

SAC-01-036

คุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งทางบกที่มีต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการจากกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมใน จังหวัดระยอง

Service Quality of Land Transportation Service Providers Affecting User Attitudes of Industrial Sectors in Rayong Province

สุทธิดา จูฬา¹ และ ชลธิศ ดาราวงษ์²

Suthida Juphao¹ and Chonlathit Darawong²

นักศึกษา ระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี¹

อาจารย์ประจำ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี²

Student, Master of Business Administration Program, Graduate College of Management, Sripatum University, Chonburi
Campus¹

Lecturer, Graduate College of Management, Sripatum University, Chonburi Campus²

E-mail: chonlatis.da@chonburi.spu.ac.th E-mail: Sutthida.j88@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพผู้ให้บริการขนส่งสินค้าในจังหวัดระยอง (2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการขนส่งสินค้าทางบกกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง (3) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของคุณภาพของผู้ให้บริการด้านการขนส่งสินค้าที่มีต่อความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการด้านการขนส่งสินค้าทางบกกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง ได้แก่ ผู้จัดการ หัวหน้า พนักงาน และ เจ้าของกิจการ จำนวน 286 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ด้วยสถิติความถี่ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางบกโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า อันดับแรก คือ ด้านพนักงานให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่สอง คือ ด้านคุณภาพข้อมูล อันดับสาม คือ ด้านการจัดการข้อบกพร่อง อันดับสี่ คือ ด้านความพร้อมในการให้บริการ อันดับห้า คือ ด้านสภาพสินค้า อันดับหก คือ ด้านความน่าเชื่อถือ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ตามลำดับ (2) ความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า อันดับแรก คือ ด้านภาพลักษณ์องค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่สอง คือ ด้านการรับรู้คุณค่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสาม คือ ด้านความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ (3) ปัจจัยด้าน ความน่าเชื่อถือ และ ความพร้อมในการให้บริการ เป็นตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุด แสดงถึงความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยองอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: คุณภาพ ผู้ให้บริการขนส่งทางบก ความพึงพอใจ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม

Abstract

This research aimed to (1) examine the level of service quality of freight transport providers in Rayong Province, (2) study the satisfaction level of industrial factory customers using land freight transport services in Rayong Province, and (3) investigate the influence of freight transport service quality on the satisfaction of industrial factories in Rayong Province. The sample group in this study consisted of 286 users of land freight transport services from industrial factories in Rayong Province, including managers, supervisors, employees, and business owners. A questionnaire was used as the data collection tool, and the data were analyzed using frequency, mean, and multiple regression analysis.

The research findings revealed that: (1) The overall service quality of land freight transport providers was at the highest level. When considering each aspect in descending order, the highest was service staff, followed by information quality, defect management, service readiness, condition of goods, reliability and service procedures

respectively. (2) The overall satisfaction of the industrial factories was also at the highest level. When considering each aspect in descending order, the highest was organizational image followed by perceived value and satisfaction respectively. (3) The factors of reliability and service readiness were the variables with the highest coefficients, indicating their significant importance in enhancing satisfaction and strengthening the organizational image of industrial factories in Rayong Province.

Keywords: Quality, Land Freight Transport Providers, Satisfaction, Industrial Factory Group

บทนำ

การขนส่งสินค้าทางบกมีบทบาทสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในยุคที่เศรษฐกิจและเทคโนโลยีเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมที่ต้องพึ่งพาการจัดส่งวัตถุดิบและสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ จังหวัดระยองในฐานะศูนย์กลางอุตสาหกรรมของไทยมีโรงงานจำนวนมากที่ต้องใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางบกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานอย่างราบรื่นและตรงเวลา คุณภาพผู้ให้บริการขนส่งสินค้าจึงมีผลต่อความพึงพอใจของโรงงานอุตสาหกรรม ในปี 2566 ต้นทุนขนส่งของไทยอยู่ที่ 2,527.4 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 3.7 หรือคิดเป็นร้อยละ 14.1 ของ GDP โดยแบ่งเป็น ต้นทุนขนส่งสินค้า 1,195.1 พันล้านบาท (ร้อยละ 6.7 ของ GDP) ต้นทุนเก็บรักษาสินค้าคงคลัง 1,144.2 พันล้านบาท (ร้อยละ 6.4 ของ GDP) และต้นทุนบริหารจัดการ 188.1 พันล้านบาท (ร้อยละ 1.0 ของ GDP) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนขนส่งมาจากปริมาณสินค้าคงคลังที่สูงขึ้นเนื่องจากการส่งออกชะลอตัว อัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นทำให้ต้นทุนทางการเงินสูงขึ้น และค่าขนส่งยังอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะการจัดส่งสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางสุดท้ายที่ลูกค้าระบุไว้ที่มีอัตราขยายตัวสูง (กองยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบขนส่ง, สศช, 2566)

ผู้ให้บริการขนส่งสินค้ามีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับคุณภาพของสินค้าและคุณภาพการบริการที่มาพร้อมกับสินค้า หากสินค้ามีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้า แต่บริการที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดส่งสินค้าไม่มีประสิทธิภาพ อาจส่งผลให้ลูกค้าไม่พึงพอใจได้ ด้วยเหตุนี้ การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้บริโภคจึงขึ้นอยู่กับมุมมอง ทศนคติ และปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของกระบวนการผู้ให้บริการขนส่งสินค้าที่นำเสนอแก่ผู้บริโภค ดังเช่น นวรัชฌณ์ รุจิโรจน์วงศ์ (2564) ศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า ได้แก่ คุณภาพของพนักงาน ความพร้อมในการให้บริการ และการจัดการข้อผิดพลาด รวมถึงคุณภาพ การส่งมอบ สถานการณ์ทางการเงิน กำลังการผลิต และสิ่งอำนวยความสะดวกในการขนส่ง ซึ่งล้วนมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ กรวิฑ์ ชุนห่อญักษ์ (2562) ยังศึกษาพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ รูปแบบของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การเข้าใจและการรู้จักผู้ใช้บริการ ก็มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (ฤดี สุศรีเจริญสุข, 2564; ธานี ศรีไพพลย์, ชานูเดช เจริญวิริยะกุล และ วราพร ดารงค์กุลสมบัติ, 2564)

กระบวนการขนส่งสินค้าเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในยุคที่อีคอมเมิร์ซเติบโตอย่างรวดเร็ว ธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องพึ่งพากระบวนการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้การส่งมอบสินค้าเป็นไปอย่างราบรื่น แม้ว่าปัจจุบันจะมีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการขนส่งสินค้า แต่ยังคงพบปัญหาหลายประการ เช่น สินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง สินค้าได้รับความเสียหาย การจัดส่งผิดจุดหมายปลายทาง ไม่สามารถติดตามสถานะสินค้าได้แบบเรียลไทม์ รวมถึงปัญหาการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับความยินยอม ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การเลือกผู้ให้บริการขนส่งที่เหมาะสมจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญ นอกเหนือจากปัจจัยค่าบริการและระยะเวลาการขนส่งแล้ว ผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซควรพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความสามารถในการติดตามสินค้า การรับประกันความปลอดภัยของสินค้า และคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ส่งและผู้รับ (กรวิฑ์ ชุนห่อญักษ์, 2563)

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาคุณภาพของผู้ให้บริการด้านการขนส่งสินค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมโดยตรง ดังนั้นจึงควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อประเมินและพัฒนาคุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าให้สามารถตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยเหตุผลและปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น การพัฒนาการบริการด้านการขนส่งสินค้า ต้องมีการปรับปรุงและแก้ไขข้อผิดพลาด และนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เกิดประโยชน์ อย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพของผู้ให้บริการด้านการขนส่งสินค้าที่มีต่อความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา รวมทั้งข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง ปรับปรุง แก้ไข และ พัฒนาการบริการด้านการขนส่งสินค้าให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น และตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพผู้ให้บริการขนส่งสินค้าในจังหวัดระยอง
- (2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการขนส่งสินค้าทางบกกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง
- (3) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของคุณภาพของผู้ให้บริการด้านการขนส่งสินค้าที่มีต่อความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

เบญจมา แก้วเวชฌาย (2561) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ คือ การบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะ นำพาธุรกิจไปสู่การประสบความสำเร็จท่ามกลางการแข่งขัน ในธุรกิจรูปแบบเดียวกัน การบริการ อย่างมีคุณภาพจึงเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับองค์กร

มงคล ปานศรี (2562) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จท่ามกลางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อธุรกิจที่ให้บริการมีรูปแบบ การให้บริการที่คล้ายคลึงกัน และตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ดังนั้น การเน้นคุณภาพ การบริการจึงเป็นวิธีที่จะสร้างความแตกต่างให้องค์กรได้ และความแตกต่างนี้จะนำมาซึ่งการเพิ่มพูน ของผู้บริโภค

วรสิริญา ศุภธนโชติพงศ์ (2562) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความรู้สึกที่ ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการตามมาตรฐาน และคุณภาพที่เหมาะสม โดยการประเมิน หรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการ บริการ ในลักษณะของภาพรวม รวมไปถึงคุณลักษณะที่ปราศจากข้อผิดพลาด ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี ท่ามกลางการแข่งขันของธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความประทับใจ

สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ คือ สิ่งที่ได้รับบริการได้จากผู้ให้บริการ ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่ ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับหรือไม่ได้รับก็ตาม และสามารถบ่งบอกถึงมาตรฐานในการให้บริการ ของแต่ละผู้ให้บริการได้เป็นอย่างดี

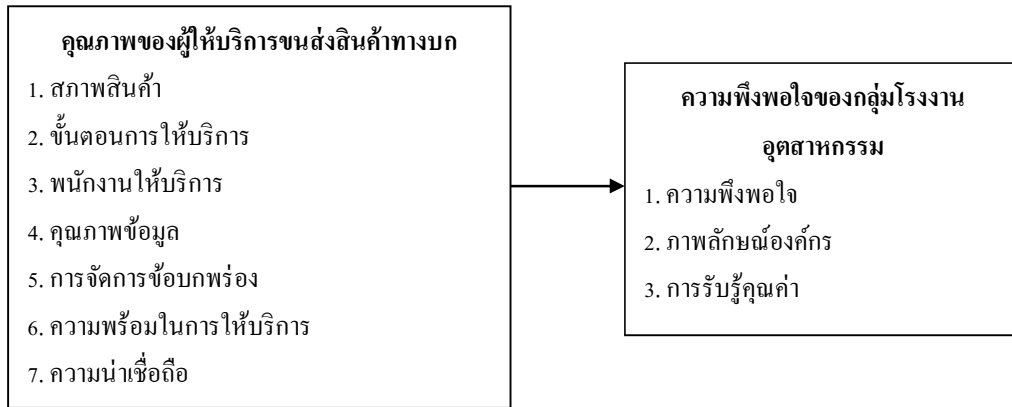
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

รัชฎาพร พันธุ์ทวี (2560) กล่าวว่าความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตได้โดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง จึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้

Maynard W. Shelly (1975) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นได้สองแบบ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ โดยความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ซึ่งเป็นความรู้สึกที่ซับซ้อน อาจกล่าวได้ว่า ความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกด้านบวก และความสุขนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามเรียกว่า "ระบบความพึงพอใจ" ซึ่งความพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อระบบมีความรู้สึกในทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบโดยความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งที่ได้รับบรรลุจุดมุ่งหมายที่คาดหวังในระดับหนึ่ง และจะลดลงเมื่อจุดมุ่งหมายนั้นได้รับการตอบสนอง

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นการประเมินของผู้บริโภค (Consumer Assessment) ที่มีต่อลักษณะของสินค้า (Produce) หรือบริการ (Service) จึงทำให้เกิดผลเมื่อมีการบริโภค (Consumption) องค์กรธุรกิจจึงต้องใช้ความสามารถให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) ด้วยระดับความพึงพอใจที่สูงขึ้นเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ทั้งนี้ Cuong (2020) ได้ใช้ตัวชี้วัดความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วย 1) ความชอบหลังการซื้อ (After Purchase Preference) 2) ได้รับประสบการณ์ที่เพลิดเพลิน (Enjoyable Experience) 3) ความไว้วางใจ (Trust) 4) การแนะนำซื้อ (Recommendation) ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์ต่อผลิตภัณฑ์ (Product) หรือบริการ (Service) หมายถึง ปฏิภานในการได้รับ (Recipient) จึงเป็นความสำคัญของระบบสื่อสารที่มีข้อมูลที่ถูกต้องโดยการนำส่งข้อความ (Messages) ที่มีผลกระทบต่อกรยอมรับเบื้องต้น (Perception) เนื่องจากทัศนคติของผู้รับ (Recipient Perspective) สามารถพิสูจน์การมีอิทธิพลของความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Satisfaction)

ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นประเด็นสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่าย ได้แก่ ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงในการจัดให้บริการแก่ผู้รับบริการ ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการได้รับการมารับบริการ โดยผู้รับบริการคาดหวังถึงความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และคุณภาพการบริการที่ดี ความพึงพอใจจึงเป็นตัวสร้างคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

คุณภาพของผู้ให้บริการด้านการขนส่งสินค้าทางบกมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการด้านการขนส่งสินค้าทางบกกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง ได้แก่ ผู้จัดการ หัวหน้า พนักงาน และ เจ้าของกิจการ จำนวน 286 คน โดยใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร โดยกำหนด ความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5 ตามสูตรของ (Taro Yamane, 1973)

เครื่องมือวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยพิจารณาจาก ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม

แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านองค์กรจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางบก จำนวน 35 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 15 ข้อ

ค่าความเชื่อมั่น

ตารางที่ 1

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของคุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งทางบกที่มีต่อความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง

Cronbach's Alpha	
คุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางบก	
1. สภาพสินค้า	0.858
2. ขั้นตอนการให้บริการ	0.774
3. พนักงานให้บริการ	0.817
4. คุณภาพข้อมูล	0.803
5. การจัดการข้อบกพร่อง	0.878
6. ความพร้อมในการให้บริการ	0.779
7. ความน่าเชื่อถือ	0.819
ความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม	
1. ความพึงพอใจ	0.708
2. ภาพลักษณ์องค์กร	0.809
3. การรับรู้คุณค่า	0.890

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ทำการวิจัยได้แบ่งวิธีการเข้าถึงข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review Data) ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาและเก็บ รวบรวมข้อมูลด้านวิชาการจากแหล่งข้อมูลและสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์บทความต่าง ๆ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Data) ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการลงพื้นที่ที่ได้ทำการสุ่มไว้ และเมื่อได้แบบสอบถามครบ จึงนำมาตรวจสอบความถูกต้อง และสมบูรณ์ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 286 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด โดยใช้สถิติต่างๆ ดังนี้

1. ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับคุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางบกและความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม

2. วิเคราะห์ระดับอิทธิพลของคุณภาพของผู้ให้บริการด้านการขนส่งสินค้าทางบกมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

(1) คุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางบกโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า อันดับแรก คือ ด้านพนักงานให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่สอง คือ ด้านคุณภาพข้อมูล อันดับที่สาม คือ ด้านการจัดการข้อบกพร่อง อันดับี่สี่ คือ ด้านความพร้อม ในการให้บริการ อันดับที่ยี่ห้า คือ ด้านสภาพสินค้า อันดับที่ยี่หก คือ ด้านความน่าเชื่อถือ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ตามลำดับ

(2) ความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า อันดับแรก คือ ด้านภาพลักษณ์องค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่สอง คือ ด้านการรับรู้คุณค่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับที่สาม คือ ด้านความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 2

ผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งทางบกที่มีต่อความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง

คุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางบก	ความพึงพอใจของกลุ่มโรงงาน					
	ความพึงพอใจ		ภาพลักษณ์องค์กร		การรับรู้คุณค่า	
	β	p	β	p	β	p
1. สภาพสินค้า	-0.396	0.000**	-0.381	0.000**	-0.359	0.000**
2. ขั้นตอนการให้บริการ	0.051	0.063	0.048	0.071	0.043	0.085
3. พนักงานให้บริการ	0.252	0.000**	0.263	0.000**	0.241	0.000**
4. คุณภาพข้อมูล	0.220	0.000**	0.214	0.000**	0.197	0.000**
5. การจัดการข้อบกพร่อง	-0.008	0.831	-0.006	0.836	-0.004	0.854
6. ความพร้อมในการให้บริการ	0.305	0.000**	0.318	0.000**	0.294	0.000**
7. ความน่าเชื่อถือ	0.486	0.000**	0.497	0.000**	0.471	0.000**

จากตารางที่ 2 พบว่าคุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งทางบกทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ สภาพสินค้า ขั้นตอนการให้บริการ พนักงานให้บริการ คุณภาพข้อมูล การจัดการข้อบกพร่อง ความพร้อมในการให้บริการ และความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลในระดับที่แตกต่างกันต่อความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

สภาพสินค้า มีอิทธิพลเชิงลบและมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) ต่อความพึงพอใจ ภาพลักษณ์องค์กร และการรับรู้คุณค่า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ทางมาตรฐาน (β) เท่ากับ -0.396, -0.381 และ -0.359 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากสภาพสินค้ามีความบกพร่องจะส่งผลต่อความพึงพอใจในทางลบอย่างมีนัยสำคัญ

ขั้นตอนการให้บริการ มีอิทธิพลเชิงบวกแต่ไม่พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ต่อทุกด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจ ภาพลักษณ์องค์กร และการรับรู้คุณค่า ซึ่งสะท้อนว่าขั้นตอนการให้บริการยังไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างชัดเจน

พนักงานให้บริการ มีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) ต่อความพึงพอใจ ภาพลักษณ์องค์กร และการรับรู้คุณค่า โดยมีค่า β อยู่ในช่วง 0.241 – 0.263 แสดงให้เห็นว่าการบริการของพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าโรงงานได้

คุณภาพข้อมูล มีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) ต่อทุกด้าน โดยมีค่า β อยู่ระหว่าง 0.197 – 0.220 แสดงว่าการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจ

การจัดการข้อบกพร่อง พบว่าไม่มีอิทธิพลและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ต่อทุกด้าน แสดงว่าลูกค้าอาจยังไม่เห็นถึงประสิทธิภาพการจัดการปัญหาที่เกิดขึ้น

ความพร้อมในการให้บริการ มีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) ต่อความพึงพอใจ ภาพลักษณ์องค์กร และการรับรู้คุณค่า โดยมีค่า β อยู่ระหว่าง 0.294–0.318 สะท้อนว่าความพร้อมและความรวดเร็วในการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความพึงพอใจ

ความน่าเชื่อถือ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติสูงสุด ($p < 0.01$) ต่อทุกด้าน โดยมีค่า β ตั้งแต่ 0.471–0.497 แสดงให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการขนส่งมีผลต่อการสร้างความพึงพอใจ ภาพลักษณ์องค์กร และการรับรู้คุณค่าได้ดีที่สุด

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยด้าน ความน่าเชื่อถือ และ ความพร้อมในการให้บริการ เป็นตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุด แสดงถึงความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยองอย่างมีนัยสำคัญ

การอภิปรายผล

(1) ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางบกโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านพนักงานให้บริการมีคะแนนสูงสุด รองลงมาคือด้านคุณภาพข้อมูล และด้านการจัดการข้อบกพร่องตามลำดับ ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการบริการที่มีประสิทธิภาพและข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำต่อผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานงานวิจัยของ ธานี ศรีไพบุลย์ และคณะ (2564) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด พบว่าคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับงานวิจัยนี้ โดยด้านที่มีคะแนนสูงสุดคือ ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ และการตอบสนองต่อลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าด้านพนักงานให้บริการมีความสำคัญสูงสุด เพราะพนักงานคือจุดสัมผัสหลักที่ลูกค้ารับรู้ถึง

คุณภาพบริการ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ ศุภจิต วิภวาทิ (2567) ที่ศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพการขนส่งพัสดุระหว่าง Shopee และ Lazada พบว่าคุณภาพบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากแต่มีความแตกต่างในบางด้าน เช่น ความน่าเชื่อถือและการสื่อสารข้อมูลที่ชัดเจน งานวิจัยนี้สะท้อนความสำคัญของ “คุณภาพข้อมูล” ซึ่งเป็นลำดับที่สองในงานวิจัยของเราที่ได้รับคะแนนสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการต้องใส่ใจทั้งในด้านบุคลากรและการจัดการข้อมูลเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด ส่วนงานวิจัยของ สุวิมล ยศกฤณา และคณะ (2567) พบว่าปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการและความเชื่อถือไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการที่งานวิจัยนี้พบว่าด้านความน่าเชื่อถือและการจัดการข้อบกพร่องก็มีคะแนนสูง จากผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของคุณภาพบริการที่ครอบคลุมทั้งบุคลากร การสื่อสารข้อมูล และการจัดการปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในบริการขนส่งสินค้าทางบก

(2) งานวิจัยพบว่าความพึงพอใจของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางบกอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านภาพลักษณ์องค์กรมีคะแนนสูงสุด รองลงมาคือการรับรู้คุณค่าและความพึงพอใจโดยรวม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับการบริการโดยตรง แต่ยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และคุณค่าที่องค์กรนำเสนอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปกิตา คำมณี (2565) พบว่าคุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และความไว้วางใจอยู่ในระดับมาก และคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าและความไว้วางใจอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ที่พบว่าภาพลักษณ์องค์กรและการรับรู้คุณค่าส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ งานวิจัยดังกล่าวยังชี้ให้เห็นว่าภาพลักษณ์และความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจและการเลือกใช้บริการในระยะยาว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันวสา จุลนิยษ์พงษ์ (2566) ที่ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านคุณภาพบริการ และความพึงพอใจรวมยังสะท้อนถึงความคุ้มค่าและความเต็มใจที่จะกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ที่พบว่าความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ กาญจนารณ์ นิลจินดา และคณะ (2567) ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ รวมถึงช่องทางจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งในงานวิจัยนี้ไม่ได้กล่าวถึงเชิงลึกด้านการตลาดมากนัก อาจเป็นข้อจำกัดในเชิงบริบทที่ควรพิจารณาในงานวิจัยต่อไป ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในงานวิจัยนี้ที่เน้นด้านภาพลักษณ์และการรับรู้คุณค่าเป็นปัจจัยสำคัญสอดคล้องกับแนวคิดของงานวิจัยก่อนหน้าที่ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ และความไว้วางใจ ที่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการ

(3) ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางบกในหลายด้าน ได้แก่ สภาพสินค้า ขั้นตอนการให้บริการ พนักงานให้บริการ คุณภาพข้อมูล การจัดการข้อบกพร่อง ความพร้อมในการให้บริการ และความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่ระดับ .01 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ชัดเจนระหว่างคุณภาพบริการกับความพึงพอใจของลูกค้า ผลนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนารณ์ นิลจินดา และคณะ (2567) ที่ชี้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เช่น ช่องทางจัดจำหน่าย ราคา ผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า ซึ่งคุณภาพบริการเป็นส่วนสำคัญที่อยู่ในองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนี้ นอกจากนี้ งานวิจัยของ ปกิตา คำมณี (2565) พบว่าคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าและความไว้วางใจ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของงานวิจัยนี้ว่าคุณภาพบริการมีผลสำคัญต่อความพึงพอใจที่เป็นตัวขับเคลื่อนการตัดสินใจใช้บริการ อีกทั้งงานวิจัยของ สุวิมล ยศกฤณา และคณะ (2567) ยังยืนยันว่าด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และความเป็นรูปธรรมของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งด่วน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการในข้อ 4 นี้ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ ศุภจิต วิภวาทิ (2567) พบว่าคุณภาพบริการบางด้าน เช่น การสื่อสารและการให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง มีความสำคัญต่อความพึงพอใจและการเลือกใช้บริการ โดยชี้ว่าผู้ประกอบการและผู้ให้บริการควรเน้นเรื่องการสื่อสารข้อมูลและความน่าเชื่อถือให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยที่ด้านคุณภาพข้อมูลและความน่าเชื่อถือได้รับคะแนนสูงและมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

(1) ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางบกควรให้ความสำคัญในการสร้างและรักษาความน่าเชื่อถือในบริการอย่างต่อเนื่อง โดยการส่งเสริมความถูกต้องและความโปร่งใสในกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและความไว้วางใจจากลูกค้า

(2) ด้านความพร้อมในการให้บริการ องค์กรควรเพิ่มความพร้อมในการให้บริการ โดยการจัดเตรียมทรัพยากรและบุคลากรที่มีคุณภาพอย่างเพียงพอ ตลอดจนการวางแผนบริหารจัดการเวลาและขั้นตอนการให้บริการให้ราบรื่น เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการตรงตามเวลาที่ตกลงและมีประสิทธิภาพสูงสุด

(3) ด้านพนักงานให้บริการ ควรพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้บริการผ่านการฝึกอบรมที่เหมาะสม ทั้งในด้านทักษะการสื่อสารและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อให้พนักงานมีความพร้อมและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่และสร้างความประทับใจ

(4) ด้านคุณภาพข้อมูล ควรเพิ่มมาตรการในการดูแลรักษาคุณภาพของข้อมูล เช่น ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูลที่ใช้ในการจัดการและติดตามการขนส่งสินค้า เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า

(5) ด้านขั้นตอนการให้บริการ ผู้บริหารควรพิจารณาปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการให้มีความชัดเจนและเป็นระบบมากขึ้น เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และลดความซับซ้อนในกระบวนการบริการ ทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีและมีความพึงพอใจมากขึ้น

(6) ด้านสภาพสินค้า ถึงแม้ว่าค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ แต่สภาพสินค้ายังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องได้รับการดูแลอย่างเข้มงวด โดยควรมีมาตรการควบคุมคุณภาพสินค้าอย่างเคร่งครัดในทุกขั้นตอน เพื่อป้องกันความเสียหายหรือข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นระหว่างทางขนส่ง

(7) ด้านการจัดการข้อบกพร่อง ควรมีการพัฒนากระบวนการจัดการและแก้ไขข้อบกพร่องอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและลดผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า แม้ผลกระทบในปัจจุบันจะน้อย แต่ก็เป็นส่วนเสริมที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมหลากหลายกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่กว้างขึ้น เพื่อเพิ่มความหลากหลายและความแม่นยำในการวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านองค์กรต่อความพึงพอใจ

(2) ควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นของปัจจัยทางการตลาด เช่น ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้เห็นภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการมากขึ้น

(3) แนะนำให้ทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับเชิงปริมาณ เพื่อเจาะลึกถึงความคิดเห็น ความต้องการ และปัญหาที่ผู้ใช้บริการเผชิญจริง ๆ ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการพัฒนาปรับปรุงบริการที่ตรงจุดมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรวิฑ์ ชุนหรือนุรักษ์. (2563). การพัฒนารูปแบบการจัดการโซ่อุปทานโลจิสติกส์เพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กองยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบขนส่ง, สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). รายงานยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบขนส่งของประเทศไทย พ.ศ. 2566–2570. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- กาญจนาภรณ์ นิลจินดา, สมชาย คงวัฒนะ, และ จิตรลดา วงศ์วารี. (2567). แนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมส่งออก. วารสารการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน, 20(1), 15–30.
- เบญญา แฉ่งเวชฉาย. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโลจิสติกส์ของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปลินดา คำมณี. (2565). รูปแบบการจัดการขนส่งสินค้าทางถนนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในภาคตะวันออก. วารสารเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ, 14(2), 45–58.
- มงคล ปานศรี. (2562). การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการจัดการซัพพลายเชนของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ, 12(3), 67–79.
- รัชฎาพร พันธุ์ทวี. (2560). การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, 4(1), 25–40.
- ราณี ศรีไพพลย์, ขาวเดช เจริญวิริยะกุล, และ วราพร ดารงค์กุลสมบัติ. (2564). รูปแบบการเพิ่มประสิทธิภาพการกระจายสินค้าในธุรกิจขนส่ง. วารสารการจัดการธุรกิจ, 17(2), 85–99.
- ฤดี สุศรีเจริญสุข. (2564). แนวทางการพัฒนาความสามารถด้านโลจิสติกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคเหนือของประเทศไทย. วารสารโลจิสติกส์สมัยใหม่, 8(1), 55–70.
- วรสิริญา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). การประเมินประสิทธิภาพศูนย์กระจายสินค้าในอุตสาหกรรมการค้าปลีก. วารสารการจัดการธุรกิจ, 13(1), 22–38.
- วันวสา จุลวนิชย์พงษ์. (2566). การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจโลจิสติกส์. วารสารวิจัยธุรกิจและนวัตกรรม, 5(2), 12–25.

- ศุภจิต วิษณุวาที. (2567). กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในยุคดิจิทัล. *วารสารวิจัยโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน*, 10(1), 1–15.
- สุวิมล ยศกุณา, นพดล ภูวิทย์พงษ์, และ ศิริลักษณ์ รัตนทวี. (2567). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์สมัยใหม่. *วารสารการจัดการทรัพยากรมนุษย์*, 11(2), 40–55.
- Maynard, W. Shelly. (1975). *Logistics Management: A Systems Approach*. Prentice Hall.