

การรับรู้คุณค่าการบริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งสินค้าพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร

Perceived Service Value Affecting the Service Efficiency of E-Commerce Freight Transportation in Bangkok Metropolis

ศิริพร ศรีพญา¹, น้าอ้อย รุ่งแสง², และ วิริตา ขวัญแพ³

Siriporn Sripaya¹, Namaoy Rusawaeng² and Viratta Kwuanpae³

Received February 20, 2025; Retrieved June 24, 2025; Accepted June 30, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณค่าการบริการ และระดับประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้คุณค่าบริการส่งผลต่อประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนตัวอย่าง 385 ราย ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .945 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีสถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้คุณค่าบริการส่งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.46 เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตอบสนองความต้องการ อยู่ในระดับมาก และอยู่ในระดับมาก 4 ด้าน ดังนี้ ด้านความเข้าใจ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและความเข้าใจความต้องการ ตามลำดับ 2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือด้านความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านความประหยัด และด้านความรวดเร็ว ตามลำดับ 3) ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและความเข้าใจความต้องการส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขต

^{1,2,3} คณะอุตสาหกรรมบริการ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

Bachelor of Business Administration Program in Logistics and Supply Chain Management, Rattana Bundit University.

Email: Siriporn_S@rbac.ac.th



กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ ความเป็นไปได้ในการพยากรณ์ของตัวแปรทั้งหมดรวมกันมีความแม่นยำที่ร้อยละ 67.3 (Adj. $R^2 = .673$)

คำสำคัญ : การรับรู้คุณค่าการบริการ, ประสิทธิภาพบริการ, บริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Abstract

This research aims to: (1) study the level of perceived service value and the level of service efficiency in e-commerce freight transportation in Bangkok Metropolis, and (2) examine the impact of service quality factors on the service efficiency of e-commerce freight transportation in Bangkok Metropolis. The sample group consists of 385 customers using e-commerce freight transportation services in Bangkok, selected through accidental sampling. The research instrument is a questionnaire with a reliability coefficient of 0.945. Data were analyzed using statistical methods, including frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The research findings indicate that: (1) the overall perception of service quality factors is at a high level, with an average score of 4.46. Ranked from highest to lowest, the key factors are responsiveness, followed by trust, assurance, tangibility, and understanding customer needs, respectively. (2) The overall perception of service efficiency in e-commerce freight transportation is at the highest level, with an average score of 4.52. Ranked from highest to lowest, the key aspects are reliability, convenience, safety, cost-effectiveness, and speed, respectively. (3) Service quality factors, including trust, assurance, tangibility, and understanding customer needs, significantly affect the efficiency of e-commerce freight transportation in Bangkok Metropolis. The predictive capability of all variables combined accounts for 67.3% accuracy (Adj. $R^2 = 0.673$).

Keywords: Perceived Service Value, Service Efficiency, E-Commerce Freight Transportation

บทนำ

ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) อย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. 2558 ได้ก่อให้เกิดปรากฏการณ์การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศสมาชิกอย่างเสรี ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ แรงงาน ทุน และเทคโนโลยี ส่งผลโดยตรงต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้น โดยเฉพาะในมิติของ



โลจิสติกส์และการบริหารห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อต้นทุนและศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจในระดับประเทศและภูมิภาค (Malabuppha, T. 2017) ในบริบทของประเทศไทย ปัจจุบันต้นทุนโลจิสติกส์ยังอยู่ในระดับสูง โดยข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ระบุว่า ต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 13.6 ของ GDP (ณ ปี 2565) ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศพัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น หรือสหรัฐอเมริกา ที่มีต้นทุนเฉลี่ยเพียงร้อยละ 8-9 ของ GDP (Office of Transport and Traffic Policy and Planning [OTP], 2023) สะท้อนถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 99 ของจำนวนธุรกิจทั้งหมดในประเทศไทย (Office of Small and Medium Enterprises Promotion [OSMEP], 2023) การศึกษาที่บูรณาการมิติของการจัดการกลยุทธ์โลจิสติกส์ร่วมกับข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของ SMEs ที่ต้องเผชิญกับปัญหาทั้งด้านทรัพยากร บุคลากร และการเข้าถึงเทคโนโลยี ช่องว่างขององค์ความรู้ (research gap) จึงอยู่ที่การศึกษาลึกซึ้งถึงแนวทางหรือแบบจำลองการจัดการโลจิสติกส์ที่เหมาะสมกับบริบทของ SMEs ไทย ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในสถานการณ์ของการแข่งขันเสรีภายใต้กรอบ AEC โดยควรมีการศึกษาแนวทางสนับสนุนจากภาครัฐและภาคส่วนต่าง ๆ ประกอบด้วย เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการซื้อขายสินค้าอย่างมาก โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้สะดวกและรวดเร็วผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้ความต้องการบริการขนส่งสินค้าขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้เร่งให้ธุรกิจขนส่งสินค้ากลายเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เนื่องจากผู้บริโภคหันมาใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ธุรกิจโลจิสติกส์จึงต้องปรับตัวให้ทันต่อแนวโน้มตลาด โดยมุ่งเน้น คุณภาพการบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า การให้บริการขนส่งสินค้าไม่ได้เป็นเพียงการเคลื่อนย้ายสินค้าเท่านั้น แต่ยังต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าในหลายมิติ เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ (Responsiveness), ความเชื่อถือได้ของระบบขนส่ง (Reliability), ความปลอดภัยของสินค้า (Security), และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ (Cost Efficiency) ทั้งนี้ ธุรกิจโลจิสติกส์ต้องบูรณาการระบบการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ผู้ให้บริการคลังสินค้า ไปจนถึงบริษัทขนส่ง เพื่อให้กระบวนการขนส่งเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบติดตามสินค้าแบบเรียลไทม์ (Real-Time Tracking), ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการวิเคราะห์เส้นทางขนส่ง และระบบอัตโนมัติในคลังสินค้า เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์ (Suwithawat, N. 2022) การแข่งขันในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศไทยมีความเข้มข้นมากขึ้นจากการเข้ามาของผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ ที่ขยายการลงทุนผ่านข้อตกลงเขตการค้าเสรีในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญกับความท้าทายในการรักษาส่วนแบ่งตลาด นอกจากนี้ สถานะเศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวนส่งผลให้ผู้ประกอบการโลจิสติกส์รายใหญ่ต้องลดต้นทุนและขยายบริการเพื่อแข่งขันกับผู้ให้บริการ



รายย่อย ดังนั้น ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาการรับรู้คุณค่าการบริการ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความสะดวก รวดเร็ว ความปลอดภัย และต้นทุนที่เหมาะสม มากขึ้น (Wajirum, W, et.al., 2022)

จากบริบทที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจศึกษาการรับรู้คุณค่าการบริการของบริษัทที่มีต่อบริษัทขนส่งสินค้าสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในปัจจุบัน โดยพิจารณาว่าการให้บริการของบริษัทขนส่งนั้นมีคุณภาพจริง หรือเป็นเพียงการเน้นปริมาณงานโดยไม่คำนึงถึงคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ และนำเสนอผลการวิจัยให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพบริการ อันจะช่วยให้บริษัทสามารถรักษาลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณค่าการบริการ และระดับประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้คุณค่าบริการส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าบริการ การจัดการโลจิสติกส์เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ (Raw Material) สินค้า (Goods) และบริการ (Services) จากต้นทาง (Source of Origin) ไปยังปลายทาง (Final Destination) อย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลา (Just in Time) โดยอาศัยเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ และซอฟต์แวร์ที่ทันสมัย เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการ การจัดการโลจิสติกส์ครอบคลุมตั้งแต่การขนส่งสินค้า (Cargoes Carriage) การเก็บรักษาสินค้า (Warehouse) และการกระจายสินค้า (Cargoes Distribution) ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า (Speed Delivery), การไหลเวียนของสินค้า (Physical Flow), การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow), การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added), และการลดต้นทุนการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้า และการขนส่ง (Cargo Handling & Carriage Cost) Subcontractor ซึ่งเป็นการตัดช่วงงานให้ผู้รับเหมาภายนอกที่ไม่ต้องใช้ทักษะหรือเทคโนโลยีมากนัก Logistics Provider ซึ่งให้บริการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการโลจิสติกส์ คุณภาพการบริการ (Service Quality) แนวคิดประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 385 ราย โดยใช้สูตรของ Khazanie, R. (1996)



การทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าบริการ

การจัดการโลจิสติกส์เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ (Raw Material) สินค้า (Goods) และบริการ (Services) จากต้นทาง (Source of Origin) ไปยังปลายทาง (Final Destination) อย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลา (Just in Time) โดยอาศัยเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ และซอฟต์แวร์ที่ทันสมัยเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการ การจัดการโลจิสติกส์ครอบคลุมตั้งแต่การขนส่งสินค้า (Cargoes Carriage) การเก็บรักษาสินค้า (Warehouse) และการกระจายสินค้า (Cargoes Distribution) ซึ่งมีเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า (Speed Delivery), การไหลลื่นของสินค้า (Physical Flow), การไหลลื่นของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow), การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added), และการลดต้นทุนการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและการขนส่ง (Cargo Handling & Carriage Cost) ทั้งนี้ การบริหารโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพต้องมีการเชื่อมโยงกิจกรรมทั้งหมดอย่างเป็นระบบ เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Wongchai, A.et.al. 2017) ประเภทของผู้ให้บริการโลจิสติกส์แบ่งออกเป็น 4 ระดับหลัก ได้แก่ (1) Subcontractor ซึ่งเป็นการตัดช่วงงานให้ผู้รับเหมาภายนอกที่ไม่ต้องใช้ทักษะหรือเทคโนโลยีมากนัก (2) Logistics Provider ซึ่งให้บริการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการโลจิสติกส์ โดยต้องใช้ทักษะเฉพาะด้านและเทคโนโลยีระดับหนึ่ง (3) Third-Party Logistics (3PL) ที่ดำเนินงานในระดับ Global Network และมีความเป็นบูรณาการกับระบบซัพพลายเชน และ (4) Fourth-Party Logistics (4PL) ซึ่งเป็นผู้ให้บริการที่มีการบูรณาการสูงสุด โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางบริหารจัดการผู้ให้บริการ 3PL หลายรายเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามมาตรฐานและเงื่อนไขของลูกค้า (Mueanjai, T. 2017)

Parasuraman A., et. al. (2013) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ คุณภาพการบริการ (Service Quality) ว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากการรับบริการ ซึ่งลูกค้าจะใช้เกณฑ์ 5 ด้านหลักในการประเมินคุณภาพการบริการ ดังนี้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึงลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถสัมผัสและรับรู้ได้ เช่น สภาพแวดล้อมในการให้บริการ อุปกรณ์สำนักงาน การแต่งกายของพนักงาน ความสะอาด และการจัดระเบียบของสถานที่ให้บริการ ซึ่งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การให้บริการต้องมีความถูกต้อง สม่าเสมอ และตรงตามข้อตกลงกับลูกค้าเสมอ ลูกค้าคาดหวังให้ได้รับบริการที่มีมาตรฐานเดียวกันทุกครั้ง รวมถึงการมีพนักงานเพียงพอและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ความรวดเร็วและความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานต้องพร้อมช่วยเหลือลูกค้า ไม่ปล่อยให้รอนาน มีระบบที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการ เพื่อลดความล่าช้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) พนักงานต้องมีความรู้ความสามารถในงานบริการ มีทักษะในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง รวมถึงมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพื่อสร้างความไว้วางใจและทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) การให้บริการที่เอาใจใส่ลูกค้าอย่างเป็น



กันเอง ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละราย และให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล

แนวคิดประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง

Keebler et al. (as cited in Apiprachasakul, 2007) ได้เสนอหลักของ การขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ความรวดเร็ว (Speed) การขนส่งต้องสามารถนำสินค้าและบริการไปสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา และคงคุณภาพ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า, การประหยัด (Economy) ต้องลดต้นทุนการขนส่งและค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด โดยไม่กระทบต่อคุณภาพของบริการ, ความปลอดภัย (Safety) ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของสินค้า ผู้โดยสาร และยานพาหนะ ผู้ประกอบการขนส่งต้องมีความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น, ความสะดวกสบาย (Convenience) ระบบขนส่งต้องให้ความสะดวกแก่ทั้งผู้โดยสารและการขนส่งสินค้า โดยมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่เหมาะสม และความแน่นอนและตรงต่อเวลา (Certainty and Punctuality) ต้องมีการกำหนดเวลาเดินทางที่แน่นอนและเชื่อถือได้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถวางแผนล่วงหน้าได้อย่างแม่นยำ จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปว่า แนวคิดประสิทธิภาพการบริการ (Service Efficiency) เน้นการให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ลดต้นทุน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน องค์ประกอบสำคัญของประสิทธิภาพการบริการ ได้แก่ เวลาในการให้บริการ (Service Time) การให้บริการที่รวดเร็วเพื่อลดเวลารอคอยของลูกค้า การใช้ทรัพยากร (Resource Utilization) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดการสูญเสีย, ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) ความสามารถในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของลูกค้า คุณภาพการบริการ (Service Quality) การรักษาคุณภาพบริการแม้ว่าจะเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพ และการลดข้อผิดพลาด (Error Reduction) การลดข้อผิดพลาดและปรับปรุงกระบวนการให้บริการ

ประชากร

ประชากร ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 385 ราย โดยใช้สูตรของ Khazanie, R. (1996)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

กำหนดประเด็นคำถามแบบปลายปิด โดยอ้างอิงจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาประยุกต์ให้สอดคล้องกับเรื่องที่ศึกษา ซึ่งเนื้อหาในแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเพื่อประเมินปัจจัยการรับรู้คุณค่าการบริการ ได้แก่ ความเชื่อใจ การให้ความมั่นใจ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเข้าใจความต้องการ และการตอบสนองความต้องการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อประเมินประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง ได้แก่ ด้านความรวดเร็ว ด้านความประหยัด ความปลอดภัย ความสะดวก และความน่าเชื่อถือ



ผู้วิจัยได้ดำเนินการวางแผนเพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาและสังเคราะห์พร้อมทั้งประมวลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญซึ่งให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมหรือตัดทอนรายการให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาข้อความแต่ละข้อในเครื่องมือวัดความตรงเชิงเนื้อหา โดยกำหนดคะแนนสำหรับการพิจารณาคำถามแต่ละข้อได้ค่า IOC เท่ากับ 0.97

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในองค์กรการพยาบาลและการตัดสินใจใช้บริการ เพื่อให้ได้ตัวแปร แล้วนำมากำหนดกรอบแนวคิด และสมมติฐานในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการสร้างเครื่องมือตามจุดมุ่งหมาย
2. สร้างข้อคำถาม ให้ครอบคลุมประเด็นที่ศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าบริการและประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัยซึ่งได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ตามเกณฑ์การวิเคราะห์ของ Best (1981)
2. การวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้คุณค่าการบริการส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณค่าการบริการ และระดับประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 แสดงการรับรู้คุณค่าการบริการ

การรับรู้คุณค่าการบริการ	Mean	Std. Deviation
ความเข้าใจ	4.49	.442
การให้ความมั่นใจ	4.46	.479
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.44	.507
ความเข้าใจความต้องการ	4.44	.468
การตอบสนองความต้องการ	4.50	.447
รวม	4.46	.373



จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้คุณค่าการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตอบสนองความต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาคือ ด้านความเชื่อใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ด้านการให้ความมั่นใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและความเข้าใจความต้องการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประสิทธิภาพบริการขนส่ง	Mean	Std. Deviation
ด้านความรวดเร็ว	4.45	.476
ด้านความประหยัด	4.52	.433
ด้านความปลอดภัย	4.53	.430
ด้านความสะดวก	4.54	.373
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.55	.456
TB	4.52	.321

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาคือ ด้านความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ด้านความประหยัด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และด้านความรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ตามลำดับ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าบริการส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่าบริการส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยการรับรู้คุณค่าบริการ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.542	.116		13.283	.000**
ด้านความเชื่อใจ	.243	.036	.335	6.691	.000**
ด้านการให้ความมั่นใจ	.163	.035	.243	4.665	.000**
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	.137	.033	.216	4.168	.000**



ความเข้าใจความต้องการ	.075	.031	.110	2.405	.017*
ด้านการตอบสนองความต้องการ	.049	.031	.068	1.577	.116

R = .823^a R Square = .677 Adjusted R Square. = .673 Std. Error of the Estimate=.18353

Durbin-Watson=1.918

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.01, * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าบริการ ด้านความเชื่อใจ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและความเข้าใจความต้องการส่งผลต่อประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามลำดับ ทั้งนี้ ความเป็นไปได้ในการพยากรณ์ของตัวแปรทั้งหมดรวมกันมีความแม่นยำที่ร้อยละ 67.3 (Adj. R²=.673)

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องการรับรู้คุณค่าการบริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

สรุป

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้คุณค่าการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตอบสนองความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาคือ ด้านความเชื่อใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ด้านการให้ความมั่นใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและความเข้าใจความต้องการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ตามลำดับ และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาคือ ด้านความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ด้านความประหยัด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และด้านความรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ตามลำดับ

จากจุดประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าบริการ ด้านความเชื่อใจ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและความเข้าใจความต้องการส่งผลต่อประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามลำดับ ทั้งนี้ ความเป็นไปได้ในการพยากรณ์ของตัวแปรทั้งหมดรวมกันมีความแม่นยำที่ร้อยละ 67.3 (Adj. R²=.673)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้คุณค่าการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนี้ ด้านการตอบสนองความต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเชื่อใจ อยู่ในระดับมาก ด้านการให้ความมั่นใจ อยู่ในระดับมาก ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและความ



เข้าใจความต้องการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริการที่ได้รับสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนี้ ความเชื่อใจในบริการอาจเกิดจากประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการที่ผ่านมา หรือภาพลักษณ์ขององค์กรที่น่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ อาจเกิดจากบุคลากรที่ให้บริการมีความเชี่ยวชาญ มีทักษะในการสื่อสาร และสามารถสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าได้ ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและความเข้าใจความต้องการของลูกค้า อาจเป็นผลมาจากการมีมาตรฐานการให้บริการที่ชัดเจน ระบบการดำเนินงานที่เป็นระบบ รวมถึงความสามารถในการปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม สอดคล้องกับ Yosakun, S., & Saenmuang, M. (2024) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งด่วน ในพื้นที่เขต EEC ประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่าอันดับแรก คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ อันดับที่สอง ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า อันดับสาม ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า อันดับสี่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และอันดับสุดท้ายด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความประหยัด อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้อาจอาจเป็นเพราะปัจจุบันธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เติบโตอย่างรวดเร็วส่งผลให้บริการขนส่งสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสบการณ์ของผู้บริโภค โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและมีความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้าสูง หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือเพราะบริษัทขนส่งมีมาตรฐานการให้บริการที่ชัดเจน มีระบบติดตามสถานะพัสดุแบบเรียลไทม์ และมีการบริหารจัดการที่ช่วยให้สามารถจัดส่งสินค้าได้ตามกำหนดเวลาอย่างแม่นยำ สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าสินค้าจะถึงมือผู้รับในสภาพที่สมบูรณ์ รองลงมาคือ ความสะดวก การพัฒนาเทคโนโลยีทำให้บริการขนส่งในกรุงเทพฯ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย โดยลูกค้าสามารถใช้แอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ในการเรียกใช้บริการ ตรวจสอบสถานะการจัดส่ง และเลือกสถานที่รับสินค้าได้ตามต้องการ ในด้านความปลอดภัยอาจเป็นผลจากมาตรการป้องกันความเสียหายของสินค้าที่บริษัทขนส่งนำมาใช้ ความประหยัดอาจเป็นเพราะการแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมขนส่งทำให้บริษัทต่าง ๆ ต้องนำเสนอบริการที่คุ้มค่า มีโปรโมชั่นส่วนลดค่าขนส่ง และมีแพ็คเกจบริการที่หลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับงบประมาณของลูกค้า สุดท้ายคือ ความรวดเร็ว การจราจรที่หนาแน่นอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้การขนส่งบางครั้งล่าช้า ระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ เช่น ศูนย์กระจายสินค้าที่ตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ และเครือข่ายขนส่งที่มีหลายทางเลือก ช่วยให้สามารถส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับ Son-Ong, S. (2019) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดของประเทศไทย พบว่า บริษัทส่งออกปลาสดของประเทศไทยให้ความสำคัญต่อ



การเลือกให้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า ด้านการเงินมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับราคาค่าขนส่งมีความเหมาะสม รองลงมาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความรวดเร็ว ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกสบาย ด้านความน่าเชื่อถือและตรงต่อเวลา และด้านบุคลากร

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การรับรู้คุณค่าการบริการ ด้านความเชื่อใจ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและความเข้าใจความต้องการส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามลำดับ ทั้งนี้อาจอาจเป็นลูกค้าคาดหวังให้สินค้าของตนได้รับการดูแลอย่างปลอดภัยและส่งถึงปลายทางตามเวลาที่กำหนด ความเชื่อใจเกิดจากความสม่ำเสมอของการให้บริการ ระบบติดตามพัสดุที่โปร่งใส และประวัติความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่ง หากลูกค้ารู้สึกมั่นใจว่าสินค้าจะถึงปลายทางโดยไม่มีปัญหา ก็จะเพิ่มความพึงพอใจและความไว้วางใจในบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ อาจเกิดจากปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการซึ่งต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และสามารถให้ข้อมูลหรือช่วยเหลือลูกค้าได้อย่างชัดเจน การให้ความมั่นใจยังรวมถึงนโยบายการรับประกันความเสียหาย การให้บริการลูกค้าอย่างเป็นมืออาชีพ และระบบรักษาความปลอดภัยที่ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกอุ่นใจในการใช้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและความเข้าใจความต้องการ อาจเป็นเพราะลูกค้าต้องการเห็นมาตรฐานที่ชัดเจนของบริการ เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ รถขนส่งที่ทันสมัย และระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ ความเข้าใจความต้องการของลูกค้าก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญ เพราะหากบริษัทขนส่งสามารถปรับบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เช่น มีตัวเลือกการจัดส่งที่ยืดหยุ่นหรือมีจุดรับสินค้าที่สะดวก ก็จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของบริการโดยรวม สอดคล้องกับ Rattanawichai, C., & Niruttikul, N. (2024) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีของผู้ใช้บริการในการใช้บริการขนส่งทางถนน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความตรงต่อเวลา ด้านความพร้อมในการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความปลอดภัย และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มีข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังนี้

1. ควรส่งเสริมและยกระดับการให้บริการในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีความเป็นรายบุคคลมากยิ่งขึ้น ควรเน้นการปรับปรุงบริการให้สามารถรองรับความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างเฉพาะเจาะจง เช่น การจัดส่งตามเวลาที่ลูกค้ากำหนด การมีบริการเสริมแบบเลือกได้ตามงบประมาณ และการให้คำปรึกษาที่เหมาะสมกับลักษณะสินค้าที่จัดส่ง เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นและสร้างความพึงพอใจอย่างยิ่ง

2. ควรลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือและความสะดวกในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ควรเน้นการพัฒนาระบบติดตามสถานะพัสดุแบบเรียลไทม์ให้แม่นยำและใช้งานง่าย ควบคู่กับการปรับปรุงช่องทางดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเรียกใช้บริการ



ติดตาม และติดต่อสอบถามได้ตลอดเวลา ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มความเชื่อมั่นและความสะดวกในการใช้บริการในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

สำหรับการวิจัยในอนาคต ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังปัจจัยอื่นที่อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น บทบาทของเทคโนโลยี AI และ Big Data ในการพัฒนาโลจิสติกส์อัจฉริยะ ผลกระทบของนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้า หรือ การวิเคราะห์เปรียบเทียบบริการขนส่งในเขตเมืองและชนบท เพื่อให้เข้าใจถึงข้อจำกัดและโอกาสในการปรับปรุง สามารถช่วยให้ธุรกิจขนส่งปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด นอกจากนี้ ควรมีการวิจัยเชิงทดลองเกี่ยวกับประสิทธิภาพของโมเดลขนส่งใหม่ เช่น ระบบโดรนหรือยานยนต์ขับเคลื่อนอัตโนมัติ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการลดต้นทุนและเพิ่มความรวดเร็วของบริการ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้คุณค่าบริการ ได้แก่ ความเชื่อใจ ความมั่นใจ ความเป็นรูปธรรมของบริการ และความเข้าใจความต้องการของลูกค้า ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพการขนส่ง นอกจากนี้ งานวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ความน่าเชื่อถือ ความสะดวก ความปลอดภัย ความประหยัด และความรวดเร็วเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้บริการขนส่งมีคุณภาพและสามารถแข่งขันในตลาดได้

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพบริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ อย่างชัดเจน

1. สร้างความเชื่อใจในบริการ

– ลูกค้าต้องการความไว้วางใจจากผู้ให้บริการ ดังนั้นควรมุ่งเน้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน โปร่งใส และรักษาคำมั่นสัญญา เพื่อสร้างความเชื่อมั่น

2. เสริมสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า

– การทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในคุณภาพของ บริการเป็นสิ่งสำคัญ ควรพัฒนาความสามารถของพนักงาน แสดงให้เห็นถึง มาตรฐานการให้บริการ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

3. พัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

– การมีระบบการให้บริการที่ ชัดเจน ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และสร้างบรรยากาศที่น่าเชื่อถือ จะช่วยให้ ลูกค้าสัมผัสได้ถึงคุณภาพและความเป็นมืออาชีพ

4. ทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า

– การใส่ใจในความต้องการของ ลูกค้าจะช่วยให้สามารถตอบสนองได้ตรงจุด องค์กรควรเปิดช่องทางให้ลูกค้า แสดงความคิดเห็น และนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงการบริการ

5. ปรับปรุงการตอบสนองลูกค้า



– แม้ปัจจัยนี้อาจไม่ได้ส่งผลโดยตรงมากนัก แต่ การมีระบบที่ตอบสนองลูกค้าได้รวดเร็ว เช่น การให้ข้อมูลที่ชัดเจน มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก และมีทีมงานที่พร้อมช่วยเหลือ จะช่วยให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชมพูท รัตนวิชัย และ นิภา นิรุตติกุล. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการในการใช้บริการขนส่งทางถนน ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 9(12), 106–121.
- ธนกร เหมือนใจ. (2560). ปัจจัยและกิจกรรมทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จังหวัดนครนายก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ธนาวัฒน์ มาลาบุปผา. 2560). *จับตาสถานการณ์โลจิสติกส์ในไทย*. สืบค้นจาก <https://startwithwai.com/2017/04/18/ecommerce-logistics/>
- สุวิมล ยศกุณา, และมุกดาฉาย แสนเมือง. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งด่วน ในพื้นที่เขต EEC ประเทศไทย. *วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ*, 7(2), 18-28
- สุวัฒน์ นวลขาว. (2565). การพัฒนาประสิทธิภาพซัพพลายเชนที่ยั่งยืนของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 24(3), 159-174
- ศิริอร สอนงค์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า ของบริษัทส่งออกปลาสดของประเทศไทย. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 11(1), 79–90
- วณิชญดา วาจิรัมย์, ญัฐวิวัฒน์ ภควันฉัตร และกฤติยา อิศวเรศตระกูล. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการขนส่งสินค้า บนถนนในจังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 8(2), 145-154
- Best J. W. (1981). *Research in Education*, 4th Edition , New Delhi, Prentice Hall Of India Pvt. Ltd..
- Khazanie, R. (1996). *Statistics in a world of applications* (4th ed.). Harper Collins College Publishers.
- Parasuraman, A., et. al. (2013). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41–50.
- Office of Transport and Traffic Policy and Planning [OTP], (2023) Searched on June 25, 2525 Form https://www.otp.go.th/uploads/tiny_uploads/AnnualReport/2566/OTPAnnualReportENG2566_comp.pdf



Translated Thai References

- Malabuppha, T. (2017). *Keep an eye on the logistics situation in Thailand*. [Logistics situation in Thailand]. Retrieved from <https://startwithwai.com/2017/04/18/ecommerce-logistics/> (in Thai)
- Mueanjai, T. (2017). *Factors and logistics activities affecting the transportation efficiency of flower and ornamental plant business entrepreneurs in Khlong 15 flower village, Nakhon Nayok province* (Master's thesis, Rajamangala University of Technology Thanyaburi). (In Thai)
- Rattanawichai, C., & Niruttikul, N. (2024). Factors affecting service user loyalty in using road transport services in industrial estates, Chonburi province. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 9(12), 106–121. (In Thai)
- Son-Ong, S. (2019). Factors influencing the selection of freight service providers by Thai ornamental fish export companies. *Panyapiwat Journal*, 11(1), 79–90. (In Thai)
- Suwithawat, N. (2022). Sustainable supply chain performance development of e-commerce freight service providers in Thailand. *Journal of Management Sciences Review*, 24(3), 159–174. (In Thai)
- Wajirum, W., et.al. (2022). Factors affecting the development of the logistics system for road transportation in Mae Hong Son province. *Western University Research Journal of Humanities and Social Science*, 8(2), 145–154. (In Thai)
- Wongchai, A., et.al. (2017). Development of a solid-phase extraction method with simple MEKC-UV analysis for simultaneous detection of indole metabolites in human urine after administration of indole dietary supplement. (In Thai)
- Yosakun, S., & Saenmuang, M. (2024). Factors influencing the decision to use express delivery services in the EEC area of Thailand. *Journal of Buddhist Innovation and Management*, 7(2), 18–28. (In Thai)

