

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ผลิต ชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ประเทศไทย

LOGISTICS SERVICE QUALITY INFLUENCING THE DECISION TO CHOOSE LOGISTICS SERVICE PROVIDERS OF THE AUTO PART MANUFACTURERS IN EASTERN THAILAND

กรกฎ สิ้นสงแสง¹ และ พงศ์ภักดิ์ บานชื่น^{2*}

Korakot Sinsongsaeng¹ and Pongpak Banchuen²

(Received: March 18, 2024; Revised: June 6, 2024; Accepted: June 23, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นขององค์กรเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ 2) ศึกษาระดับการประเมินคุณภาพบริการโลจิสติกส์จำแนกตามขนาดขององค์กร 3) ศึกษาอิทธิพลคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดใหญ่ในนิคมอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอ เก็บข้อมูลผ่านพนักงานระดับปฏิบัติการที่เลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์จำนวน 130 องค์กร ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น โดยวิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Sample t-Test และสมการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์อยู่ในระดับมากทั้งด้านความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.06 (S.D.=0.67) การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D. = 0.67) ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D. = 0.66) ค่าบริการ ค่าเฉลี่ย 4.01 (S.D. = 0.69) ระยะเวลา ค่าเฉลี่ย 4.00 (S.D. = 0.69) การขนส่งอย่างยั่งยืน ค่าเฉลี่ย 3.76 (S.D. = 0.73) รวมถึงด้านการตัดสินใจ ค่าเฉลี่ย 4.10 (S.D. = 0.70) 2) ขนาดองค์กรที่แตกต่างกันไม่ส่งผลกระทบต่อระดับการประเมินคุณภาพบริการโลจิสติกส์ 3) คุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอ

คำสำคัญ: คุณภาพบริการโลจิสติกส์ การตัดสินใจ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์

¹ นิสิตปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

* Corresponding author, e-mail: pongpak.b@ku.th

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the level of opinion of the Auto Parts Manufacturers in the WHA industrial park on logistics service quality in relation to decision-making for selecting service providers; 2) study the evaluation of logistic service quality categorized by organizational size; and 3) study the influence of logistics service quality on decision-making for selecting logistics service providers. The population consisted of medium and large auto parts manufacturers in the WHA industrial park. Data were collected from operational employees in 130 organizations who were responsible for selecting logistics service providers, using a probability sampling method with stratified random sampling and simple random sampling. This quantitative research included the use of questionnaires. The statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, Independent Sample t-Test, and multiple regression analysis. The results indicated that the level of opinion of the Auto Parts Manufacturers in the WHA industrial park regarding the quality of logistics services is high in terms of reliability (mean = 4.06, S.D. = 0.67), responsiveness (mean = 4.04, S.D. = 0.67), assurance (mean = 4.04, S.D. = 0.66), service cost (mean = 4.01, S.D. = 0.69), timeliness (mean = 4.00, S.D. = 0.69), and sustainable transport (mean = 3.76, S.D. = 0.73). Additionally, the level of opinion in decision-making is at a high level (mean = 4.10, S.D. = 0.70). Furthermore, organizational size does not appear to influence the evaluation of logistics service quality. Moreover, logistic service quality in terms of assurance among users influences the decision to select a logistics service provider for Auto Parts Manufacturers in the WHA industrial park.

Keywords: logistic service quality, decision making, auto parts manufacturers, logistic service provider

1. บทนำ

การจัดการโลจิสติกส์เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจที่จะช่วยจัดการระบบห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพ จนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร ครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ จัดการด้านการผลิต การเก็บสินค้า รวมถึงจัดส่งสินค้า องค์กรสามารถจัดการโลจิสติกส์ได้เอง แต่ต้องใช้งบประมาณสูงและอาจเกิดความผิดพลาดได้ จึงมักเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดการโลจิสติกส์ในด้านต่าง ๆ รวมถึงมีความพร้อมด้านบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในประเทศไทยมีผู้ให้บริการโลจิสติกส์มากกว่า 36,733 ราย (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565) โดยมีลักษณะการดำเนินงาน อุปกรณ์ ความเชี่ยวชาญในการจัดการโลจิสติกส์ รวมถึงราคาที่แตกต่างกันออกไป ถึงแม้ว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์เป็นส่วนสำคัญของการดำเนินธุรกิจ แต่ธุรกิจโลจิสติกส์มีการขยายตัวมากจึงมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงโดยในเดือนมกราคม พ.ศ.2565 มีการเปิดกิจการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 39.6 เมื่อเทียบกับในเดือนมกราคม พ.ศ.2654 (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565) ผู้ให้บริการโลจิสติกส์จึงต้องปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมและดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ โดยกลุ่มผู้ใช้บริการโลจิสติกส์จะ

พิจารณาปัจจัยหลายอย่างเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งในแต่ละอุตสาหกรรมต่างมีปัจจัยที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่รัฐบาลเริ่มนโยบายสนับสนุนการผลิตรถยนต์ในประเทศในปี พ.ศ. 2504 เพื่อลดการขาดดุลการค้า อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเริ่มจากการซ่อมแซมเปลี่ยนชิ้นส่วนรถยนต์ ผลิตรถยนต์ และผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ แม้ว่าในปี พ.ศ. 2563 อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยหดตัวลง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่เริ่มระบาดในช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 จากประเทศจีน (วรรณฯ ยงพิศาลภพ, 2563) แต่สามารถกลับมาขยายตัวได้อีกครั้งตามภาวะเศรษฐกิจที่ทยอยฟื้นตัว ในปี พ.ศ. 2564 จนถึง พ.ศ. 2567 โดยมีจำนวนการผลิตรถยนต์และการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึง 15-17% (ศูนย์วิจัยกรุงศรี, 2565) ทำให้ความต้องการใช้บริการจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์เพิ่มขึ้นตามมา เนื่องจากการบริหารจัดการโลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญในการจัดการโลจิสติกส์ตั้งแต่การสั่งซื้อและเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ การผลิต การจัดเก็บสินค้า และการจัดการกับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปหลังจากการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์ ไปจนถึงการส่งมอบไปยังลูกค้าได้ตามที่ลูกค้ากำหนด (Looper, 2020) โดยเฉพาะการส่งมอบสินค้าที่ถูกต้องและตรงเวลาเพื่อหลีกเลี่ยงค่าปรับและโอกาสที่จะไม่ได้รับเลือกสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนั้นสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์การตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ถือเป็นสิ่งสำคัญ องค์การต้องพิจารณาเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์อย่างเหมาะสมกับการดำเนินงานขององค์การเพื่อให้จัดการแต่ละกระบวนการมีประสิทธิภาพและทำให้องค์การสามารถรักษาความได้เปรียบในด้านการแข่งขัน เพิ่มโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และลดต้นทุนขององค์การได้

จากความสำคัญของการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยงานวิจัยของ Nugroho, Kempa, and Panjaitan (2020) เสนอแนะว่าหากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้บริการดีก็จะยิ่งทำให้ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์เกิดความพึงพอใจและต้องการที่จะบริการซ้ำ ซึ่งเห็นว่าคุณภาพการบริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ ดังนั้นการประเมินคุณภาพบริการโลจิสติกส์จึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้กำหนดตัวชี้วัดคุณภาพบริการโลจิสติกส์จากความสนใจด้านความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อมของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ สอดคล้องตามแนวทางการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ประกอบด้วย 1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 2) การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness) 3) การให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ (Assurance) 4) ระยะเวลา (Timeliness) 5) ค่าบริการ (Service Cost) 6) การขนส่งอย่างยั่งยืน (Sustainable Transport) โดยเลือกศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมของดับบลิวเอชเอ เนื่องจากเป็นที่ตั้งของบริษัทยานยนต์ชั้นนำหลายบริษัท รวมถึงผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จากทั่วโลก เพื่อให้ทราบข้อมูลปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการและทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการที่สำคัญและสามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานขององค์การต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นขององค์การเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์
2. เพื่อศึกษาระดับการประเมินคุณภาพบริการโลจิสติกส์จำแนกตามขนาดขององค์การ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality)

โลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่องค์กร เนื่องจากเป็นระบบที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การให้บริการโลจิสติกส์ที่มีคุณภาพสูงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม จึงทำให้การประเมินคุณภาพของบริการโลจิสติกส์กลายเป็นสิ่งจำเป็น (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) ได้พัฒนาเครื่องมือ SERVQUAL เพื่อใช้ประเมินคุณภาพการให้บริการ ซึ่งครอบคลุมมิติสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) การให้ความไว้วางใจ (Assurance) ความเข้าใจและความเอาใจใส่ (Empathy) และความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) เครื่องมือนี้ถือเป็นรากฐานสำหรับการประเมินคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบทต่าง ๆ ต่อมา ในช่วงกลางทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ได้รับการพัฒนาขึ้น โดย Mentzer, Flint, & Hult (2001) ได้แบ่งปัจจัยที่ใช้ในการประเมินคุณภาพบริการโลจิสติกส์ออกเป็น 9 ส่วน ได้แก่ (1) คุณภาพสารสนเทศ (Information Quality) คือ การจัดเตรียมข้อมูลที่ถูกต้อง ทันเวลา และพร้อมใช้งานเพื่อสนับสนุนการให้บริการ (2) ขั้นตอนในการสั่งซื้อ (Ordering Procedure) คือ ความสะดวกและประสิทธิภาพในขั้นตอนการสั่งซื้อ (3) คุณภาพปริมาณการสั่งซื้อ (Order Release Quantity) คือ การจัดการและตรวจสอบคำสั่งซื้อเพื่อให้บริการสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (4) ความตรงต่อเวลา (Timeliness) คือ การตอบสนองคำสั่งซื้อและส่งมอบบริการภายในระยะเวลาที่กำหนด (5) ความถูกต้องของคำสั่งซื้อ (Order Accuracy) คือ ความแม่นยำของคำสั่งซื้อจากขั้นตอนการสั่งซื้อจนถึงการส่งมอบ (6) คุณภาพในการสั่งซื้อ (Order Quality) คือ ความสามารถในการส่งมอบสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า (7) สภาพของคำสั่งซื้อ (Order Condition) คือ การส่งมอบสินค้าในสภาพสมบูรณ์และปลอดภัย (8) การจัดการปัญหา (Problem Management) คือ ความสามารถในการระบุและแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (9) คุณภาพของการติดต่อสื่อสารของบุคลากร (Personnel Contact Quality) คือ คุณสมบัตินิสัยและความสามารถของบุคลากรที่ให้บริการ

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบทอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

การศึกษานี้เน้นไปที่การใช้ตัวชี้วัดคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยพิจารณาถึงผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งเริ่มต้นในช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 การระบาดของโรคดังกล่าวส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อระบบโลจิสติกส์ทั่วโลก เช่น การจำกัดการเดินทาง ความขาดแคลนตู้สินค้า และพื้นที่ระวางสินค้าที่จำกัด ส่งผลให้ค่าบริการและระยะเวลาขนส่งเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งลูกค้ายังให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวชี้วัดคุณภาพบริการโลจิสติกส์ออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ 2) การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ 3) การให้ความไว้วางใจต่อผู้ใช้บริการ 4) ระยะเวลา 5) ค่าบริการ 6) การขนส่งอย่างยั่งยืน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการว่าจะสามารถให้บริการได้ตรงกับสัญญาที่ให้แก่มือรับบริการ โดยผู้ใช้บริการจะได้รับการบริการอย่างถูกต้อง แม่นยำ ตรงตามเวลาอย่างสม่ำเสมอ

2. การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ หมายถึง การที่ผู้ให้บริการแสดงให้เห็นว่ามีความพร้อมและความตั้งใจที่จะให้การบริการแก่ผู้รับบริการ สามารถตอบสนองต่อผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว ผู้รับบริการความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และได้รับความสะดวกในการใช้บริการ

3. การให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถสร้างความเชื่อมั่นของผู้ให้บริการให้เกิดกับผู้รับบริการ โดยการแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ และให้บริการด้วยความสุภาพ เพื่อที่ผู้รับบริการไว้วางใจ ว่าผู้ให้บริการจะสามารถจัดการกับความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ระยะเวลา หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถส่งสินค้าให้ถึงจุดหมายของผู้รับบริการได้ในเวลาที่เหมาะสม ซึ่งจากที่ได้อธิบายไปว่า ความตรงต่อเวลาเวลาในอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ การส่งมอบสินค้าไปยังลูกค้าให้ตรงตามเวลาที่กำหนดเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรต้องตระหนักและให้ความสำคัญ

5. ค่าบริการ หมายถึง ผู้ให้บริการมีราคาค่าใช้จ่ายในการบริการที่เหมาะสม ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมนอกจากที่ตกลงรวมถึงมีเงื่อนไขในการชำระเงินที่เหมาะสมกับผู้รับบริการ

6. การขนส่งอย่างยั่งยืน หมายถึง ผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีการใช้ระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพที่สามารถจัดส่งสินค้าได้โดยไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม หรือก่อมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

การตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ Kotler and Keller (2006) ได้อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อไว้ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ในบริบทขององค์กร การตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีความซับซ้อนมากขึ้น โดยเกี่ยวข้องกับการกำหนดความต้องการ ประเมินคุณภาพของบริการ และเลือกผู้ให้บริการที่เหมาะสม (Monserat, 2020) Pranoto, Haryono, and Assa (2022) ระบุว่า การตัดสินใจซื้อเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้บริหารเลือกสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการ โดยพิจารณาจากข้อมูลที่เกี่ยวข้อง Amankwah (2016) กล่าวว่าเพิ่มเติมว่าการตัดสินใจซื้อขึ้นอยู่กับความรู้สึก ประสบการณ์ และปัจจัยภายนอก เช่น สภาพเศรษฐกิจหรือสังคม สำหรับการซื้อในระดับองค์กร กระบวนการตัดสินใจมักมีการกำหนดลักษณะความต้องการและประเมินคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างเป็นระบบก่อนการตัดสินใจซื้อ

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยสรุปว่า การตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในบริบทของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ หมายถึง การพิจารณาเลือกผู้ให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการขององค์กรในการดำเนินงานกิจกรรมโลจิสติกส์ เช่น การเคลื่อนย้าย การจัดเก็บสินค้า และการส่งมอบข้อมูล เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

สมมติฐานการวิจัย

ในงานวิจัยของ Phuangthong (2017) และ Laoprawatchai et al. (2021) พบว่าความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการและผู้บริหาร เนื่องจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์เปรียบเสมือนหุ้นส่วนทางธุรกิจที่ช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทำงานได้ดีตามที่ตกลงและไม่ก่อให้เกิดปัญหา จะส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ เช่นเดียวกับ Shair et al. (2021) ที่ชี้ให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทุกองค์กรให้ความสำคัญและมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจขององค์กร เนื่องจากองค์กรต้องการความน่าเชื่อถือเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จากข้อมูลดังกล่าว นำมาสู่การกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ความน่าเชื่อถือส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

จากงานวิจัยของ Phuangthong (2017) ชี้ให้เห็นว่าการตอบสนองต่อผู้ให้บริการมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Masudin et al. (2020) ที่พบว่าการตอบสนองต่อผู้ให้บริการถือเป็นหนึ่งในส่วนประกอบที่สำคัญที่สามารถชี้วัดความสำเร็จขององค์การผู้ให้บริการโลจิสติกส์ การตอบสนองต่อผู้ให้บริการเป็นการแสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการมีความตั้งใจที่จะให้ความช่วยเหลือ มอบบริการที่รวดเร็ว และสนับสนุนต่อการร้องขอของผู้รับบริการด้วยความรวดเร็ว นอกจากนี้งานวิจัยของ Laoprawatchai et al. (2021) ยังชี้ให้เห็นว่าการตอบสนองอย่างเป็นธรรมชาติและรวดเร็วจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ สร้างความมั่นใจในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์เพื่อทำกิจกรรมโลจิสติกส์แทน ดังนั้นจึงกำหนดเป็นสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2: การตอบสนองต่อผู้ให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

การให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดย Zervas, Proserpio, and Byers (2017) กล่าวว่าผู้ให้บริการเลือกที่จะใช้บริการกับผู้ให้บริการที่มีชื่อเสียงดี พนักงานมีความรู้ความสามารถ และได้รับการรับรองมาตรฐาน ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของงานวิจัยของ Phuangthong (2017); Laoprawatchai et al. (2021) และ Narkhede et al. (2017) ที่แสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการมีนัยสำคัญในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ดีที่สุด นอกจากนี้การศึกษาของ Khamis and Scully (2020) ยังพบว่าถึงแม้ว่าผู้ให้บริการแต่ละคนอาจกำหนดองค์ประกอบของความไว้วางใจที่แตกต่างกันออกไปอย่างไรก็ตามความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการถือเป็นปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจของผู้ให้บริการในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ จากข้อมูลข้างต้นจึงได้กำหนดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 3: การให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ระยะเวลาเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ ที่จะสร้างความพึงพอใจและความภักดีต่อผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการส่งมอบสินค้าตรงเวลา ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ต้องให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการส่งมอบสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของงานวิจัยที่ผ่านมาของ Murfield et al. (2017) และ Zailani et al. (2018) และ Revindran, Ragen, and Mahmud (2020) ที่ชี้ให้เห็นว่าระยะเวลาที่มีอิทธิพลเชิงบวกในการสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการโลจิสติกส์ต่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ในการรักษาความพึงพอใจของลูกค้า และรักษาความสามารถในการแข่งขันทุก ๆ อุตสาหกรรมต่างให้ความสำคัญกับการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา และการดำเนินงานให้ตรงตามแผนการ จึงกำหนดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 4: ระยะเวลาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ต้นทุนเป็นตัววัดประสิทธิภาพขององค์กรและมีผลต่อกำไร องค์กรจึงต้องมีการวางแผนและจัดการด้านต้นทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าขนส่ง ค่ากระจายสินค้า ค่าดำเนินการเอกสาร ล้วนมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมาของ Wambua, Mukulu, and Waiganjo (2017) พบว่าค่าบริการ (Service Cost) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้ความสำคัญที่สุดในการพิจารณาเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขององค์กร ซึ่งไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Van Binh and Kien (2016) และ Suriyajaroen and Sopadang (2018) ที่ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ค่าบริการมีผลกระทบต่อเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ องค์กรคิดว่าตัวเลือกที่ดีที่สุดของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขึ้นอยู่กับค่าบริการที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์เสนอแก่ผู้ให้บริการ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้จึงกำหนดเป็นสมมติฐาน ดังนี้

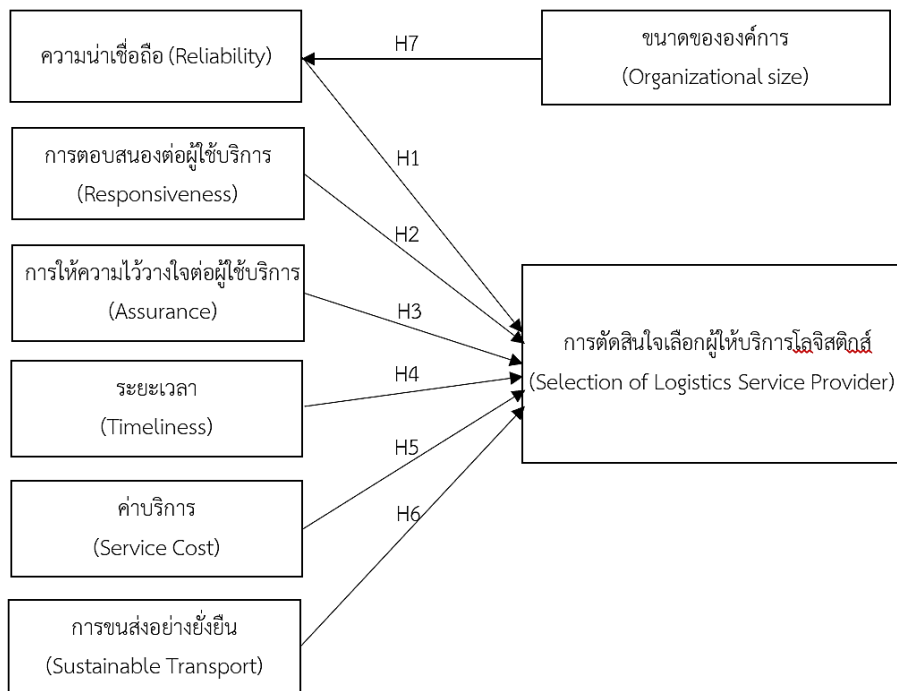
สมมติฐานที่ 5: ค่าบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ปัจจุบันทั่วโลกให้ความสนใจด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น องค์กรต่าง ๆ เริ่มผสมผสานการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืนในกระบวนการห่วงโซ่อุปทานและต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดการด้านโลจิสติกส์เพื่อรักษาทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด งานวิจัยในอดีต พบว่าโลจิสติกส์ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น มลพิษทางอากาศ มลพิษทางเสียง และการสูญเสียทรัพยากรต่าง ๆ องค์กรจึงเริ่มต้องการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์แบบยั่งยืน แม้ว่าปัจจัยด้านคุณภาพบริการในด้านต่าง ๆ ยังคงเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ แต่ความสำคัญของการขนส่งอย่างยั่งยืนเริ่มกลายเป็นปัจจัยที่ได้รับความสนใจ (Jazairy & Haartman, 2019; Multaharju et al., 2017) จึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 6: การขนส่งอย่างยั่งยืนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

งานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าขนาดขององค์กรส่งผลต่อการกำหนดเกณฑ์และกระบวนการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน องค์กรขนาดใหญ่มักเลือกผู้ให้บริการที่มีศักยภาพสูง รองรับปริมาณงานได้มาก และมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงความยั่งยืนในกระบวนการขนส่ง (จิราพร เทพวารินทร์, 2560) ในขณะที่องค์กรขนาดเล็กและขนาดกลางให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นในการบริการ ราคาที่เหมาะสม และต้นทุนที่คุ้มค่า (กาญจน์สิดา โหมสิตธัญญสิทธิ์, 2556) เบญจพร สุวรรณแสนทวี (2557) ระบุว่าองค์กรขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานของบริการ ในขณะที่องค์กรขนาดเล็กเน้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ โดยมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรเป็นตัวแปรสำคัญ ความแตกต่างนี้สะท้อนถึงข้อจำกัดและความต้องการเฉพาะขององค์กรในแต่ละขนาด อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนารูปแบบการให้บริการโลจิสติกส์ที่สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น ขนาดขององค์กรจึงเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดรูปแบบและนโยบายในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ จึงได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 7: ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์มีความแตกต่างกัน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ได้แก่ องค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดเล็กและกลาง และขนาดใหญ่จำนวน 196 องค์กรในพื้นที่ภาคตะวันออก ที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมของดับบลิวเอชเอ เก็บข้อมูลจากพนักงานระดับปฏิบัติการที่ได้รับมอบหมายในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขององค์กร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณตามสูตรของ Weiers (2005) จำนวนทั้งสิ้น 130 องค์กร เพื่อป้องกันการสูญหายและความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้นร้อยละ 10 จากที่คำนวณได้เป็น 143 องค์กร และทำการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1) การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) พิจารณาจำแนกองค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในพื้นที่ภาคตะวันออก ที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมของดับบลิวเอชเอ และแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มตามขนาดขององค์กร ได้แก่ องค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดเล็กและกลาง และขนาดใหญ่ แล้วเลือกสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนในแต่ละกลุ่มให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามเกณฑ์ที่กำหนด สำหรับขนาดขององค์กรภายใต้เกณฑ์ของกระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2545 แบ่งขนาดองค์กรตามจำนวนพนักงาน ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ องค์กรขนาดเล็ก องค์กรขนาดกลาง และองค์กรขนาดใหญ่ อย่างไรก็ตามในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้รวมองค์กรขนาดเล็กและองค์กรขนาดกลาง เป็นระดับเดียวกัน และได้กำหนดขนาดขององค์กรออกเป็น 2 ระดับได้แก่ องค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดเล็กและกลางมีจำนวนพนักงาน 1-200 คน และองค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดใหญ่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 200 คน

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มตามขนาดขององค์กร

ขนาดองค์กร	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
องค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดเล็กและกลาง	46	34
องค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดใหญ่	150	109
รวม	196	143

2) การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) หลังจากคำนวณกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิแล้ว จึงสุ่มรายชื่อองค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดเล็กและกลาง และขนาดใหญ่ ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกโดยวิธีใช้ตารางเลขสุ่ม

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด จำนวน 2 ข้อ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับประเภทการใช้บริการกิจกรรมโลจิสติกส์ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ เป็นคำถามแบบใช้มาตราวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ จำนวน 30 ข้อ และส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขององค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในพื้นที่ภาคตะวันออก เป็นคำถามแบบใช้มาตราวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ จำนวน 6 ข้อ

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การวัดคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความไว้วางใจต่อผู้ใช้บริการ ระยะเวลา ค่าบริการ การขนส่งอย่างยั่งยืน โดยการใช้

เกณฑ์การวัดที่ดัดแปลงมาจาก พัชรา ศรีพระบุ และ เชษฐา ชำนาญหล่อ (2564); Ali, Gruchmann, and Melkonyan (2022); Van Binh and Kien (2016); Guo, Duff, and Hair (2008); Jazairy and Haartman (2019); Kilibarda, Nikolicic, and Andrejic (2016); Leeder (2014); Mathong et al. (2020); Narkhede et al. (2017); Zailani et al. (2018), ในด้านการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Selection of Logistics Service Provider) ซึ่งจะเกี่ยวกับขอบเขตที่ชัดเจนเกี่ยวกับความน่าจะเป็นในการเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์โดยการประเมินจากคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การวัดผลโดยการใช้เกณฑ์การวัดที่ดัดแปลงมาจาก Zhu, Chang, and Luo (2016)

หลังจากสร้างแบบสอบถามเสร็จ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอให้ทางผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค (IOC: Index of Item-Objective Congruence) จากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เกิดความสมบูรณ์ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบครั้งสุดท้ายแล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับบุคคลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 องค์การเพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ที่เกิน 0.70 โดยผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงคได้อยู่ที่ 0.67-1.00 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงตรงที่ใช้ได้และเหมาะสมนำไปใช้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้กับบุคคลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (Try out) จำนวน 30 องค์การ ผลการทดสอบพบว่าตัวแปรแต่ละตัวมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ระหว่าง .87 ถึง .96 ดังนั้นเมื่อพิจารณาเกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่กำหนด $\alpha > 0.70$ พบว่าตัวทุกตัวมีความเชื่อถือได้สูง

ตารางที่ 2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ด้านความน่าเชื่อถือ	.92
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	.90
ด้านการให้ความไว้วางใจต่อผู้ใช้บริการ	.94
ด้านค่าบริการ	.96
ด้านระยะเวลา	.87
การขนส่งอย่างยั่งยืน	.90
การตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์	.95

4.3 การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านโปรแกรม Google forms จำนวน 143 ชุด โดยการส่งแบบสอบถามผ่านทาง Line กับพนักงานระดับปฏิบัติการที่ได้รับมอบหมายในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขององค์การในองค์การผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในเขตพื้นที่ภาคที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมของดับบลิวเอชเอ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม 2566 ถึงวันที่ 20 กันยายน 2566

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นขององค์การเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

2) สถิติทดสอบการวิเคราะห์ Independent Sample t-Test เพื่อวิเคราะห์ขนาดขององค์การที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ที่แตกต่างกัน

3) สถิติวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ การให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการระยะเวลาค่าบริการ การขนส่งอย่างยั่งยืน กับตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ

5. ผลการวิจัย

1) ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นขององค์การเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์และตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอ

ระดับความคิดเห็นขององค์การผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการโลจิสติกส์อยู่ในระดับมากทั้งในด้านความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.06 (S.D. = 0.67) การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D. = 0.67) ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D. = 0.66) ค่าบริการ ค่าเฉลี่ย 4.01 (S.D. = 0.69) ระยะเวลา ค่าเฉลี่ย 4.00 (S.D. = 0.69) และการขนส่งอย่างยั่งยืนของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ค่าเฉลี่ย 3.76 (S.D. = 0.73) เช่นเดียวกับระดับความคิดเห็นในด้านการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 (S.D. = 0.70) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นขององค์การเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์และตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

คุณภาพการบริการโลจิสติกส์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1) ด้านความน่าเชื่อถือ	4.06	.67	เห็นด้วยมาก
2) ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ	4.04	.67	เห็นด้วยมาก
3) ด้านการให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ	4.04	.66	เห็นด้วยมาก
4) ด้านค่าบริการ	4.01	.69	เห็นด้วยมาก
5) ด้านระยะเวลา	4.00	.69	เห็นด้วยมาก
6) ด้านการขนส่งอย่างยั่งยืน	3.76	.73	เห็นด้วยมาก
การตัดสินใจ	4.10	.70	เห็นด้วยมาก

2) ผลการวิเคราะห์ขนาดองค์การที่แตกต่างกันส่งผลให้ระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์มีความแตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่าขนาดองค์การที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความไว้วางใจต่อผู้ใช้บริการ ด้านค่าบริการ ด้านระยะเวลา และด้านการขนส่งอย่างยั่งยืน รวมถึงไม่ส่งผลต่อระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ในภาพรวมที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ขนาดองค์การที่แตกต่างกันส่งผลให้ระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์มีความแตกต่างกัน

คุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์	ขนาดองค์การ	N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	Sig.
1) ด้านความน่าเชื่อถือ	เล็กและกลาง	41	4.09	.64	.36	.72
	ใหญ่	89	4.05	.68		
2) ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	เล็กและกลาง	41	4.09	.61	.52	.61
	ใหญ่	89	4.02	.69		
3) ด้านการให้ความไว้วางใจต่อผู้ใช้บริการ	เล็กและกลาง	41	4.08	.60	.39	.70
	ใหญ่	89	4.03	.68		
4) ด้านค่าบริการ	เล็กและกลาง	41	4.02	.66	.12	.91
	ใหญ่	89	4.00	.70		
5) ด้านระยะเวลา	เล็กและกลาง	41	4.01	.63	.08	.94
	ใหญ่	89	4.00	.72		
6) ด้านการขนส่งอย่างยั่งยืน	เล็กและกลาง	41	3.79	.73	.34	.74
	ใหญ่	89	3.74	.74		
ภาพรวมคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์	เล็กและกลาง	41	4.01	.57	.34	.73
	ใหญ่	89	3.97	.61		

3) ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์กับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ดังนี้

1) ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อน

ในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนที่ต้องมีค่าเท่ากับ 0 จากตารางที่ 5 พบว่าค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 0.00 และค่า p-value เท่ากับ 1.00 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 ดังนั้นค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนที่จึงมีค่าเท่ากับ 0 ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะใช้สำหรับการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อน

	N	$\bar{X}$	Sig.
Standardized Residual	130	.0000	1.000

2) ความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน

ในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณค่าความคลาดเคลื่อนควรมีอิสระต่อกันโดยพิจารณาจากค่าสถิติ Durbin-Watson โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบและพบว่าค่า Durbin-Watson ได้เท่ากับ 2.253 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.5-2.5 ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์และมีค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระต่อกัน

3) การตรวจสอบความสัมพันธ์กันเองภายในตัวแปรอิสระ (Multicollinearity)

ในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณตัวแปรแต่ละตัวควรมีอิสระต่อกัน โดยการพิจารณาจากค่าสถิติ Tolerance และ Variance Inflation Factor จากตารางที่ 6 พบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรทุกตัวมีค่ามากกว่า 0 และค่า Variance Inflation Factor ของตัวแปรทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 10 ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์กันเองภายในตัวแปรอิสระ

ปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์	Collinearity Statistics	
	Tolerance	Variance Inflation Factor
1) ด้านความน่าเชื่อถือ	.20	4.91
2) ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	.17	5.90
3) ด้านการให้ความไว้วางใจต่อผู้ใช้บริการ	.18	5.46
4) ด้านค่าบริการ	.41	2.47
5) ด้านระยะเวลา	.28	3.55
6) ด้านการขนส่งอย่างยั่งยืน	.51	1.96

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ค่า p-value ของสถิติทดสอบ ANOVA เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.5 หมายถึงมีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 32.867$, $df = 6$, ค่า Sig = 0.000) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.785 หมายถึงปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลกับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ร้อยละ 78.50 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.616 หมายความว่าปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ร้อยละ 61.60 ส่วนอีกร้อยละ 38.40 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้ศึกษา

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์กับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์	B	β	t	Sig
ค่าคงที่	.475		1.765	.080
1) ด้านความน่าเชื่อถือ	.020	.019	.151	.880
2) ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ	.066	.062	.458	.648
3) ด้านการให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ	.523	.488	3.736	.000**
4) ด้านค่าบริการ	.156	.152	1.727	.087
5) ด้านระยะเวลา	.101	.100	.946	.346
6) ด้านการขนส่งอย่างยั่งยืน	.037	.038	.489	.626

$SE_{est} = .45$; Durbin-Watson = 2.253

$R = 0.785$; $R^2 = 0.616$; $F = 32.867$; $DF = 6$; $sig = 0.000$

หมายเหตุ ** ที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่าปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในด้านการให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการมีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยดังกล่าวสามารถคาดการณ์ผลกระทบที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขององค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ดำเนินกิจการในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมของดับบลิวเอชเอ

ในขณะที่ปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในด้านความน่าเชื่อถือนี้อาจมีค่า Sig เท่ากับ .880 ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการมีค่า Sig เท่ากับ .648 ด้านค่าบริการมีค่า Sig เท่ากับ .087 ด้านระยะเวลามีค่า Sig เท่ากับ .346 และด้านการขนส่งอย่างยั่งยืนมีค่า Sig เท่ากับ .626 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถคาดการณ์ผลกระทบที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขององค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ดำเนินกิจการในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมของดับบลิวเอชเอ

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์กรณีศึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอพบว่า ปัจจัยด้านการให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zervas, Proserpio, and Byers (2017) ที่พบว่าความไว้วางใจเกี่ยวข้องกับการที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์สามารถสร้างความเชื่อมั่นว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการด้วยความสุภาพและมีความปลอดภัยในการใช้บริการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Laoprawatchai et al. (2021); Narkhede et al. (2017) และ Phuangthong (2017) ที่พบว่าความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khamis and Scully (2020) ที่ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการถือเป็นปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ถึงแม้ว่าแต่ละผู้ให้บริการจะกำหนดองค์ประกอบของความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการที่แตกต่างกันจากผลการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยเห็นว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ควรมีการอบรมพนักงานให้มีทักษะ ความเชี่ยวชาญและมีความมั่นใจในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

ในทางกลับกันปัจจัยคุณภาพบริการอีก 5 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านระยะเวลา ปัจจัยด้านค่าบริการ ปัจจัยด้านการขนส่งอย่างยั่งยืน ไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา ลิ้มทวีสมเกียรติ (2563) ที่ได้พบว่าความน่าเชื่อถือไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจใช้บริการจากประสบการณ์ส่วนบุคคลก่อนและจะพัฒนาไปเป็นความเชื่อมั่นในภายหลัง แต่ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของนักวิจัยหลายท่าน เช่น Laoprawatchai et al. (2021); Marand, Tang, and Li (2019) และ Phuangthong (2017) ที่ต่างก็พบว่าความน่าเชื่อถือ มีผลกระทบต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มผู้ประกอบการและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทุกองค์การให้ความสำคัญต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งต่างกับงานวิจัยของ Laoprawatchai et al. (2021) และ Masudin et al. (2020) ที่ได้ศึกษาและพบว่าการตอบสนองต่อผู้ให้บริการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เนื่องจากการแสดงให้เห็นให้บริการโลจิสติกส์มีความพร้อมในการให้บริการ การตอบสนองที่รวดเร็วและเป็นธรรมชาติจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์จะสามารถสร้างแรงจูงใจจากผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ปัจจัยด้านระยะเวลาไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Murfield et al. (2017) ที่ได้พบว่าระยะเวลาเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ เนื่องจากเป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการและจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความภักดีต่อการบริการผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านค่าบริการไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรณิการ์ วงศ์โพธิสาร (2561) ที่ศึกษาและพบว่าปัจจัยด้านราคาไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ อย่างไรก็ตามผลการศึกษานี้แตกต่างจากงานวิจัยของ Van Binh and Kien (2016); Karrapan et al. (2017) และ Suriyajaroen and Sopadang (2018) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าบริการกับการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยได้พบว่า ค่าบริการเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ให้ความสำคัญที่สุดในในการพิจารณาเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขององค์กร ปัจจัยด้านการขนส่งอย่างยั่งยืนไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าถึงแม้องค์การเริ่มให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมตามผลการศึกษาของ ของ Jazairy and Haartman (2019) และ Multaharju et al. (2017) แต่ยังไม่เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. ข้อจำกัดเรื่องกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลจากพนักงานที่ปฏิบัติงานหน้าที่ในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขององค์กรเพียง 1 คนต่อองค์กร ซึ่งอาจส่งผลทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการวัดได้
2. งานวิจัยนี้ศึกษาองค์การที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอ ผลการวิจัยที่ได้จึงมีข้อจำกัดในการนำไปใช้อ้างอิงถึงองค์การภายนอกนิคมอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอ

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากผลวิจัยของการศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์กรณีศึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอพบว่า ปัจจัยด้านการให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขององค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอ ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ พัฒนา ปรับปรุงคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ให้เหมาะสมกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และ ในกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดย ผู้ให้บริการ

โลจิสติกส์ควรให้ความสนใจด้านการให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ ควรมีการอบรมพนักงานของบริษัทให้มีความสุภาพ มีความมั่นใจในการให้บริการ เสริมสร้างทักษะให้พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญเพื่อที่จะจัดการกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผลการศึกษา

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้พบว่ามีเพียงปัจจัยด้านการให้ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการด้านเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ กรณีศึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

1) การวิจัยในครั้งนี้มีปริมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ค่อนข้างเล็กเกินไป ดังนั้นควรมีการเพิ่มปริมาณกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น เพื่อให้ผลการศึกษสามารถอ้างอิงถึงประชากรกลุ่มใหญ่ได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น

2) การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาพื้นที่อุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอเพียงแห่งเดียวดังนั้นควรมีการขยายขอบเขตไปยังอุตสาหกรรมในพื้นที่อื่น ๆ และนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกับ เพื่อให้ผลการศึกษามีรายละเอียดครอบคลุมมากยิ่งขึ้นและผู้ให้บริการโลจิสติกส์สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ พัฒนา ปรับปรุงคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ให้เหมาะสมกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์มากยิ่งขึ้น

8. เอกสารอ้างอิง

กรรณิการ์ วงศ์โพธิสาร. (2561). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรสในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กาญจน์สิตา โฉมดีชัยสิทธิ์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

จิราพร เทพวารินทร์. (2560). ความเชื่อมโยงระหว่างขนาดขององค์กร กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กับระดับการ ใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพในอุตสาหกรรมโรงแรม: กรณีศึกษาโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ในภาคใต้ฝั่งตะวันออกของประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

เบญจพร สุวรรณแสนทวี. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พัชรา ศรีพระบุญ และ เชษฐา ชำนาญหล่อ. (2564). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า ในจังหวัดชลบุรี. วารสารวิศวกรรมศาสตร์ ราชมงคลธัญบุรี, 19(1), 55-66. <https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/jermutt/article/view/243225>

วรรณ อยพิศลาภ. (2563). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2563-2565: อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2567, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/hi-tech-industries/auto-parts/io/auto-parts-2021>

ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2565). แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทย ปี 2565-2567. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2567, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/summary-outlook/outlook-2022-2024>

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2565). จัปชีพจรโลจิสติกส์ไทย ฉบับเดือนมกราคม 2565. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2567, จาก <https://www.thailandplus.tv/archives/501864>

- อารยา ลิ้มทวีสมเกียรติ. (2563). *คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Nail Spa ของผู้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Ali, A. H., Gruchmann, T., & Melkonyan, A. (2022). Assessing the impact of sustainable logistics service quality on relationship quality: Survey-based evidence in Egypt. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 4, 100036. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2022.100036>
- Amankwah, M. O. (2016). *Determinants of Purchase Decisions of Consumers of the Products of Nestle Ghana Ltd* (Doctoral dissertation). Kwame Nkrumah University of Science and Technology. <https://ir.knust.edu.gh/items/ec7aa18d-3535-42d7-a413-7e3488c25b95>
- Van Binh, T., & Kien, N. T. (2016). Factors Impacting on the Selection of Third Party Logistics Provider. *China-USA Business Review*, 15(12), 616-627. <https://doi.org/10.17265/1537-1514/2016.12.004>
- Guo, X., Duff, A., & Hair, M. (2008). Service quality measurement in the Chinese corporate banking market. *International journal of bank marketing*, 26(5), 305-327. <https://doi.org/10.1108/02652320810894389>
- Jazairy, A., & von Haartman, R. (2020). Analysing the institutional pressures on shippers and logistics service providers to implement green supply chain management practices. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 23(1), 44-84. <https://doi.org/10.1080/13675567.2019.1584163>
- Karrapan, C., Sishange, M., Swanepoel, E., & Kilbourn, P. J. (2017). Benchmarking Criteria for Evaluating Third-Party Logistics Providers in South Africa. *Journal of Transport and Supply Chain Management*, 11, 1-10. <https://doi.org/10.4102/jtscm.v11i0.305>
- Khamis, T., & Scully, S. (2020). Questioning the Efficacy of Quality Assurance Frameworks for Teaching and Learning: A Case Study From East Africa. *Quality in Higher Education*, 26(1), 3-13. <https://doi.org/10.1080/13538322.2020.1728836>
- Kilibarda, M., Nikolicic, S., & Andrejic, M. (2016). Measurement of logistics Service Quality in Freight Forwarding Companies: A case study of the Serbian market. *The International Journal of Logistics Management*, 27(3), 770-794. <https://doi.org/10.1108/IJLM-04-2014-0063>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Laoprawatchai, A., Laoprawatchai, P., Jandasang, K., Ploenhad, J., & Nualkaw, S. (2021). Factors Affecting the Decisions on Choosing Logistics Service Providers in Food Industry in Thailand. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(12), 300-312.
- Leeder, M. (2014). *The Effect of Logistics Service Quality on Customer Satisfaction and Repurchase Intention: A Case of a Contruction Fitting Trading Company*. Bangkok: Assumption University.
- Looper. (2020). *Importance of logistics in the automotive sector*. Retrieved 20 May 2022, from <https://www.looper.mx/importance-of-logistics-in-the-automotive-sector>

- Marand, A. J., Tang, O. & Li, H. (2019). Quandary of service logistics: Fast or reliable?. *European Journal of Operational Research*, 275(3), 983-996. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2018.12.007>
- Masudin, I., Ayurarasati, S. D., Jie, F., & Restuputri, D. P. (2020). Investigating the drivers in selecting third party logistics (3PL) provider: A case study from Indonesian manufacturing industry. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(1), 282-290. <https://doi.org/10.59160/ijscm.v9i1.2954>
- Mathong, P., Sureeyatanapas, P., Arunyanart, S., & Niyamosoth, T. (2020). The assessment of service quality for third-party logistics providers in the beverage industry. *Cogent Engineering*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311916.2020.1785214>
- Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Hult, 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>
- Monserrat, P. (2020). *How Organizational Buying Behaviour changes due to eCommerce platforms*. Retrieved 20 May 2023, from <https://www.linkedin.com/pulse/how-organizational-buying-behaviour-changes-due-pau-monserrat/>
- Multaharju, S., Lintukangas, K., Hallikas, J., & Kahkonen, A. K. (2017). Sustainability-Related Risk Management in Buying Logistics Services An Exploratory Cross-Case Analysis. *The International Journal of Logistics Management*, 28(4), 1351-1367. <https://doi.org/10.1108/IJLM-05-2016-0134>
- Murfield, M., Boone, A. C., Rutner, P., & Thomas, R. (2017). Investigating Logistics Service Quality in Omni-Channel Retailing. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 47(4), 263-296. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-06-2016-0161>
- Narkhede, B. E., Raut, R., Gardas, B., Luong, H. T., & Jha, M. (2017). Selection and Evaluation of Third Party Logistics Service Provider (3PLSP) by Using an Interpretive Ranking Process (IRP). *Benchmarking: An International Journal*, 24(6), 1697-1478. <https://doi.org/10.1108/BIJ-04-2016-0055>
- Nugroho, S., Kempa, S., & Panjaitan, T. W. S. (2020). Logistic service quality and customer satisfaction to customer retention on rice producer industry. In *SHS Web of Conferences*, 76, 01048. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601048>
- 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. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Phuangthong, K. (2017). *A study of key factors influencing freight forwarder selection of SMEs in Thailand*. Bangkok: Mahidol University.
- Pranoto, F., Haryono, P. B., & Assa, A. F. (2022). The effect of service quality and price on purchase decisions mediated by brand image. *Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)*, 2(2), 67-77. <https://publication.idsolutions.co.id/journals/index.php/husocpument/article/view/155>

- Revindran, M., Ragen, P. N., & Mahmud, B. (2020). A study on logistics service quality in e-retailing amongst online shoppers in Kuala Lumpur. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (p. 062016). China. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/780/6/062016>
- Shair, F., Shaorong, S., Kamran, H. W., Hussain, M. S., Nawaz, M. A., & Nguyen, V. C. (2021). Assessing the efficiency and total factor productivity growth of the banking industry: Do environmental concerns matters?. *Environmental Science and Pollution Research*, 28, 20822-20838. <https://doi.org/10.1007/s11356-020-11938-y>
- Suriyajaroen, C., & Sopadang, A. (2018). Criteria affecting the selection of logistics service provider for retail small and medium enterprise in Thailand. In *8th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (p. 1103-1114). Indonesia. <https://index.ieomsociety.org/index.cfm/article/view/ID/2529>
- Wambua, J., Mukulu, E., & Waiganjo, E. (2017). Cost as a Factor of Outsourcing Third-Party Logistics Providers and the Performance of Food and Beverages Manufacturing Companies in Kenya. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(2), 343-356. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v7-i2/2644>
- Weiers, R. M. (2005). *Introduction to business statistics*. Pennsylvania: Duxbury Press.
- Zailani, S., Jafarzadeh, S., Iranmanesh, M., Nikbin, D., & Selim, N. I. I. (2018). Halal Logistics Service Quality: Conceptual Model and Empirical Evidence. *British Food Journal*, 120(11), 2599-2614. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2017-0412>
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687-705. <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>
- Zhu, D. H., Chang, Y. P., & Luo, J. J. (2016). Understanding the influence of C2C communication on Purchase Decision in Online Communities From a Perspective of Information Adoption Model. *Telematics and Informatics*, 33(1), 8-16. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.06.001>