริบททางสังคมและโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงการขนส่งสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่

2. บริบททางสังคมและโครงสร้างพื้นฐาน

บริบททางสังคมไทยปัจจุบันเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ที่ร่วมกันสร้างสังคมไทยและกำลังก้าวสู่สังคมเมือง [3] ความหลากหลายทางชาติพันธุ์นี้ลึกซึ้งเข้าไปกับประวัติศาสตร์และภูมิศาสตร์ของประเทศ โดยมีกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองมากกว่า 40-70 กลุ่ม อาศัยอยู่กระจายตัวทั่วประเทศ โดยมีรากฐานความเชื่อทางศาสนาพุทธ ซึ่งเป็นศูนย์กลางของวิถีชีวิตไทย ทั้งคติความเชื่อ ประเพณี เช่น การทำบุญตักบาตร ประเพณีสงกรานต์ การบวช [4] สังคมไทยกับวัฒนธรรมไทยต่างเกี่ยวพันกัน จึงยังดำรงอยู่ได้ถึงแม้วัฒนธรรมต่างชาติจะเข้ามามีอิทธิพลอยู่ตลอดเวลา ก็ไม่สามารถลบล้างประเพณี และความเชื่อในหลักพุทธศาสนาไปได้อย่างหมดสิ้น อีกทั้งยังมีการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์และความผูกพันในเครือญาติร่วมด้วย ปัจจุบันโครงสร้างครอบครัวเปลี่ยนเป็นขนาดเล็กเพิ่มมากขึ้น และสังคมไทยต้องเผชิญความท้าทายจากสังคมสูงวัย ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และอิทธิพลวัฒนธรรมตะวันตกที่เข้ามาผสมผสานจนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้สังคมไทยมีระบบความสัมพันธ์อย่างเป็นระเบียบของกลุ่มคนและสถาบันทางสังคมเช่น ครอบครัว การศึกษา การเมือง เศรษฐกิจ ควบคู่กับสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ เช่น คมนาคม พลังงาน การสื่อสาร ซึ่งเป็นหลักฐานสำคัญในการจัดระเบียบสังคมให้มีเสถียรภาพและพัฒนาไปสู่ความเจริญก้าวหน้า โดยมีโครงสร้างพื้นฐานเป็นปัจจัยหนุนที่ช่วยให้โครงสร้างทางสังคมทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากโครงสร้าง

พื้นฐานดี เช่น คมนาคมสะดวกจะส่งผลให้บริบททางสังคมและเศรษฐกิจพัฒนาและเคลื่อนที่ทางสังคมได้ดีขึ้น

บริบททางสังคมมีผลกระทบเป็นอย่างสูงต่อระบบโลจิสติกส์ โดยขับเคลื่อนผ่านพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการการความรวดเร็วและสินค้าหลากหลาย การเติบโตของเมืองที่สร้างปัญหาจราจรและพื้นที่จำกัด การจราจรที่ติดขัดและพื้นที่ที่จำกัดในเมืองใหญ่ ส่งผลให้ต้องมีการปรับใช้รูปแบบการขนส่งที่เล็กและคล่องตัวขึ้น เช่น จักรยานยนต์ หรือศูนย์กระจายสินค้าขนาดเล็ก ตลอดจนความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมที่ผลักดันให้เกิด Green Logistics ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อต้นทุน การเลือกสถานที่ตั้ง และรูปแบบการขนส่ง บริบททางสังคมไม่ได้เพียงแค่กำหนดความต้องการ แต่ยังเป็นแรงบีบคั้นให้ระบบโลจิสติกส์ต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของคนในสังคมได้อย่างเหมาะสมและมีต้นทุนที่เหมาะสม

3. บทบาทวัฒนธรรมไทยที่มีผลต่อระบบโลจิสติกส์

ธุรกิจของไทยมักให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวก่อนการเจรจาธุรกิจ ส่งผลให้การจัดการห่วงโซ่อุปทานเน้นความเชื่อใจและพันธมิตรระยะยาว การมีคู่ค้าที่รู้จักกันมานานจะช่วยให้การเจรจาเงื่อนไข การยืดหยุ่นเวลาส่งสินค้า หรือการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าทำได้รวดเร็วกว่าการคุยผ่านสัญญาเพียงอย่างเดียว อีกทั้งความต้องการความสะดวกสบายและความรวดเร็วส่งผลให้ระบบโลจิสติกส์แบบ Door-to-Door หรือการบริการขนส่งสินค้า พัสดุ หรือเอกสาร โดยผู้ให้บริการจะมารับสินค้าจากสถานที่ต้นทางตามที่ผู้ส่งกำหนด และดำเนินการจัดส่งไปยังปลายทางจนถึงมือผู้รับปลายทางสูงมาก [5] ความเชื่อใจในสินค้าและความนิยมการจ่ายเงินเมื่อเห็นสินค้า ส่งผลให้บริษัทโลจิสติกส์ต้องจัดการระบบการจัดการเงินสด (Cash-on-Delivery) ควบคู่กับการขนส่งนั้นคือการบริการเก็บเงินปลายทาง การพัฒนาระบบชำระเงินที่ไร้รอยต่อ และการฝึกอบรมพนักงานส่งสินค้าให้เป็น "ทูตทางวัฒนธรรม" ที่ส่งมอบ

ความน่าเชื่อถือถึงหน้าบ้าน เพราะในสายตาคนไทย พนักงานส่งของไม่ใช่แค่คนขับรถ แต่คือผู้เชื่อมโยงความสุขจากการซื้อขาย อีกทั้งระบบโลจิสติกส์ไทยในปัจจุบันเน้นการผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่น วัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในช่วงเทศกาลและวันหยุด พฤติกรรมการซื้อสินค้าและส่งของขวัญ เช่น ปีใหม่ หรือเทศกาลลดราคา มีผลต่อปริมาณการขนส่งที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หากเกิดเหตุสุดวิสัยคนไทยมีลักษณะ "อะลุ่มอล่วย" และมีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าสูง ซึ่งเป็นประโยชน์มากในงานขนส่งที่มักเจอเหตุไม่คาดฝัน เช่น รถเสียหรือเส้นทางปิด ทำให้ระบบโลจิสติกส์ไทยมีความยืดหยุ่นสูงกว่าหลายประเทศที่เน้นกฎระเบียบ คนไทยสามารถปรับตัวเข้ากับ Digital Platform ได้เร็วมาก เช่น LINE หรือ App สั่งอาหาร ทำให้ระบบ Last-mile Delivery ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายของ [6] การเคลื่อนย้ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากศูนย์กระจายการขนส่งสุดท้ายไปยังปลายทางที่กำหนด เพื่อส่งมอบให้กับผู้รับหรือลูกค้าปลายทางอย่างรวดเร็ว คุ่มค่า และเชื่อถือได้มากที่สุด ทำให้กระบวนการจัดส่ง ในไทยเติบโตแบบก้าวกระโดด เพราะผู้บริโภคคาดหวังความสะดวกสบายและความรวดเร็วตามวิถีชีวิตคนเมืองสมัยใหม่

4. ประสิทธิภาพการขนส่ง

วัฒนธรรมไทยส่งผลต่อประสิทธิภาพการขนส่งทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ โดยสามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ อาทิ ความยืดหยุ่นและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (Agility & Flexibility) ตัวอย่างเช่น พนักงานขับรถและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยมีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าสูงเมื่อเกิดเหตุไม่คาดฝัน เช่น รถติดอย่างหนัก อุบัติเหตุ หรือทางปิด ความสามารถในการปรับเปลี่ยนเส้นทางหรือวิธีการจัดส่งได้ทันทีช่วยให้สินค้าถึงมือลูกค้าได้แม้ในสถานะที่ไม่เอื้ออำนวย มีผลต่อประสิทธิภาพช่วยให้ระบบขนส่งสามารถรักษาความต่อเนื่องของโซ่อุปทานได้ดีในภาวะวิกฤตจัดเป็นการส่งผลในเชิงบวก วัฒนธรรม "ความเกรงใจ" กับความถูกต้องของข้อมูลอาจส่งผลด้าน

ลบ เพราะความเกรงใจอาจทำให้พนักงานไม่กล้ารายงานปัญหา หรือความล่าช้าให้หัวหน้าหรือลูกค้าทราบทันที เพราะกลัวจะถูกตำหนิส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ ทำให้ข้อมูลในระบบติดตาม (Tracking) ไม่ตรงกับความจริง ซึ่งส่งผลกระทบต่อการวางแผนทรัพยากรในขั้นตอนต่อไป เช่น การเตรียมกำลังคนรอรับสินค้าในคลัง หรือระบบอุปถัมภ์และความไว้วางใจ (Trust-based Collaboration) อาจส่งผลในด้านบวก เพราะการทำงานในไทยเน้นความสัมพันธ์ส่วนตัว หากมี "คอนเนกชัน" ที่ดี คู่ค้าจะให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษ เช่น การเร่งด่วนกรณีสินค้าขาดแคลน หรือการอนุญาตให้จอดรถในพื้นที่จำกัด ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทำให้ลดขั้นตอนทางธุรการที่ซับซ้อนและเพิ่มความเร็วในการตัดสินใจ (Lead Time) เมื่อเทียบกับการทำงานที่ยึดตามสัญญา (Contract-based) เพียงอย่างเดียว เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคและความคาดหวัง "ความสะดวก" คนไทยคุ้นเคยกับวัฒนธรรม "ของกินของใช้ต้องได้ทันที" และชอบการสั่งซื้อผ่านโซเชียลมีเดีย ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพผลักดันให้ผู้ให้บริการต้องเพิ่มประสิทธิภาพในส่วนของ Last-mile Delivery จนทำให้ไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีระบบส่งพัสดुरายวันที่มีประสิทธิภาพสูงและราคาถูกเป็นอันดับต้นๆ ในภูมิภาค อุปสรรคจากเทศกาลและวิถีชีวิต (Seasonality Impact) เช่นช่วงสงกรานต์หรือปีใหม่ แรงงานในระบบขนส่งมักลากลับภูมิลำเนาจำนวนมาก และมีการปิดถนนสำคัญ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดส่งจะลดลงอย่างมีนัยสำคัญในช่วงดังกล่าว หากผู้ประกอบการไม่วางแผนใช้เทคโนโลยีหรือเตรียมแรงงานสำรองไว้ล่วงหน้า

5. อิทธิพลของเทศกาลและวิถีชีวิต

เทศกาลและวิถีชีวิตแบบไทยมีอิทธิพลต่อระบบโลจิสติกส์ โดยสร้างทั้งโอกาสทางเศรษฐกิจและความท้าทายด้านการบริหารจัดการ ความเป็นสังคมเมืองก่อให้เกิดวิถีชีวิตที่เร่งรีบในเมืองใหญ่ทำให้เกิด "On-demand Logistics" หรือ [7] การขนส่งตามความต้องการ คือบริการด้านโลจิสติกส์ที่ผู้ใช้สามารถสั่งการ

ขนส่งได้ทันทีตามความจำเป็นโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ มาช่วยจับคู่ระหว่างผู้ส่งสินค้าและผู้ให้บริการขนส่ง จุดเด่นของระบบนี้คือความสะดวก ความรวดเร็ว และการตอบสนองที่ยืดหยุ่นต่อความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ อีกทั้งการมีคลังสินค้าขนาดเล็กกระจายตัวในเมือง เพื่อส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคภายในไม่กี่ชั่วโมง สอดคล้องกับพฤติกรรม "รอไม่ได้" ของคนเมืองยุคใหม่ การเข้าใจเทศกาลและพฤติกรรมเหล่านี้ จะเปลี่ยนอุปสรรคให้กลายเป็นโอกาสในการออกแบบบริการที่โดนใจผู้บริโภคมากที่สุด วัฒนธรรมไทยมีช่วงหยุดยาวที่ชัดเจน เช่น เทศกาลสงกรานต์ ปี 2568 ที่ผ่านมา [8] มีผู้เดินทางกลับภูมิลำเนาซึ่งคาดว่าจะมีจำนวนเกือบ 12 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2567 ที่มีจำนวนผู้เดินทางกว่า 11 ล้านคน ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อแรงงาน พนักงานขับรถหรือเจ้าหน้าที่คลังสินค้ามักลากลับภูมิลำเนา ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงานชั่วคราว จึงจำเป็นต้องมีระบบ Automation หรือการบริหารจัดการกะทำงานที่ยืดหยุ่นเข้ามาช่วย ความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคและของขวัญจะมียอดสูงในช่วงนี้ ทำให้ต้องมีการวางแผน Inventory Management ที่เข้มข้นเป็นพิเศษ อาจใช้ระบบ AI พยากรณ์ความต้องการสินค้าในแต่ละพื้นที่ล่วงหน้า แล้วกระจายสินค้าไปพักไว้ที่คลังสินค้าภูมิภาคก่อนช่วงเทศกาล เพื่อเลี่ยงปัญหาการจราจรติดขัดในเส้นทางหลัก จัดทำ "ธนาคารแรงงาน" หรือ Partner กับคนในท้องถิ่น เพื่อช่วยส่งของในพื้นที่ในช่วงที่พนักงานประจำลาพักผ่อนกลับบ้าน จะเป็นการยกระดับจากอันดับ 34 สู่อันดับผู้นำโลจิสติกส์ระดับโลก ด้วยการใช้เทคโนโลยีนำหน้า และมีวัฒนธรรมนำทาง เพื่อให้ทุกการขนส่งไม่ใช่แค่การส่งของ แต่เป็นการส่งต่อความสุขและโอกาสให้คนไทยทุกคน

6. การยอมรับเทคโนโลยีที่มาพร้อมความสะดวก

เทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวกลางที่ช่วยลด "ความไม่ชัดเจน" จากนิสัยคนไทย โดยเปลี่ยนความเกรงใจให้

กลายเป็น ความโปร่งใส ผ่านระบบ Tracking & Real-time Data ซึ่งเมื่อก่อนพนักงานอาจไม่กล้าบอกว่ารถเสียหรือไปไม่ทันเพราะเกรงใจ แต่ปัจจุบันมีระบบ GPS Tracking และ Telematics ที่ส่งข้อมูลตรงเข้าสู่ศูนย์ควบคุม ข้อมูลจะฟ้องตามจริงแบบ Real-time ไม่ต้องรอรายงานจากปากคน ทำให้บริหารความคาดหวังลูกค้าได้แม่นยำขึ้น หากข้อมูลไม่นิ่ง สามารถแก้ปัญหาด้วยระบบ TMS (Transport Management System) [9] เป็นระบบการจัดการการขนส่ง ทั้งเรื่องของยานพาหนะ และการดำเนินงาน รวมไปถึงการวางแผน ควบคุมพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างผลกำไร เนื่องจากวัฒนธรรมไทยมักมีการเปลี่ยนแปลงหน้างานบ่อย ระบบ TMS ช่วยจัดการวางแผนเส้นทางและยืนยันการรับ-ส่งสินค้าผ่าน Digital Signature หรือ Photo Proof ช่วยลดการใช้คำพูดหรือการจำ (ซึ่งมักคลาดเคลื่อน) เปลี่ยนเป็นการบันทึกหลักฐานดิจิทัลที่ตรวจสอบได้ทันที หากแรงงานขาดช่วงเทศกาลต่างๆ สามารถแก้ปัญหาด้วย Automation & AI เช่น ช่วงสงกรานต์หรือปีใหม่ ที่แรงงานไทยมักลากลับบ้าน คลังสินค้าสมัยใหม่เริ่มใช้ AGV (Automated Guided Vehicles) หรือแขนกลอัจฉริยะมากขึ้น ช่วยลดการพึ่งพาแรงงานคนในช่วงวิกฤต และช่วยให้ระบบโลจิสติกส์ยังเดินหน้าต่อไปได้แม้คนหน้างานจะไม่เพียงพอ เมื่อการสื่อสารคลาดเคลื่อน Chatbot และ LINE API [10] ได้กลายมาเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารของคนไทย ด้วยจำนวนผู้ใช้งานกว่า 50 ล้านคนทั่วประเทศ สามารถนำเข้ามาเชื่อมต่อกับระบบหลังบ้าน ช่วยให้ลูกค้าเช็คสถานะเองได้ ช่วยลดความขัดแย้งส่วนตัวในการตามงาน และทำให้การสื่อสารเป็นระบบระเบียบมากขึ้นโดยที่ยังคงความสะดวกในแบบที่คนไทยชอบ หรือแม้แต่ความเสี่ยงบนท้องถนน AI Camera (DMS) ใช้เทคโนโลยีนี้แก้ปัญหาได้ พนักงานขับรถไทยบางส่วนอาจมีนิสัยประมาทหรือพักผ่อนน้อย ระบบ Driver Monitoring System (DMS) จะใช้ AI ตรวจสอบใบหน้าว่ามีอาการง่วงหรือใช้มือถือขณะขับหรือไม่ช่วยลดอุบัติเหตุ และเพิ่มความปลอดภัย โดยเปลี่ยนจากการ "ตักเตือน

ด้วยคำพูด" เป็นการ "เตือนด้วยระบบเซนเซอร์" ที่เป็นกลาง

กรณีศึกษาของบริษัทชั้นนำในไทยที่นำเทคโนโลยีมาแก้ปัญหาพฤติกรรมหน้างานและเพิ่มความโปร่งใสในระบบโลจิสติกส์

1. SCG Logistics: [11] ยกระดับกระบวนการขนถ่ายสินค้า โดยการเสริมระบบอัตโนมัติเข้าไปกับกระบวนการทำงานเดิม ระบบขนถ่ายสินค้ารถบรรทุกอัตโนมัติเดิมที่การบันทึกข้อมูลหน้าคลังสินค้าอาจมีความล่าช้าจากการรอเจ้าหน้าที่หรือความผิดพลาดจากการจดบันทึกด้วยมือ ใช้เทคโนโลยีโดยนำระบบขนถ่ายสินค้ารถบรรทุกอัตโนมัติโดยใช้ AI และการตรวจจับป้ายทะเบียนรถเข้ามาใช้ ทำให้ลดขั้นตอนการทำงานของคน ลดข้อผิดพลาดในการคัดข้อมูล และช่วยให้บริษัทมีข้อมูลที่แม่นยำในการวางแผนรถบรรทุกขนส่งโดยไม่ต้องรอกดรายงานทีละคัน ซึ่งงานวิจัยของโสธยา ปิยะวรารณณ์ (2564) [16] การติดตั้งเทคโนโลยีขนถ่ายสินค้าขณะเคลื่อนที่จะช่วยลดความล่าช้าเฉลี่ยของรถบรรทุก ช่วยลดเวลาในการเดินทางเฉลี่ย และช่วยลดความยาวแถวคอยเฉลี่ยของรถบรรทุกอย่างเห็นได้ชัด

2. Flash Express: การใช้ AI และ Big Data บริหารคนและการส่งพัสดุ Flash Express เติบโตขึ้นมาเป็น [12] ยูนิคอร์นรายแรกของไทยในกลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์ โดยใช้เทคโนโลยีเป็นหัวใจหลักในการคุมคนจำนวนมาก โดยใช้เทคโนโลยีพัฒนาระบบคัดแยกสินค้าอัตโนมัติ และแอปพลิเคชันที่เชื่อมข้อมูลพนักงานขับรถเข้ากับระบบส่วนกลางแบบ Real-time ทำให้แก้ปัญหา "การบริหารงานบุคคล" ที่ซับซ้อนในไทย โดยใช้ระบบ AI คำนวณเส้นทางและเวลาทำงานที่เหมาะสมที่สุด ลดความเหลื่อมล้ำในการจ่ายงานที่อาจเกิดจากความลำเอียงส่วนตัว ทำให้ประสิทธิภาพการจัดส่งต่อคนเพิ่มสูงขึ้น

3. WHA Group: คลังสินค้าอัจฉริยะ (Smart Warehouse) คลังสินค้าขนาดใหญ่มักเจอปัญหาพนักงานสื่อสารคลาดเคลื่อนหรือหาของไม่เจอ ซึ่งเป็น

ปัญหาเชิงพฤติกรรมที่พบบ่อย การนำหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ (Automation) มาใช้ร่วมกับระบบ WMS (Warehouse Management System) เพื่อจัดการรับและจัดเก็บสินค้า ทำให้ลดการพึ่งพาแรงงานคนในช่วงที่ขาดแคลน (เช่น เทศกาลหยุดยาว) และเพิ่มความแม่นยำในการจัดเก็บสินค้าเกือบ 100% ทำให้ระบบโลจิสติกส์มีความเสถียรมากกว่าการใช้คนเพียงอย่างเดียว

4. PTT : [13] PTT Global Chemical (PTTGC) ร่วมกับ Frontis และ Microsoft เปิดตัวโครงการ “AI for Road Safety” นำนวัตกรรมปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาวิเคราะห์ภาพวิดีโอและข้อมูลแบบเรียลไทม์ เพื่อป้องกันผู้ขับขี่รถหลับในและตรวจสอบพฤติกรรมรถของรถบรรทุก ส่งเสริมความปลอดภัยในการเดินทาง และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการระบบขนส่งภายในองค์กร ผลลัพธ์เปลี่ยนจากการ “เชื่อใจพนักงาน” มาเป็นการ “ดูแลผ่านข้อมูล” ทำให้สถิติอุบัติเหตุลดลงอย่างชัดเจน และสร้างมาตรฐานความปลอดภัยใหม่ที่พนักงานต้องปฏิบัติตามระบบโดยไม่มีข้อยกเว้น

7. เทรนด์โลจิสติกส์ในปี 2026

เทรนด์โลจิสติกส์ในปี 2026 จะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่เทคโนโลยีและความยั่งยืนไม่ได้เป็นเพียงทางเลือก แต่เป็น “ทางรอด” ของค้าปลีกไทย โดยส่งผลต่อวัฒนธรรมการทำงานและการบริโภค

1. ยุคแห่ง Green Logistics และความรับผิดชอบต่อสังคม คือ [14] ยุคที่มีแนวคิดและกระบวนการในการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่เน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงความยั่งยืนในด้านทรัพยากรธรรมชาติ พลังงาน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases) แนวคิดนี้ส่งเสริมให้กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง การจัดเก็บสินค้า และการบริหารจัดการคลังสินค้า สามารถลดผลกระทบทางลบต่อโลกได้มากที่สุด ในขณะที่ยังคงประสิทธิภาพและ

ผลกำไรของธุรกิจไว้เช่นเดิม ทำให้ความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมจะกลายเป็น “วัฒนธรรมใหม่” ของทั้งธุรกิจและผู้บริโภคไทย โดยการเปลี่ยนมาใช้รถบรรทุกไฟฟ้า (EV) และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเต็มตัวเพื่อตอบโจทยกฎหมายคาร์บอน (Climate Change Act) ส่งผลต่อวัฒนธรรมของผู้บริโภคไทยจะให้ความสำคัญกับ “แบรนด์สีเขียว” มากขึ้น การเลือกซื้อสินค้าจะไม่มองแค่ราคา แต่จะมองถึง Carbon Footprint คือมองถึง [15] ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยใช้ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปล่อยออกมาเป็นฐานหลักในการคำนวณ

2. Hyper-Personalization ด้วย AI และข้อมูลแบบ Real-time การค้าปลีกจะก้าวข้ามแค่การซื้อ-ขายแบบเดิม สู่ยุคที่ระบบรู้ใจเรามากกว่าเราเอง AI จะเข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการตัดสินใจทางธุรกิจและนวัตกรรมสินค้า ไม่ใช่แค่เครื่องมือช่วยตอบแชท การวิเคราะห์ข้อมูล Big Data จะช่วยคาดการณ์ความต้องการรายบุคคลได้อย่างแม่นยำ วัฒนธรรม “รอไม่ได้” จะรุนแรงขึ้น ผู้ซื้อคาดหวังการส่งของที่เร็วระดับนาทีก (Instant Delivery) และต้องการโปรโมชั่นที่ตรงจุดเฉพาะบุคคลเท่านั้น

3. ระบบอัตโนมัติ (Automation) แก้ปัญหาขาดแคลนแรงงาน สังคมสูงวัยของไทยส่งผลให้แรงงานในระบบโลจิสติกส์หายไป ธุรกิจจึงต้องเร่งปรับตัว การใช้หุ่นยนต์ในคลังสินค้าและโดรนส่งสินค้า (Smart Drones) จะเริ่มเห็นภาพชัดเจนขึ้นในพื้นที่เฉพาะ วัฒนธรรมการทำงานในสายโลจิสติกส์จะเปลี่ยนจากงานใช้แรงงาน (Manual) ไปสู่งานเชิงเทคนิคและการควบคุมระบบดิจิทัล พนักงานขับรถจะกลายเป็นผู้ควบคุมระบบอัจฉริยะมากขึ้น

4. การเชื่อมต่อไร้รอยต่อ ไทยจะกลายเป็นจุดเชื่อมต่อ (Hub) ที่สำคัญของภูมิภาคผ่านเทคโนโลยี

ใหม่ การนำ Blockchain และ IoT มาใช้เชื่อมต่อข้อมูลข้ามประเทศ ทำให้การส่งออก-นำเข้าในระดับค้าปลีก (Cross-border E-commerce) โปร่งใสและตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน ทำให้วัฒนธรรม "ความเชื่อใจ" (Trust) ในการทำธุรกิจจะถูกเปลี่ยนจากความสัมพันธ์ส่วนตัวไปสู่ความไว้วางใจในข้อมูล (Data Trust) ที่ระบุในระบบที่ปลอมแปลงไม่ได้

5. ความยืดหยุ่นคือสกุลเงินใหม่ (Agility as Currency) ในโลกที่ความผันผวนสูง "ความเร็วและความยืดหยุ่น" จะมีค่ามากกว่าจำนวนรถบรรทุก ระบบโลจิสติกส์แบบแบ่งปัน (Shared Logistics/LTL) จะได้รับความนิยม เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งสินค้าขนาดเล็ก ธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) จะมีโอกาสแข่งขันกับเจ้าใหญ่ได้มากขึ้นผ่านแพลตฟอร์มส่วนกลาง นำไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจระดับชุมชนที่เข้มแข็งขึ้น "เป้าหมายของไทยไม่ใช่เพียงการเป็น 'ทางผ่าน' ของสินค้า แต่คือการเป็น 'ศูนย์กลางที่เข้าใจวิถีชีวิต' โดยผสมผสานความแม่นยำของเทคโนโลยีเข้ากับความยืดหยุ่นและบริการด้วยใจที่เป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย เพื่อสร้างระบบโลจิสติกส์ที่ทั้งฉลาด (Smart) และเข้าถึงใจคน (Human-centric)"

การมุ่งสู่เป้าหมายตามแผนปฏิบัติการฯ พ.ศ. 2566-2570 ของรัฐบาล จะสัมฤทธิ์ผลได้ก็ต่อเมื่อเทคโนโลยีไม่ได้ถูกนำมาใช้เพื่อ "แทนที่" ความเป็นไทย แต่ใช้เพื่อ "ยกระดับ" จุดแข็งที่เรามี การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านระบบดิจิทัล จะช่วยลดจุดอ่อนเรื่องความตรงต่อเวลา (Timeliness) และสร้างระบบการติดตามที่โปร่งใส สุดท้ายแล้ว โลจิสติกส์ของประเทศไทยในอนาคต จะไม่ใช่แค่เรื่องของความเร็วหรือรถบรรทุกที่ทันสมัย แต่คือการสร้างระบบที่ "ฉลาดด้วยเทคโนโลยีและอบอุ่นด้วยวัฒนธรรม" เพื่อพาประเทศไทยก้าวจากอันดับที่ 34 ไปสู่ศูนย์กลางการค้าที่ครองใจคนทั้งภูมิภาคอย่างยั่งยืน

8. เอกสารอ้างอิง

8.1 เว็บไซต์

- [1] mgronline (2566). *นายกฯ ปลื้มธนาคารโลกจัดอันดับประสิทธิภาพโลจิสติกส์ไทยลำดับ 3 อาเซียนอันดับ 34 ของโลก*, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://mgronline.com/politics/detail/966000041866>, เข้าดูเมื่อวันที่ 5/03/2569.
- [2] กรมประชาสัมพันธ์ (2566). *ข่าวภาครัฐ*, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/tid/179506>, เข้าดูเมื่อวันที่ 5/03/2569.
- [3] กรมประชาสัมพันธ์ (2568). *ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ในดินแดนไทย: พหุวัฒนธรรมที่ซ่อนอยู่ในภูมิภาค*, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/8/cid/31/tid/444913>, เข้าดูเมื่อวันที่ 5/03/2569.
- [4] Plookpedia (2560). *สังคัมและวัฒนธรรมไทย*, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://www.trueplookpanya.com/dhamma/content/59144>, เข้าดูเมื่อวันที่ 6/03/2569.
- [5] deliveriee (2569). *Door to Door คืออะไร เจาะลึกบริการรับ-ส่งของถึงหน้าบ้าน*, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://www.deliveriee.com/th/logistics-dictionary/what-is-door-to-door/>, เข้าดูเมื่อวันที่ 6/03/2569.
- [6] depa (2568). *สงครามการขนส่งแบบ Last Mile Delivery ในยุคอีคอมเมิร์ซ : กรณีศึกษา บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด*, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://www.depa.or.th/th/article-view/last-mile-delivery>, เข้าดูเมื่อวันที่ 7/03/2569.
- [7] wemove (2025). *On-Demand Logistics: รูปแบบการขนส่งที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่*, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://wemove.co.th/categories/logistics-technology/transport-platform/on-demand-logistics-the-transport>

- tation -model-that-meets-the-needs-of-modern-consumers, เข้าดูเมื่อวันที่ 7/03/2569.
- [8] hand (2025). สงกรานต์เป็นเทศกาลแห่งความสุขของใครกันแน่, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา https://hand.co.th/blog/See-Think-Cen'_202504_SonggranDay2025, เข้าดูเมื่อวันที่ 5/03/2569.
- [9] cartrack.(2025). รู้จัก Transport Management สิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจขนส่ง, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://www.cartrack.co.th/blog/thamkhwaamruucchakkab-transport-management-singcchamepnsamhrabthurkicchka-arkhnsng>, เข้าดูเมื่อวันที่ 8/03/2569.
- [10] LINE DEVELOPERS THAILAND (2568). Why LINE API?, URL: <https://linedevth.line.me/th/messaging-api>, access on 7/03/2569.
- [11] Natthawut Saisema (2021). SCG Logistics ทรานส์ฟอร์มคลังสินค้า ด้วยระบบขนถ่ายน้ำหนักรถบรรทุกอัตโนมัติจาก Verily Vision, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://logistics-anager.com/th/scg-logistics-transforms-warehouse-operation-with-verily-vision/>, เข้าดูเมื่อวันที่ 8/03/2569.
- [12] Flash Express (2025). รายงานข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://wefastexpress.com/in-depth-report-on-flash-express/>, เข้าดูเมื่อวันที่ 8/03/2569.
- [13] Frontis (2019). PTTGC, Frontis และ Microsoft เปิดตัวโครงการลดอุบัติเหตุด้วย AI, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://frontiscompany.com/pttgc-frontis-microsoft-launches-ai-for-road-safety>, เข้าดูเมื่อวันที่ 6/03/2569.
- [14] บริษัท เนชั่นแนล เพาเวอร์ ซัพพลาย จำกัด (มหาชน) (2568). *Green Logistics* คืออะไร / โลจิสติกส์สีเขียวเพื่อธุรกิจยั่งยืน, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://www.npsplc.com/th/updates/blog/770/what-is-green-logistics-and-how-does-it-work>, เข้าดูเมื่อวันที่ 7/03/2569.
- [15] ยิปซัมตราช้าง (2567). *Carbon Footprint* คืออะไร? ทำไมองค์กรยุคใหม่ต้องให้ความสำคัญ, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://siamgypsum.com/articles/what-is-carbon-footprint/>, เข้าดูเมื่อวันที่ 8/03/2569.
- [16] ไสริยา ปิยะวรารณ (2564). รายงานการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการดำเนินงานของด่านขนถ่ายน้ำหนักรถบรรทุกด้วยเทคโนโลยีขนถ่ายน้ำหนักรถเคลื่อนที่โดยใช้แบบจำลองการจราจรระดับจุลภาค, หน้า 124-126.

ประวัติผู้เขียนบทความ



ดร. ชินกฤต วงศ์รักษ์

ผู้อำนวยการศูนย์วัฒนธรรมมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

อาจารย์ประจำ สาขาการจัดการโลจิสติกส์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

การศึกษา บริญญโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงิน มหาวิทยาลัยสยาม

สถานที่ทำงาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

ความเชี่ยวชาญ การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์