



## การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ระหว่างประเทศมาเลเซียและประเทศไทย

### A Comparison of Performance for Logistics Service Provider Between Malaysia and Thailand

อุษณี กองรักษเวช Aussanee Kongraksawech<sup>1,\*+</sup>, ปกัศร ชัยวัฒน์ Papisson Chaiwat<sup>2</sup>  
ธัญญา วสุตรี Thananya Wasusri<sup>3</sup>, ทวีศักดิ์ ฤกษ์เจริญญ์ Taweesak Kritjaroen<sup>4</sup>  
จิรัชัย พุทธกุลสมศิริ Jirachai Buddhakulsomsiri<sup>5</sup>

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร

<sup>2</sup> Ph.D, อาจารย์ประจำสาขาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร

<sup>3</sup> Ph.D, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร

<sup>4</sup> Ph.D, อาจารย์ประจำสาขาการจัดการองค์กร บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร

<sup>5</sup> Ph.D, รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิศวกรรมเครื่องกลและระบบการผลิต คณะวิศวกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะประเมินประสิทธิภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของ  
ประเทศมาเลเซียเปรียบเทียบกับประเทศไทย เพื่อนำผลของการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการ  
ปรับปรุงการให้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูล  
ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซีย จำนวน 13 คน ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซีย

\* E-mail address: aumsmalleye@gmail.com

+ การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องด้วยการสนับสนุนทุนการวิจัย จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)  
และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และคณะผู้วิจัยต้องขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือใน  
การวิจัยครั้งนี้

จำนวน 10 คน ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย จำนวน 67 คน และผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย จำนวน 102 คน และใช้การวิเคราะห์คุณภาพบริการของแต่ละประเทศตาม 5 มิติ ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า รวมทั้งเปรียบเทียบศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งสองประเทศด้วยเครื่องมือที่ใช้วัดความสามารถในการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน (SCM/ Logistics Scorecard: LSC) โดยผลการวิจัยพบว่า 1. การรับรู้คุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในทุกมิติ (การตอบสนองต่อลูกค้า การสร้างความมั่นใจให้แกลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความน่าเชื่อถือ และรูปลักษณ์ทางกายภาพ) ของประเทศมาเลเซียและประเทศไทยอยู่ในเกณฑ์ดี และมีค่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2. การวิเคราะห์ช่องว่างคุณภาพบริการที่ 1 ยังแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียมีความเข้าใจความคาดหวังของผู้ใช้บริการมากกว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ทั้งทางด้านการตอบสนองต่อลูกค้า การสร้างความมั่นใจให้แกลูกค้า และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า แต่อย่างไรก็ตามด้านความน่าเชื่อถือ และด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียมีความเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าน้อยกว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย 3. การวิเคราะห์ช่องว่างคุณภาพบริการที่ 5 พบว่าผู้ใช้บริการของประเทศไทยยังไม่พึงพอใจต่อบริการที่ได้รับในทุกด้าน และผู้ใช้บริการในประเทศมาเลเซียมีความพึงพอใจในทุกมิติคุณภาพบริการมากกว่าผู้ใช้บริการของประเทศไทย 4. การประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานด้วย LSC พบว่า ผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่ต่ำกว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียทั้ง 5 ด้าน แก่ กลยุทธ์ของสถานประกอบการ การวางแผนและความสามารถในการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านโลจิสติกส์ ระบบการบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ และความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ และสุดท้าย ผลการวิจัยได้แสดงถึงความจำเป็นในการพัฒนาคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทยให้เท่าเทียมกับประเทศมาเลเซีย และตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้บริการมากขึ้นด้วย

**คำสำคัญ:** คุณภาพบริการ, ผู้ให้บริการโลจิสติกส์, SERVQUAL

## ABSTRACT

The research aims to measure service quality for Malaysia and Thailand logistics service providers (LSPs). The results can be used to improve service quality of Thailand's LSPs. Data collected in this study is done by many questionnaires. The sample included 13 Malaysia's LSPs, 10 Malaysia logistics users, 67 Thailand's LSPs and 102 Thailand logistics users. The data was analyzed on the service quality of each country in five dimensions which are tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy. SCM/ logistics scorecard is also utilized to compare the performance between those two countries. The 4 results are found

อุษณี กองรักษาเวช, ปภัศร ชัยวัฒน์, ธนัญญา วสุศรี, ทวีศักดิ์ กฤษะเจริญ และ จิรัชัย พุทธกุลสมศิริ

in this research: 1. The users' perceived service quality of both countries are high and are not different in the five dimensions (responsiveness, assurance, empathy, reliability and tangibility). 2. The 1<sup>st</sup> gap analysis shows that Malaysia's LSPs have better understanding of their customers' expectations than Thailand's LSPs in terms of responsiveness, assurance and empathy. However, Malaysia's LSPs have less understanding of their customers' expectations than Thailand's LSPs in terms of reliability and tangible. 3. The 5<sup>th</sup> gap analysis shows that users do not satisfy with service received from all dimensions. The 5<sup>th</sup> gap was compared between Malaysia and Thailand's LSPs. Malaysia users are more satisfied in all dimensions than those of Thailand users. 4. Overall performance on logistics and supply chain management of Thailand's LSPs is lower than Malaysia's LSPs in term of corporate strategy, planning and operation capability, logistics performance, IT management and collaboration with business partners. Therefore Thailand's LSPs should improve the service quality to be equitable to Malaysia's LSPs and to gain more satisfaction from the users.

**Keywords:** Service Quality, Logistic Service Providers (LSPs), SERVQUAL

---

## บทนำ

ปัจจุบันโลกเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ระบบเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลง ทุกประเทศต่างมีแนวโน้มเปิดเสรีทั้งการค้าและบริการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้มากขึ้น เช่นเดียวกับประเทศในกลุ่มอาเซียนที่ได้ตระหนักในเรื่องของความสำคัญของการเปิดเสรีทางการค้าและการบริการเช่นกัน จึงมีการทำข้อตกลงเกี่ยวกับการเจรจาการค้าและบริการภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Services: AFAS) โดยเปิดเสรีการบริการใน 5 สาขา อันได้แก่ สาขาโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาสุขภาพ สาขาการท่องเที่ยว สาขาการบิน และสาขาบริการโลจิสติกส์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2552: 5) การเปิดเสรีทางการค้าส่งผลให้แนวโน้มความต้องการของไทยในเรื่องของสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2536 ก่อนที่อาเซียนจะมีเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) มูลค่าการค้ารวมระหว่างประเทศไทยกับอาเซียนคิดเป็นร้อยละ 13.7 ของมูลค่าการค้ารวมของประเทศไทย แต่หลังจากเกิดเขตการค้าเสรีอาเซียนและการลดภาษีนำเข้าระหว่างประเทศสมาชิก มูลค่าการค้ารวมระหว่างประเทศไทยกับอาเซียนได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยมา ในปี พ.ศ. 2554 มูลค่าการค้ารวมระหว่างประเทศไทยกับอาเซียนคิดเป็นร้อยละ 20 ของมูลค่าการค้ารวมของประเทศไทย (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2555: 2)

เมื่อความต้องการสินค้าและบริการขยายตัว ทำให้การบริหารจัดการโลจิสติกส์เป็นสิ่งสำคัญในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ การบริหารจัดการโลจิสติกส์ในองค์กร จึงนับเป็นแนวทางหนึ่งใน

หลายแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (Parasuraman *et al.*, 1990 และ นริศรา และ ฐราชธร, 2554: 54) แต่ของสภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม ยังขาดการรวมตัว ขาดเทคโนโลยีเพื่อที่จะนำมาใช้ในการจัดการโลจิสติกส์ขาดการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐาน และเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ยาก (Artikhom, 2012: 7) การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ย่อมเกิดผลกระทบต่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ธุรกิจจะมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น ผู้ให้บริการควรเพิ่มความขีดความสามารถในการแข่งขัน และปรับปรุงคุณภาพของการบริการ เพื่อสร้างโอกาสรวมทั้งความเข้มแข็งให้กับธุรกิจในการที่จะแข่งขันกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์จากต่างชาติ (Sumantri and Lau, 2011: 34-50)

ในบรรดาประเทศสมาชิกของอาเซียน ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่น่าสนใจเนื่องด้วยมีอาณาเขตติดต่อกับภาคใต้ของประเทศไทย ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในการค้าและบริการระหว่างประเทศได้โดยง่าย เมื่อพิจารณาภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจและการค้า ในเวทีการค้าโลก ประเทศมาเลเซียถูกจัดว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยรายหนึ่ง (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2555: 1) เมื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซีย ประเทศมาเลเซียยังนำหน้าไทยในหลายๆ ด้านรวมทั้งด้านโลจิสติกส์ เนื่องด้วยภาพรวมทางด้านศักยภาพโลจิสติกส์ของประเทศไทยยังคงไม่มีการพัฒนาอย่างเหมาะสม จากผลการวิจัยของธนาคารโลกที่ได้มีการเปรียบเทียบดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index: LPI) ของประเทศไทยกับประเทศต่างๆ ทั่วโลก จำนวน 155 ประเทศ พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2555 ประเทศไทยมีประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทย ได้รับการจัดลำดับอยู่ที่ 31 ของโลก แต่ในปี พ.ศ. 2553 กลับโดนปรับลำดับลดลงมาอยู่ที่ลำดับ 35 และในปี พ.ศ. 2555 อยู่ลำดับที่ 38 ซึ่งตามหลังประเทศมาเลเซียในสัดส่วนที่มากขึ้น นอกจากนี้ค่าคะแนนในแต่ละปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัย อันได้แก่ กระบวนการศุลกากร โครงสร้างพื้นฐาน การขนส่งระหว่างสินค้าประเทศขีดความสามารถการให้บริการโลจิสติกส์ การติดตามสินค้า และการส่งมอบตรงเวลา โดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียในปี พ.ศ. 2555 พบว่าประเทศไทยได้คะแนนน้อยกว่าประเทศมาเลเซียในทุกปัจจัย (World Bank, 2012)

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย เพื่อให้ผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ของประเทศไทยได้รับรู้ประสิทธิภาพบริการอย่างแท้จริง โดยทำการวิเคราะห์ตามแต่ละมิติ เพื่อให้เห็นความแตกต่างของประสิทธิภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศมาเลเซีย และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพบริการให้ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ของประเทศไทยต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียและประเทศไทย
2. เพื่อเข้าใจปัญหาของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศมาเลเซีย และหาโอกาสเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย

## ประโยชน์ของการวิจัย

1. เพื่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการให้บริการโลจิสติกส์รับรู้ถึงปัญหา และประเด็นของ ประสิทธิภาพของบริการที่ควรปรับปรุงแก้ไข
2. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการให้บริการโลจิสติกส์ในการพัฒนา และปรับปรุงประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์
3. เพื่อเป็นประโยชน์แก่นักวิจัย นักศึกษา ตลอดจนผู้ที่มีความสนใจ ในการศึกษาเรื่องผู้ ให้บริการโลจิสติกส์ เพื่อใช้งานวิจัยนี้เป็นแหล่งอ้างอิงต่อไป

## การทบทวนวรรณกรรม

### คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญต่อธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการให้บริการโลจิสติกส์ก็เช่นเดียวกัน ซึ่งคุณภาพการบริการสามารถนำมาใช้เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันได้ โดย Lewis and Bloom (1983: 99-107) กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่วัดระดับคุณภาพของการบริการที่ส่งมอบไปให้แก่ลูกค้าว่าสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าได้มากน้อยเพียงใด เมื่อลูกค้าได้รับบริการแล้วก็จะรับรู้บริการที่เกิดขึ้นจริงลูกค้าก็จะนำความคาดหวังที่มีในใจมาเปรียบเทียบกับความ การรับรู้ (Zeithaml and Bitner, 1996: 5; Fitzsimmons and Fitzsimmons, 2001: 43-48) มีผู้วิจัยที่ได้พัฒนาเครื่องมือเพื่อใช้ในการวัดคุณภาพที่เรียกว่า SERVQUAL

### SERVQUAL

เริ่มต้นที่ Parasuraman, Zeithaml และ Berry ได้พัฒนาช่องว่างคุณภาพ (Gap Model) เพื่อใช้ในการวัดคุณภาพบริการโดยใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและสิ่งที่ลูกค้ารับรู้ (Blesic *et al.*, 2011: 40-52) โดยจากความแตกต่างของ 2 สิ่งนี้จึงเกิดเป็นช่องว่างด้านคุณภาพซึ่งความแตกต่างของกระบวนการบริการตามตัวแบบนี้สามารถแบ่งได้เป็น 5 รูปแบบ (Parasuraman *et al.*, 1985: 41-50) ได้แก่

**ช่องว่างที่ 1:** ช่วงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ของผู้บริหาร เกิดจากผู้บริหารไม่เข้าใจความคาดหวังที่แท้จริงของลูกค้า

**ช่องว่างที่ 2:** ช่วงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าที่ผู้บริหารรับรู้และมาตรฐานคุณภาพของการบริการ ซึ่งผู้บริหารรับรู้ความคาดหวังที่แท้จริงของลูกค้า แต่ผู้บริหารอาจจะไม่มีการกำหนดขอบเขตและมาตรฐานการทำงานที่ชัดเจน

**ช่องว่างที่ 3:** ช่วงความแตกต่างระหว่างมาตรฐานการบริการและกระบวนการส่งมอบบริการเกิดขึ้นเนื่องมาจากการบริการที่ไม่มีประสิทธิภาพ

**ช่องว่างที่ 4:** ช่วงความแตกต่างระหว่างการส่งมอบบริการและความคาดหวังของลูกค้าที่เกิดจากการได้รับการสื่อสารที่เกินจริงเกิดขึ้นเนื่องจากลูกค้าได้รับบริการไม่ตรงตามโฆษณาที่แจ้งลูกค้าไว้

**ช่องว่างที่ 5:** ช่วงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและบริการที่ลูกค้ารับรู้ ช่องว่างนี้จะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับบริการที่แตกต่างจากบริการที่คาดหวัง ซึ่งช่องว่างที่ 5 จะมีขึ้นกับขนาดและทิศทางของช่องว่างที่ 1-4 ที่เชื่อมโยงกับการส่งมอบบริการ

ต่อมา Parasuraman, Zeithaml และ Berry มีการวิจัยเพื่อปรับปรุงตัวแบบช่องว่างคุณภาพบริการและพัฒนาเป็นเครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL เพื่อใช้ในการประเมินคุณภาพบริการใน 5 มิติ มีรายละเอียดดังนี้ (Fitzsimmons and Fitzsimmons, 2001: 43-48; Mudie and Angela, 2006: 92-93)

**1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)** คือ ความสามารถในการส่งมอบบริการได้ถูกต้องได้ตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าและประสิทธิภาพของบริการที่น่าเชื่อถือต้องตรงตามความคาดหวังของลูกค้า การบริการต้องทันภายในเวลาที่กำหนด รวมถึงการบริการต้องไม่เกิดความผิดพลาด

**2. การตอบสนองในการให้บริการ (Responsiveness)** คือ ความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า โดยไม่ปล่อยให้ลูกค้าต้องรอคอยนานโดยไม่มีเหตุผลที่สมควร

**3. การสร้างความมั่นใจในการบริการ (Assurance)** คือ พนักงานบริการที่ประกอบด้วยความรู้ความเชี่ยวชาญมีความสามารถในการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการบริการที่มีความสุภาพนอบน้อมจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจของลูกค้า

**4. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)** คือ การให้ความใส่ใจในการให้บริการลูกค้า สามารถเข้าถึงและเข้าใจความต้องการของลูกค้า

**5. ความเป็นรูปธรรม (Tangible)** คือ สิ่งที่สามารถจับต้องได้ อาทิเช่น คลังสินค้า อาคาร อุปกรณ์พนักงาน เป็นต้น สิ่งแวดล้อมเหล่านี้เป็นสิ่งที่ เป็นกายภาพซึ่งผู้บริการสามารถทำให้ลูกค้าสัมผัสได้และเกิดความพึงพอใจได้

มิติดังกล่าวถูกใช้เป็นพื้นฐานเพื่อสร้างแบบสอบถาม SERVQUAL ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามจำนวนทั้งหมด 22 ข้อในการสัมภาษณ์ลูกค้าก่อนการใช้บริการ เพื่อวัดความคาดหวังของลูกค้า และมีคำถามอีก 22 ข้อ เพื่อวัดการรับรู้บริการของลูกค้าเมื่อมีการใช้บริการแล้ว โดยผลจากการสัมภาษณ์จะถูกนำมาวิเคราะห์เป็นคะแนนคุณภาพบริการโดยรวมเพื่อดูความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้บริการของลูกค้า ดังสมการที่ 1 (ประภาวดี, 2546: 1-17; Blesic et al, 2011: 40-52)

$$SQ_j = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} (P_{ij} - E_{ij})}{n_j} \quad (1)$$

- $SQ_j$  = คุณภาพบริการของมิติที่  $j$   
 $E_{ij}$  = ความคาดหวังบริการของลูกค้ารายที่  $i$  ในมิติคุณภาพบริการที่  $j$   
 $P_{ij}$  = การรับรู้ประสิทธิภาพบริการของลูกค้ารายที่  $i$  ในมิติคุณภาพบริการที่  $j$   
 $n_j$  = จำนวนของลูกค้าในมิติที่  $j$

หากคะแนนเฉลี่ยของคุณภาพบริการเป็นบวก แสดงว่า ลูกค้าได้รับคุณภาพบริการมากกว่าคุณภาพบริการที่ลูกค้าตั้งความคาดหวังไว้ (คุณภาพบริการดี) ขณะที่คะแนนเฉลี่ยของคุณภาพบริการเป็นลบ แสดงว่า คุณภาพบริการที่ลูกค้าได้รับต่ำกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ (คุณภาพบริการแย่) แต่หากคะแนนเฉลี่ยของคุณภาพบริการเป็นศูนย์แสดงว่าคุณภาพบริการที่ลูกค้าได้รับเท่ากับความคาดหวังบริการที่ลูกค้าได้ตั้งไว้ (ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ) (Robinson, 1999: 21-32)

เครื่องมือ SERVQUAL มีประโยชน์ในการประเมินระดับคุณภาพบริการ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการโลจิสติกส์ โดยอาศัยการวัดความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้บริการมาเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ได้ตามเป้าหมาย หากคะแนนคุณภาพบริการติดลบและช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้บริการมีมาก ผู้ให้บริการก็ควรมีการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการ (Shahin, 2006: 117-131)

### Supply Chain Management and Logistics Scorecard

SCM SCM/Logistics Scorecard (LSC) ถูกพัฒนาขึ้นโดย Tokyo Institute of Technology และ Japan Institute of Logistics System เพื่อใช้ในการประเมินและเปรียบเทียบศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานกับภายในองค์กร ภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือต่างอุตสาหกรรมทั้งภายในและต่างประเทศ มีระดับคะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 5 (น้อยสุดถึงมากที่สุดตามลำดับ) มีทั้งหมด 5 ประเด็น (Jingjing *et al.*, 2011: 67-87) โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ประเด็นที่ 1** กลยุทธ์ของสถานประกอบการประกอบด้วย 1.การให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ 2.การทำข้อตกลงกับผู้ส่งมอบหลักและมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน 3.การทำข้อตกลงกับลูกค้าหลักและมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน 4.การจัดทำระบบในการประเมินและพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า 5.การจัดทำระบบในการพัฒนาและประเมินพนักงาน

**ประเด็นที่ 2** การวางแผนและความสามารถในการปฏิบัติงานประกอบด้วย 1.การกำหนดแผนงานด้านโลจิสติกส์ 2.การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มทางการตลาด 3.การวางแผนและการปรับแผนการทำงานด้านโลจิสติกส์ของสถานประกอบการ 4.ระบบการจัดการและ

ติดตามสถานะของสินค้า วัสดุคงคลัง และกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ 5.การพัฒนาขั้นตอนการทำงานและกระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน 6.การพัฒนาหน่วยงานรับผิดชอบด้านโลจิสติกส์

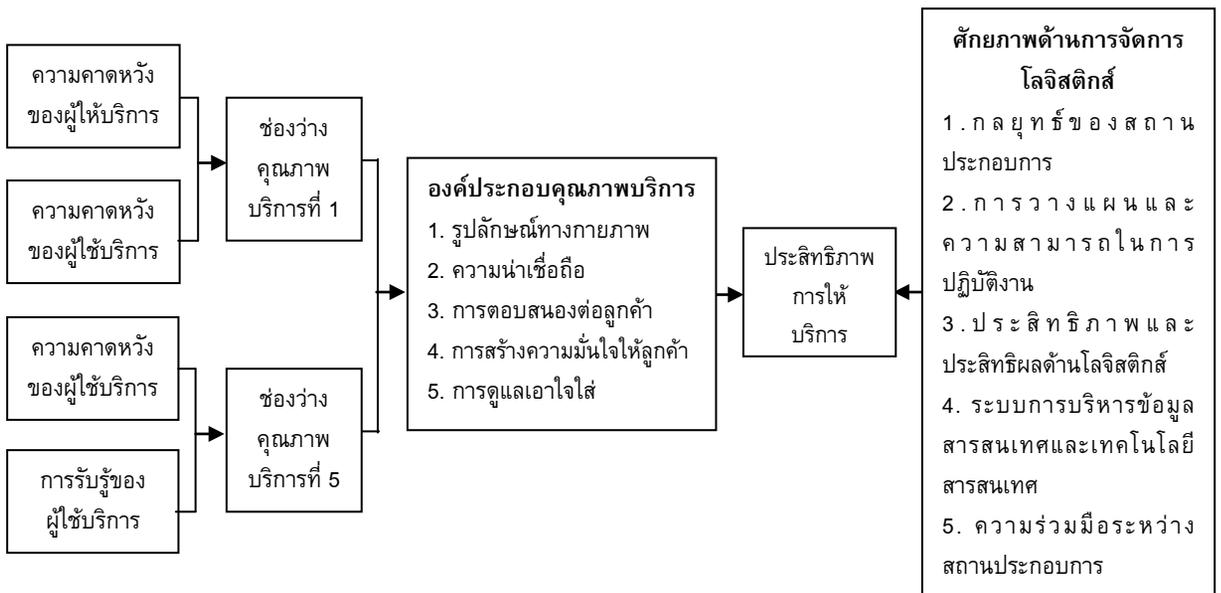
**ประเด็นที่ 3** ประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านโลจิสติกส์ประกอบด้วย 1.การพัฒนากิจกรรมด้านโลจิสติกส์ 2.อัตราการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง (Inventory Turnover) และช่วงระยะเวลารอบหมุนเวียนวัฏจักรเงินสด (Cash to Cash Cycle Time) 3.ช่วงเวลานำในการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า (Customer Lead Time) และประสิทธิภาพในการจัดการคำสั่งซื้อ 4.ประสิทธิภาพและคุณภาพในการจัดส่งสินค้า 5.สินค้าคงคลังและต้นทุนค่าเสียโอกาส 6.กิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยที่สถานประกอบการมีส่วนร่วม 7.การบริหารจัดการต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ (ต้นทุนการจัดส่ง การบริหารสินค้าคงคลังและการบริหารคำสั่งซื้อ เป็นต้น)

**ประเด็นที่ 4** ระบบการบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศประกอบด้วย 1.การกำหนดรหัสมาตรฐานสำหรับสินค้าและกระบวนการ 2.การจัดการข้อมูลด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 3.การพัฒนาบุคลากรด้านการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

**ประเด็นที่ 5** ความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการประกอบด้วย 1.ความร่วมมือด้านโลจิสติกส์ระหว่างธุรกิจที่เป็นพันธมิตรและธุรกิจประเภทเดียวกัน 2.การให้ความสำคัญด้านความร่วมมือด้านโลจิสติกส์ระหว่างสถานประกอบการและหน่วยงานวิจัยหรือพัฒนา

## กรอบแนวคิด

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาช่องว่างคุณภาพบริการตามแนวความคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry โดยศึกษาจากความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการ โดยครอบคลุมคุณภาพบริการตามองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ 2.ด้านความน่าเชื่อถือ 3.ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า 4.ด้านการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า 5.ด้านการดูแลเอาใจใส่ รวมทั้งการประเมินศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์ด้วย SCM/ Logistics Scorecard ใน 5 ประเด็น ได้แก่ 1.กลยุทธ์สถานประกอบการ 2.การวางแผนและความสามารถในการปฏิบัติงาน 3.ประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านโลจิสติกส์ 4.ระบบการบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ 5.ความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ โดยผู้วิจัยได้วางกรอบแนวคิดการวิจัยไว้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีการพัฒนาแบบสอบถามด้วย SERVQUAL และมีการทดสอบแบบสอบถามโดยสัมภาษณ์อาจารย์มหาวิทยาลัย 1 ท่านและผู้มีความเชี่ยวชาญจากภาคอุตสาหกรรม 5 ท่าน และปรับแก้แบบสอบถามตามผู้ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ โดยตัดข้อคำถามที่ซ้ำซ้อนออก บางข้อเปลี่ยนจากคำถามปลายเปิดมาเป็นตัวเลือก (Choice) เพื่อให้ง่ายต่อการตอบ เช่น จากการให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุขนาดบริษัทของตน ก็เปลี่ยนเป็นตัวเลือก โดยใช้ทุนจดทะเบียนจำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยของบริษัทแทน สำหรับส่วนของการจัดลำดับทัศนคติเปลี่ยนจากมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับเป็น 5 ระดับ

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ชุด ได้แก่ แบบสอบถามชุด A เป็นแบบสอบถามเพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และแบบสอบถามชุด B เป็นแบบสอบถามเพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้ให้บริการโลจิสติกส์

โดยเนื้อหาของแบบสอบถามชุด A มี 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการ

ส่วนที่ 3 การประเมินศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์

ส่วนเนื้อหาของแบบสอบถามชุด B มี 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการ

ในการเก็บข้อมูล สำหรับภายในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม โดยการส่งไปรษณีย์ ทางโทรศัพท์ โทรสาร อีเมล และสัมภาษณ์ในงานสัมมนาต่างๆ ส่วนการเก็บข้อมูลของประเทศมาเลเซีย ผู้วิจัยได้จัดงานสัมมนาขึ้น โดยเชิญกลุ่มตัวอย่างมาร่วมงาน เพื่อให้ง่ายต่อการรวบรวมข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ คือ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซีย จำนวน 13 คน, ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซีย จำนวน 10 คน, ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย จำนวน 67 คน และผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย จำนวน 102 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสะดวก (Convenience Sampling) ทั้งนี้การจำแนกกลุ่มตัวอย่างด้วยขนาดของธุรกิจของผู้ให้บริการและผู้ให้บริการของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย เป็นไปตามตารางที่ 1 และตารางที่ 2 พบว่า สัดส่วนผู้ให้บริการและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยและประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นขนาดเล็ก

ตารางที่ 1: สัดส่วนขนาดธุรกิจของผู้ให้บริการไทยและมาเลเซีย

ประเทศ	ขนาดเล็ก (ร้อยละ)	ขนาดกลาง (ร้อยละ)	ขนาดใหญ่ (ร้อยละ)
ไทย	48.86	18.60	32.56
มาเลเซีย	62.50	0.00	37.50

ตารางที่ 2: สัดส่วนขนาดธุรกิจของผู้ให้บริการไทยและมาเลเซีย

ประเทศ	ขนาดเล็ก (ร้อยละ)	ขนาดกลาง (ร้อยละ)	ขนาดใหญ่ (ร้อยละ)
ไทย	87.50	6.25	6.25
มาเลเซีย	75.00	0.00	25.00

ทั้งนี้การจำแนกขนาดธุรกิจใช้เกณฑ์ทุนจดทะเบียนในการพิจารณา คือ ธุรกิจขนาดเล็กจะมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 50 ล้านบาท ธุรกิจขนาดกลางมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 50-200 ล้านบาท และธุรกิจขนาดใหญ่จะมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาทขึ้นไป

การเก็บข้อมูลใช้วิธีการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มประชากรที่ระบุไว้แล้วข้างต้น จากนั้นจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยเทคนิคการวัดความสอดคล้องภายในชุดเดียวกันด้วยการกำหนดให้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) หลังจากได้มีการทดสอบในกลุ่มตัวอย่างของประชากรของผู้ให้บริการโลจิสติกส์แล้ว ผลที่ได้มีค่า Cronbach's Alpha Coefficient เท่ากับ 0.883 ส่วนกลุ่มตัวอย่างของประชากรของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ ฤษณี กองรักษเวท, ปภัคร ชัยวัฒน์, ธัญญา วสุศรี, ทวีศักดิ์ กฤษเจริญ และ จิรัชัย พุทธรุสมศิริ

ผลที่ได้มีค่า Cronbach's Alpha Coefficient 0.948 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นเหมาะสมสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ได้

2. การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการรับรู้ในแต่ละมิติคุณภาพบริการด้วย Independent t-Test ระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย

3. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบตัวแบบ SERVQUAL ในมิติคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติในการวิจัยครั้งนี้จะเลือกวิเคราะห์เพียงช่องว่างคุณภาพที่ 1 และ 5 เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูล

4. วิเคราะห์ศักยภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ จากการประเมินตนเองของผู้ประกอบการของประเทศมาเลเซียเทียบกับประเทศไทย ด้วย SCM/ Logistics Scorecard

## ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ทั้งผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ตามกลุ่มตัวอย่างที่ระบุไว้แล้วข้างต้น โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาศักยภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในมาเลเซียทั้งในมุมมองของผู้ให้บริการโลจิสติกส์และผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ โดยผลของการเก็บข้อมูลเป็นไปดังต่อไปนี้

### ข้อมูลจากการสำรวจในประเทศมาเลเซีย

1. ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีการพัฒนาการโลจิสติกส์ที่ดี
2. ผู้ให้บริการทางโลจิสติกส์มีความหลากหลาย โดยมีทั้งผู้ประกอบการขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ
3. โครงสร้างพื้นฐานทางถนนของประเทศมาเลเซียมีประสิทธิภาพดี ส่งผลให้เกิดความรวดเร็วในการบริการ
4. ท่าเรือหลักของมาเลเซียมี 3 ท่า ได้แก่ Port Klang, Port Penang และ Port Johor ซึ่งทำให้เกิดการเชื่อมต่อระบบโลจิสติกส์ภายในประเทศได้เป็นอย่างดี
5. ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียที่มีการนำเข้า และส่งออก ส่วนใหญ่จะมีเครือข่ายในการขนส่งสินค้าในต่างประเทศเป็นของตนเอง
6. ผู้ประกอบการทั้งหลายมีความรู้และตระหนักเกี่ยวกับ AEC แต่ยังไม่สามารถคาดเดาผลกระทบที่เกิดขึ้นหากมีการเปิด AEC ได้แน่ชัดนัก
7. รูปแบบของการขนส่งสินค้ามีทั้งทางถนน ทางน้ำ ทางอากาศ และทางท่อ
8. ผู้ประกอบการของประเทศมาเลเซียที่มีการนำเข้า และส่งออกต้องการให้มีการสื่อสารของข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว
9. ค่าจ้างแรงงานมีค่าใกล้เคียงกับค่าจ้างแรงงานในประเทศไทย
10. ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ขนาดใหญ่สนใจการลงทุนในประเทศ

11. ชาวมาเลเซียมีทักษะทางด้านภาษาดี ทั้งภาษาอังกฤษ จีน และมลายู
12. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีการดำเนินงาน โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยและมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ
13. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านโลจิสติกส์คาดว่าอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศมาเลเซียจะมีการขยายตัวมากขึ้น
14. ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ในการนำเข้าและส่งออกต้องการให้มีการดำเนินพิธีการศุลกากรเป็นไปด้วยความโปร่งใส
15. บริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนาดใหญ่จะมีการให้บริการโลจิสติกส์อย่างครบวงจร และมีการรับรองมาตรฐานคุณภาพ
16. หากเป็นสินค้าฮาลาล ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ต้องมีการจัดการสินค้าฮาลาลตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำด้วยวิธีที่ถูกต้อง

**ข้อมูลจากการเดินทางไปสำรวจในประเทศไทย (ภาคใต้และภาคอีสาน)** เหตุผลของการเลือกพื้นที่ภาคใต้และภาคอีสานเนื่องมาจาก ทั้ง 2 ภาค มีการรวมกลุ่มกันและจัดตั้งเป็นสมาคมทำให้สะดวกต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล นอกจากนี้ยังมีพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้าน อีกด้วย

1. รัฐบาลไทยกำลังให้การสนับสนุนเพื่อพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้วยงบประมาณจำนวนมาก
2. มาตรการการลดภาษีเหลือ 0% บางอย่างระหว่างประเทศสมาชิกกลุ่ม AEC ไม่ได้นำมาใช้จริง เพราะบางประเทศอ้างว่าตนไม่พร้อม
3. พนักงานขับรถของไทยไม่เพียงพอ รวมทั้งกฎหมายไทยให้ความสำคัญที่รถแต่ไม่ให้ความสำคัญกับพนักงานขับรถ ควรมีการเลียนแบบประเทศญี่ปุ่นที่มีการทดสอบวัดคนขับรถหลายระดับ เพื่อเพิ่มคุณภาพให้พนักงานขับรถด้วย
4. ควรมีการกำหนดมาตรฐานสำหรับพนักงานขับรถและผู้ประกอบการ
5. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายเล็กควรเป็นเครือข่ายของรายใหญ่จึงจะอยู่รอด
6. ค่าเชื้อเพลิงสูงส่งผลให้ต้นทุนโลจิสติกส์สูงตาม แต่ค่าขนส่งกลับลดลง
7. ประเทศไทยเสียเปรียบการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปยังประเทศมาเลเซีย เพราะประเทศไทยและประเทศมาเลเซียยังไม่มีข้อตกลงการขนส่งข้ามพรมแดน ทำให้ผู้ให้บริการของประเทศไทยไม่สามารถขนส่งสินค้าจากประเทศไทยผ่านประเทศมาเลเซียไปประเทศสิงคโปร์ได้เลย จะมีก็เพียงแต่ความตกลงว่าด้วยการขนส่งข้ามพรมแดนในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง Greater Mekong Subregion Cross-Border Transport Agreement (GMS CBTA) ทำให้ประเทศไทยสามารถขนส่งสินค้าผ่านประเทศเวียดนามไปประเทศลาวได้

### ค่าเฉลี่ยการรับรู้ของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศมาเลเซียและประเทศไทย

ค่าเฉลี่ยการรับรู้ของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์จะใช้เกณฑ์ให้คะแนนคุณภาพบริการ แบ่งตามอันตรภาคชั้น ดังนี้ หากคะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.00-1.80 แสดงถึงคุณภาพบริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด, คะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.81-2.60 แสดงถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับน้อย, คะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.61-3.40 แสดงถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับปานกลาง, คะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.41-4.20 แสดงถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก และคะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4.21-5.00 แสดงถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับมากที่สุด

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพบริการของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศมาเลเซียและประเทศไทย ดังตารางที่ 3 พบว่า

ทุกค่าเฉลี่ยคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศมาเลเซียอยู่ในระดับมาก โดยมีมิติด้านการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้ามีค่ามากที่สุด (4.12) ตามมาด้วย มิติด้านความน่าเชื่อถือ (4.00) มิติด้านการดูแลเอาใจใส่ (3.96) มิติด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (3.94) และมิติด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (3.74) ในขณะที่ค่าเฉลี่ยคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน แต่มีค่าคะแนนคุณภาพบริการต่ำกว่าประเทศมาเลเซียอย่างชัดเจน โดยมีมิติด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าคะแนนมากที่สุด (3.64) ตามมาด้วย มิติด้านการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า (3.63) มิติด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (3.60) มิติด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (3.58) และมิติด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (3.55)

ตารางที่ 3: ผลค่าเฉลี่ยการรับรู้ของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศมาเลเซียและประเทศไทย

Dimension	Country	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tangible	Malaysia	3.94	0.525	0.166
	Thailand	3.58	0.776	0.078
Reliability	Malaysia	4.00	0.481	0.152
	Thailand	3.64	0.693	0.071
Responsiveness	Malaysia	3.74	0.640	0.202
	Thailand	3.55	0.797	0.081
Assurance	Malaysia	4.12	0.629	0.199
	Thailand	3.63	0.833	0.086
Empathy	Malaysia	3.96	0.631	0.200
	Thailand	3.60	1.339	0.137

### เปรียบเทียบการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศมาเลเซียและประเทศไทย

เมื่อนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้ของผู้รับบริการระหว่างประเทศมาเลเซียและประเทศไทยในมิติคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติ คือ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ซึ่งผลของค่า Sig.(2-tailed) ในแต่ละมิติมีค่าเท่ากับ 0.153, 0.115, 0.474, 0.075 และ 0.399 ตามลำดับ สรุปได้ว่า แม้คะแนนเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการในแต่ละมิติจะมีค่าไม่เท่ากัน แต่ความแตกต่างกันนั้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงถึงผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถามของทั้ง 2 ประเทศยังคงคิดเห็นว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งสองประเทศนั้นไม่แตกต่างกันจึงเป็นโอกาสที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยในการพัฒนา เพื่อขยายตลาดเชื่อมโยงระหว่างประเทศได้มากขึ้น (สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 4: ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้ของผู้รับบริการระหว่างประเทศมาเลเซียและประเทศไทย

Dimension	Levene's Test Equality of Variances			95% Confidence Interval of the Difference	
	t	Sig. (2-tailed)	Std. Error Difference	Lower	Upper
Tangible	1.440	0.153	0.252	-0.055	0.780
Reliability	1.588	0.115	0.225	-0.016	0.731
Responsibility	0.719	0.474	0.261	-0.245	0.620
Assurance	1.797	0.075	0.272	0.037	0.940
Empathy	0.848	0.399	0.430	-0.349	1.077

เมื่อนำค่าเฉลี่ยของการรับรู้ (ภาพรวม) เรียงจากมากที่สุด พบว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียรับรู้คุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้าตามลำดับ แต่ค่าเฉลี่ยการรับรู้ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีความแตกต่างออกไป โดยด้านความน่าเชื่อถือจะมีค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ส่วนปัจจัยคุณภาพด้านอื่นนั้นพบว่าการเรียงอันดับที่เหมือนกันกับประเทศมาเลเซีย ผลดังตารางที่ 5

ส่วนค่าเฉลี่ยของการรับรู้เรียงจากมากที่สุดของปัจจัยย่อย (3 อันดับแรก) พบว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียรับรู้คุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในความน่าเชื่อถือของบริการเพิ่มมูลค่า บริการทั่วไป และการสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าด้วยการมีมาตรฐานและการรับรองตามลำดับ ผลดังตารางที่ 6 ในขณะที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยเมื่อเรียงลำดับปัจจัยย่อยของการรับรู้จากมากที่สุด พบว่า ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า สามารถเข้าใจความต้องการที่

เฉพาะเจาะจงของลูกค้าแต่ละราย มีการสร้างความมั่นใจทางด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ยังส่งสินค้าได้ทันเวลาตามที่ตกลงกับลูกค้า ผลดังตารางที่ 7

ส่วนค่าเฉลี่ยของการรับรู้เรียงจากน้อยที่สุดของปัจจัยย่อย (3 อันดับแรก) นั้นพบได้ว่า ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียรับรู้คุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในการตอบสนองต่อลูกค้าทางกระบวนการสั่งซื้อสินค้า/บริการง่ายและรวดเร็ว ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพในเรื่องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และความน่าเชื่อถือในเรื่องความปลอดภัยของตัวสินค้าเมื่อมีการขนส่ง ผลดังตารางที่ 8 ในขณะที่ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยเมื่อเรียงลำดับปัจจัยย่อยจากน้อย พบว่า ความน่าเชื่อถือในบริการเพิ่มมูลค่า ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพในเรื่องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการดูแลเอาใจใส่ในเรื่องความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้า ผลดังตารางที่ 9

ตารางที่ 5: ค่าเฉลี่ยการรับรู้ (ภาพรวม) จากมุมมองผู้ใช้บริการประเทศมาเลเซียเรียงลำดับจากมากไปน้อย

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ยประเทศมาเลเซีย	ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ยประเทศไทย
ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า (Assurance)	4.12	ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	3.64
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	4.00	ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า (Assurance)	3.63
ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	3.96	ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	3.60
ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible)	3.94	ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible)	3.58
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	3.74	ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	3.55

ตารางที่ 6: ค่าเฉลี่ยการรับรู้ (ปัจจัยย่อย) จากมุมมองผู้ใช้บริการประเทศมาเลเซียที่มีค่ามากที่สุด 3 อันดับแรก

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย
บริการเพิ่มมูลค่า เช่น การติดตาม การบรรจุหีบห่อและการจัดหา (Reliability)	4.40
บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็มคำสั่งซื้อ ; รถบรรทุก เช่น การยกของขึ้นลงจากรถ, การส่งมอบ; คลังสินค้า (Reliability)	4.30
มาตรฐานและการรับรอง เช่น 5ส ISO Q ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ฯลฯ (Assurance)	4.30

ตารางที่ 7: ค่าเฉลี่ยการรับรู้ (ปัจจัยย่อย) จากมุมมองผู้ใช้บริการประเทศไทยที่มีค่ามากที่สุด 3 อันดับแรก

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย
ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (LSP) เข้าใจ ความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้าแต่ละราย (Empathy)	3.97
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ LSP (Assurance)	3.80
เวลา เช่นการส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลา เวลาที่ใช้ในแต่ละกระบวนการ ฯลฯ (Reliability)	3.80

ตารางที่ 8: ค่าเฉลี่ยการรับรู้ (ปัจจัยย่อย) จากมุมมองผู้ใช้บริการประเทศมาเลเซียที่มีค่าน้อยที่สุด 3 อันดับแรก

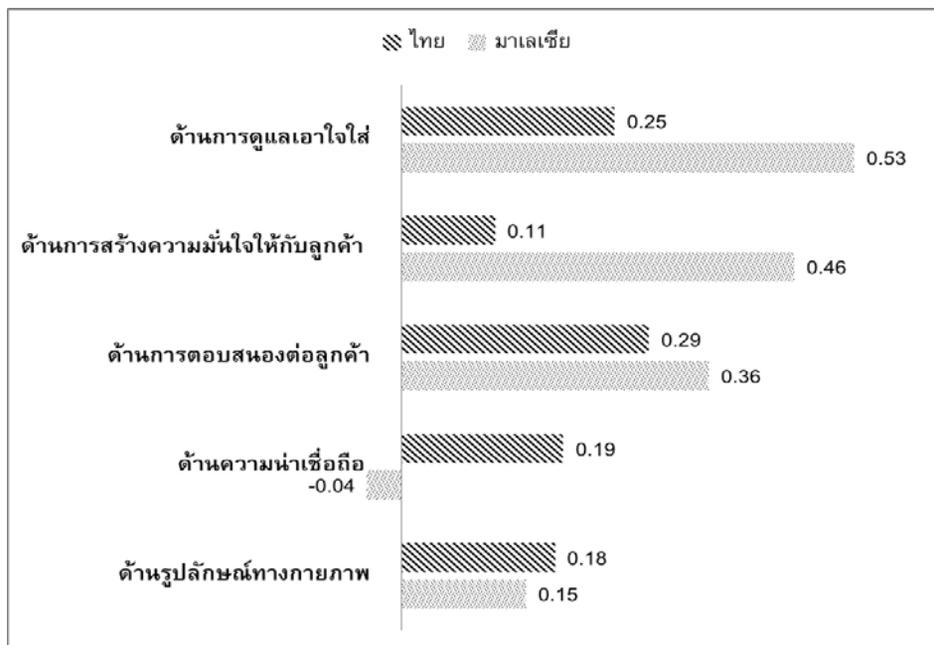
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย
กระบวนการสั่งซื้อสินค้า/บริการง่ายและรวดเร็ว (กระบวนการให้บริการขั้น pre-transaction) (Responsiveness)	3.40
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) (Tangible)	3.50
ความปลอดภัยเช่น อัตราที่สินค้าและบรรจุภัณฑ์เสียหายระบบการป้องกันสินค้า ความปลอดภัย (Reliability)	3.50

ตารางที่ 9: ค่าเฉลี่ยการรับรู้ (ปัจจัยย่อย) จากมุมมองผู้ใช้บริการประเทศไทยที่มีค่าน้อยที่สุด 3 อันดับแรก

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย
บริการเพิ่มมูลค่า เช่น การติดตาม การบรรจุหีบห่อและการจัดหา (Reliability)	3.36
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) (Tangible)	3.40
ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้าเช่น ความต้องการจัดส่งสินค้าตามแต่ละฤดูกาล (Empathy)	3.43

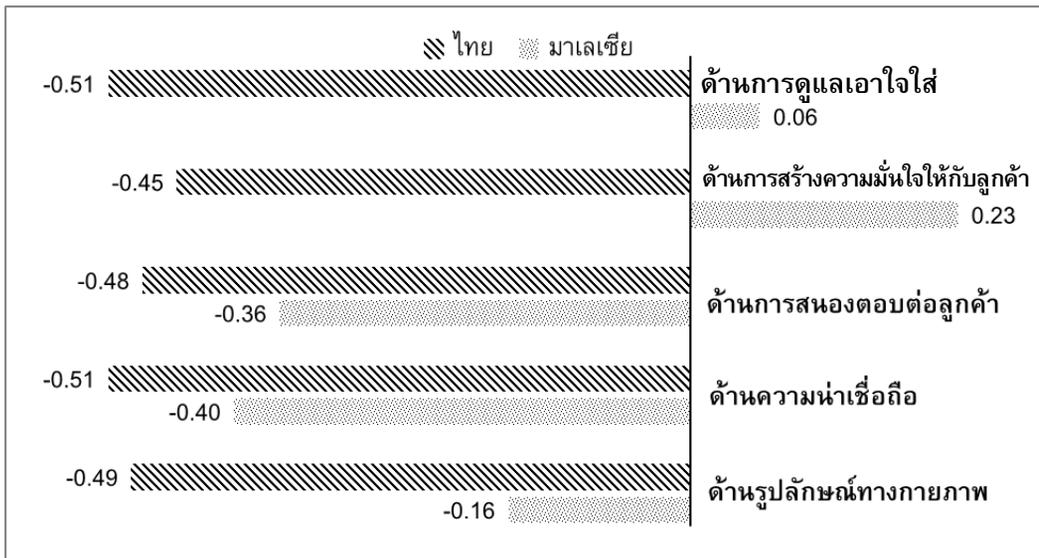
### การประเมินคุณภาพบริการจากช่องว่างคุณภาพบริการที่ 1 และ 5

ผลจากการศึกษาช่องว่างคุณภาพที่ 1 ทำให้ทราบระดับที่ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียมีความเข้าใจความคาดหวังของลูกค้ามากกว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยทั้งทางด้านการตอบสนองต่อลูกค้า การสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ส่วนทางด้านความน่าเชื่อถือ และด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียมีความเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าน้อยกว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยดังรูปที่ 2



รูปที่ 2: ช่องว่างคุณภาพบริการที่ 1

ผลการศึกษาช่องว่างคุณภาพที่ 5 ทำให้ทราบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประเทศมาเลเซียและประเทศไทย ดังรูปที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการของประเทศมาเลเซียมีความพึงพอใจบริการที่ได้รับมากกว่าของผู้ใช้บริการของประเทศไทยทุกด้าน

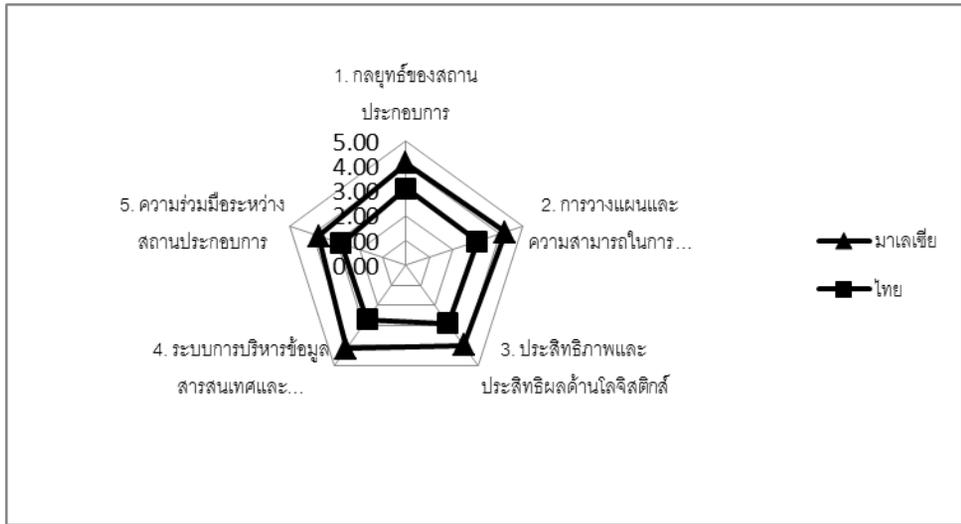


รูปที่ 3: ช่องว่างคุณภาพบริการที่ 5

### การประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ผลการศึกษาจากกลุ่มที่สอบถามพบว่าการประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ดังรูปที่ 4 ทำให้ทราบว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียมีการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่ดีกว่าผู้ให้บริการของประเทศไทยทุกด้าน ได้แก่ กลยุทธ์ของสถานประกอบการ, การวางแผนและความสามารถในการปฏิบัติงาน, ประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านโลจิสติกส์ ระบบการบริหารข้อมูลและเทคโนโลยี และความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ นอกจากนี้ยังพบปัญหาต่างๆ ที่เสียเปรียบผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซีย ดังนี้

1. ขาดการให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ของระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
2. องค์กรมีการติดตามหรือตรวจสอบสถานะและปริมาณของสินค้าและวัสดุคงคลังตามความต้องการของลูกค้าเท่านั้น แต่ยังไม่ครอบคลุมตลอดทั้งองค์กรและโซ่อุปทาน
3. มีการบริหารสินค้าคงคลัง และการประเมินค่าเสียโอกาสที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ ตลอดทั้งองค์กรและโซ่อุปทาน
4. มีการนำบาร์โค้ดมาใช้แค่เพียงสินค้าบางกระบวนการแต่ไม่ได้เชื่อมโยงกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอื่น เช่น ระบบ ERP ระบบ CRM ระบบ TMS
5. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียมีการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจเดียวกันและต่างธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ



รูปที่ 4: การประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

## อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่สอบถามพบว่าเรื่องที่ศึกษาเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการศึกษาคคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยและประเทศมาเลเซียด้วยตัวแบบ SERVQUAL โดยเริ่มประเมินจากการรับรู้ของผู้รับบริการทั้ง 5 มิติ ได้แก่ มิติด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ มิติด้านความน่าเชื่อถือ มิติด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มิติด้านการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า และมิติด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งประเทศมาเลเซียและประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยการรับรู้การให้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบระดับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้ของผู้ใช้บริการระหว่างประเทศมาเลเซียและประเทศไทยทั้ง 5 มิติไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่อย่างไรก็ตามเมื่อมองที่ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ของผู้รับบริการของประเทศมาเลเซียก็ยิ่งมากกว่าของประเทศไทย ซึ่งผลสะท้อนให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ดีกว่า

ผลการศึกษาช่องว่างคุณภาพที่ 1 ยังพบว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีความเข้าใจความคาดหวังของผู้ใช้บริการมากกว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยทั้งทางด้านการตอบสนองต่อลูกค้า การสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า และการดูแลเอาใจใส่ นอกจากนี้ยังพบว่าช่องว่างคุณภาพที่ 5 ระหว่างความคาดหวังและบริการที่ได้รับจริงของคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติ ผู้ใช้บริการของประเทศไทยไม่มีความพึงพอใจในทุกมิติ รวมทั้งทุกมิติของคุณภาพบริการต่ำกว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซีย

การศึกษาการประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในภาพรวม พบว่า ผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่ต่ำกว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซีย

อุษณี กองรักษเวท, ปภัศร ชัยวัฒน์, ธนัญญา วสุศรี, ทวีศักดิ์ กฤษะเจริญ และ จิรัชย์ พุทธกุลสมศิริ

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษานี้ ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ของประเทศไทยสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางเพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยเน้นพัฒนาความน่าเชื่อถือทางบริการที่เพิ่มมูลค่า ผู้ให้บริการควรจะมีการบริการตามที่ตกลงไว้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ เพิ่มระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความจำเป็นต้องใช้ในการบริการ และควรให้ความสำคัญเมื่อลูกค้ามีความต้องการพิเศษ โดยผู้ให้บริการอาจจัดให้มีบริการในช่วงวันหยุด

นอกจากสิ่งต่างๆเหล่านี้ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยควรเพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้า อาทิเช่น การมีมาตรฐานและการรับรอง เช่น ISO9000, ISO14000 และเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานให้สามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้า รวมทั้งทักษะความสามารถทางภาษาของพนักงาน

ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซียยังขาดศักยภาพทางด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานในหลายด้าน ระบบการดำเนินงานและระบบเทคโนโลยีมีเฉพาะแค่ภายในองค์กรแต่ไม่ครอบคลุมตลอดทั่วทั้งโซ่อุปทาน ยังไม่มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพรวมทั้งยังขาดการรวมตัวและสร้างเครือข่ายดังนั้นผู้บริหารขององค์กรควรเปลี่ยนมุมมองและปรับปรุงกลยุทธ์ของสถานประกอบการโดยนำการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานมาใช้ รวมทั้งควรมีการพัฒนากลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง เพราะการไม่ให้ความสำคัญทางด้านกลยุทธ์ก็จะส่งผลกระทบต่อหน้าตาของขีดความสามารถทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน กระบวนการ ข้อมูลและเทคโนโลยีก็จะไม่มีการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบผู้ประกอบการไม่เห็นความสำคัญของการร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการที่จะทำให้เกิดประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย ดังนั้นสิ่งสำคัญคือภาครัฐควรสร้างความตระหนักให้กับผู้ประกอบการโดยเฉพาะ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถเห็นถึงประโยชน์ของการสร้างเครือข่ายในโซ่อุปทาน ความร่วมมือ และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันของสถานประกอบการเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในอนาคต

## รายการอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2555. ถาม-ตอบ รอบรู้ **AEC 360°**. สืบค้นวันที่ 30 กรกฎาคม 2555

จาก [http://www.dtn.go.th/filesupload/AEC\\_360.pdf](http://www.dtn.go.th/filesupload/AEC_360.pdf)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2552. สรุปภาวะการค้าระหว่างประเทศไทย - อาเซียน ปี 2551 (ม.ค - พ.ย.). สืบค้นวันที่ 19 พฤศจิกายน 2555 จาก [www.depthai.go.th/DEP/DOC/52/52000120.doc](http://www.depthai.go.th/DEP/DOC/52/52000120.doc)

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. 2555. รู้ทัน **SMEs มาเลเซีย**. สืบค้นวันที่ 18 พฤศจิกายน 2555 จาก <http://www.exim.go.th/doc/newsCenter/39.601pdf>

นริศรา จันทร์คล้าย และ ธารทร กุลภักทนิรันดร์. 2554. การศึกษาต้นทุนโลจิสติกส์ด้วยระบบต้นทุนฐานกิจกรรมและการหามาตรการในการลดต้นทุน กรณีศึกษา บริษัทส่งออกอาหารประเภท

- เนื่อสัตว์. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2554). 47-54
- ประภาวดี สืบสนธิ์. 2546. คุณภาพบริการในสถาบันบริการสารสนเทศอุดมศึกษา. **บรรณารักษศาสตร์ และสารนิเทศศาสตร์ มข.** ปีที่ 3. ฉบับที่ 21/2546. 1-17.
- Artikhom Termittayapaisit. 2012. **Challenge and Opportunity on Trade Logistics in ASEAN.** Retrieved October 2, 2012 from [http://www.nesdb.go.th/Portals/0/tasks/dev\\_logis/docu/data\\_1125250912.pdf](http://www.nesdb.go.th/Portals/0/tasks/dev_logis/docu/data_1125250912.pdf)
- Blesic, Ivana; Ivkov-Dzigurski, Anđelija; Dragin, Aleksandra; Ivanovic, Ljubica and Pantelic, Milana. 2011. Application of Gap Model in the Researches of Hotel Services Quality. **Turizam.** Vol. 15. No.1. 40-52.
- Fitzsimmons, James A. and Fitzsimmons, Mona J. 2001. **Service Management Operation Strategy and Information Technology.** 3<sup>rd</sup> ed. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Jingjing, Gong; Ogasawara, Tomohiro and Suzuki, Sadami. 2011. Supply Chain Operational Performance and Its Influential Factors: Cross National Comparison between Japan and China. **Brazilian Journal of Operations and Production Management.** Vol. 8. No.2. 67-87.
- Lewis, Robert. C. and Booms, Bernard. H. 1983. The Marketing Aspects of Service Quality. **American Marketing Association,** Chicaco Il. 99-107.
- Mudie, Peter and Pirrie, Angela. 2006. **Service Marketing Management.** 3<sup>rd</sup> ed. Amsterdam: Elsevier.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, Valarie A. and Berry, Leonard L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. **Journal of Marketing.** Vol. 49. No. 4. 41-50.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, Valarie A. and Berry, Leonard L. 1990. **Delivering Quality Service – Balancing Customer Perception and Expectation.** New York: Free Press.
- Robinson, Stewart. 1999. Measuring Service Quality: Current Thinking and Future Requirements. **Marketing Intelligence and Planning.** Vol.17. No.1. 21 – 32.
- Shahin, Arash. 2006. SERVQUAL and Model of Service Quality Gaps: A Framework for Determining and Prioritizing Critical Factors in Delivering Quality Services. **Service Quality – An introduction.** 5<sup>th</sup> ed. Andhra Pradesh: ICFAI University Press.
- Sumantri, Yeni. and Lau, Sim K. 2011. The Current Status of Logistics Performance Drivers in Indonesia: An Emphasis on Potential Contributions of Logistics Service Providers (LSPs). **Journal of Asia Pacific Business Innovation and Technology Management.** Vol. 1. No.1. 34-50.

World Bank. 2012. **Logistics Performance Index**. Retrieved November 18, 2012 from [ipisurvey.worldbank.org](http://ipisurvey.worldbank.org)

Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary J. 1996. **Services Marketing**. 3<sup>rd</sup> ed. New York: McGraw-Hill.