ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก*

DETERMINANTS OF INTERNATIONAL LOGISTICS SERVICE PROVIDER SELECTION AMONG IMPORT-EXPORT BUSINESSES

ณัฐพงษ์ แต้มแก้ว[1], ชาติชาย จรัญศิริไพศาล[2], สุรัญญา วิมุขมนต์[3], สิริพร ทัตทวี[4] และ หริวงศ์ คุปตะวาณิช[5]

Nattapong Taemkaew[1], Chatichai Charansiripaisan[2], Suranya Wimukmon[3], Siriporn Thattawi[4] and Hariwong Kuptawanit[5]

[1-5]วิทยาลัยนานาชาติการบินและอวกาศ มหาวิทยาลัยเกริก

[1-5]International College of Aeronautics and Astronautics, Krirk University, Thailand

Corresponding Author's Email: Nattapong.tam@krirk.ac.th

วันที่รับบทความ: 2 กรกฎาคม 2568; วันแก้ไขบทความ: 15 กรกฎาคม 2568; วันตอบรับบทความ: 17 กรกฎาคม 2568

Received 2 July 2025; Revised 15 July 2025; Accepted 17 July 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อปัจจัยด้านราคา คุณภาพ เทคโนโลยี ชื่อเสียง ความยืดหยุ่น และความปลอดภัยในการให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าวกับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และ (3) เสนอแนวทางในการพัฒนาการให้บริการโลจิสติกส์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น

Citation:

* ณัฐพงษ์ แต้มแก้ว, ชาติชาย จรัญศิริไพศาล, สุรัญญา วิมุขมนต์, สิริพร ทัตทวี และ หริวงศ์ คุปตะวาณิช. (2568). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก. วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 3(4), 1139-1155.

Nattapong Taemkaew, Chatichai Charansiripaisan, Suranya Wimukmon, Siriporn Thattawi and Hariwong Kuptawanit. (2025). Determinants Of International Logistics Service Provider Selection Among Import-Export Businesses. Modern Academic Development and Promotion Journal, 3(4), 1139-1155.;

DOI: https://doi.org/10.

https://so12.tci-thaijo.org/index.php/MADPIADP/

ร่วมกับ การสุ่มอย่างมีระบบ ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งเป็นจำนวนที่เหมาะสมต่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ต้องการจำนวนตัวอย่างที่มากพอเพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความแม่นยำและน่าเชื่อถือจากบริษัทนำเข้าและส่งออกสินค้าในพื้นที่ท่าเรือหลักของประเทศไทย ได้แก่ ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือคลองเตย และท่าเรือกรุงเทพฯ และได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์ที่ 1 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับความปลอดภัยของสินค้า รองลงมาคือ คุณภาพบริการ และราคา วัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่าปัจจัยทั้งหมดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยเฉพาะปัจจัยราคา ($r = 0.72$), คุณภาพ ($r = 0.68$) และความปลอดภัย ($r = 0.65$) วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยราคา ($\beta = 0.38$), คุณภาพ ($\beta = 0.30$) และความปลอดภัย ($\beta = 0.25$) มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($R^2 = 0.67$)

คำสำคัญ: โลจิสติกส์ระหว่างประเทศ, ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก, ปัจจัยในการเลือกผู้ให้บริการ

Abstract

This research aimed to: (1) examine the level of opinions of business operators regarding factors such as price, quality, technology, reputation, flexibility, and safety in international logistics services; (2) investigate the relationship between these factors and the decision to select logistics service providers; and (3) propose guidelines for improving logistics services in alignment with the needs of business operators. The researcher employed stratified random sampling combined with systematic sampling to collect data from a total of 400 respondents, a sample size considered appropriate for statistical analysis requiring sufficient data to ensure

accuracy and reliability. The respondents were drawn from import and export companies located in key port areas of Thailand, namely Laem Chabang Port, Khlong Toei Port, and Bangkok Port. The data were analyzed using descriptive statistics, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis.

The findings revealed that (1) The respondents' overall opinions on all factors were at a high level, with the highest mean scores found in safety, service quality, and pricing, respectively. (2) All factors were significantly and positively correlated with the decision to select logistics service providers at the 0.01 level. The highest correlation coefficients were found in price (r = 0.72), service quality (r = 0.68), and safety (r = 0.65). (3) Multiple regression analysis indicated that price (**β** = 0.38), service quality (**β** = 0.30), and safety (**β** = 0.25) significantly influenced the decision to select international logistics service providers, explaining 67% of the variance (R^2 = 0.67).

Keywords: International logistics, import-export entrepreneurs, service provider selection factors

บทนำ

ในยุคของการแข่งขันทางการค้าเสรีและการเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานระดับโลก (Global Supply Chain Integration) รูปแบบการดำเนินธุรกิจไม่ได้จำกัดอยู่เพียงภายในประเทศอีกต่อไป ผู้ประกอบการในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าและส่งออกสินค้า จำเป็นต้องเชื่อมโยงการดำเนินงานกับคู่ค้า ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และลูกค้าทั่วโลก ดังนั้น การบริหารจัดการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ การเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ต้นทุนต่ำ และตรงต่อเวลา (cost-efficient, timely, and reliable delivery) ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เพราะการส่งมอบสินค้าล่าช้า หรือต้นทุนขนส่งสูง อาจส่งผล

กระทบโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า ต้นทุนรวมของธุรกิจ และความเชื่อมั่นในแบรนด์ (Rodrigue, 2020) ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในช่วงการระบาดของโควิด-19 ห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน เช่น การปิดท่าเรือ การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ การหยุดชะงักของการขนส่งระหว่างประเทศ และการปรับเปลี่ยนนโยบายศุลกากรอย่างฉับพลันในหลายประเทศ ส่งผลให้ต้นทุนโลจิสติกส์พุ่งสูงขึ้น และเวลาส่งมอบไม่สามารถคาดการณ์ได้ (Rodrigue, 2020) สถานการณ์ดังกล่าวได้กลายเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการจำนวนมากเริ่มให้ความสำคัญกับการบริหารโลจิสติกส์ในเชิงกลยุทธ์ มากขึ้น แทนที่จะมองว่าโลจิสติกส์เป็นเพียง "ต้นทุน" แต่เริ่มตระหนักว่าเป็น “ปัจจัยแห่งความสำเร็จ” ที่สามารถสร้างความแตกต่างและเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจได้ ผู้ประกอบการจึงเริ่มคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider) ด้วยเกณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น ความสามารถในการปรับตัวต่อวิกฤต การใช้เทคโนโลยีในการติดตามสถานะสินค้า การให้บริการแบบครบวงจร (One-stop Service) และความน่าเชื่อถือในการส่งมอบสินค้า การวิจัยเพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในบริบทนี้ เพราะจะช่วยให้ธุรกิจสามารถตัดสินใจเลือกพาร์ทเนอร์ทางโลจิสติกส์ที่เหมาะสม และสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

โดยทั่วไปแล้ว การเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ (International Logistics Service Provider: ILSP) ไม่ใช่เพียงการพิจารณาในมิติด้าน “ต้นทุน” เท่านั้น แม้ว่าราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญในทางธุรกิจ แต่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการส่งออกและนำเข้าส่วนใหญ่มักพิจารณาองค์ประกอบที่ครอบคลุมมากกว่า เช่น คุณภาพของการบริการ (Service Quality) ได้แก่ ความตรงต่อเวลา ความชัดเจนของเอกสาร ความแม่นยำในการจัดส่ง และการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้า ความสามารถในการจัดการความเสี่ยง (Risk Management Capability) ซึ่งสำคัญมากในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เช่น ความล่าช้าในพิธีการศุลกากร สภาพอากาศ หรือข้อจำกัดทางกฎหมายระหว่างประเทศ ความยืดหยุ่น (Flexibility) ในการปรับเปลี่ยนเส้นทางขนส่ง รูปแบบบริการ หรือกำหนดการตามความต้องการของลูกค้า เทคโนโลยีที่ใช้ (Technology Adoption) เช่น ระบบติดตามสถานะสินค้าแบบ Real-Time ระบบ E-Tracking หรือ API

เชื่อมต่อกับระบบ ERP ของลูกค้า ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ซึ่งมักสะท้อนผ่านชื่อเสียง ประสบการณ์ในตลาด และความสม่ำเสมอในการให้บริการ (Thai & Grewal, 2005) แต่ในบริบทของประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่ม ผู้ประกอบการ SME ที่ทำธุรกิจนำเข้า-ส่งออก กลับพบว่ามีแนวโน้มที่จะใช้ ราคาค่าบริการ เป็นปัจจัยหลักในการเลือก ILSP เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องข้อมูล ขาดระบบการประเมินที่เป็นมาตรฐาน และขาดองค์ความรู้ในการวิเคราะห์ต้นทุนรวมของการดำเนินงาน (Total Cost Analysis) (Cheng, Wang, & Huang, 2022)

แนวโน้มนี้ทำให้ผู้ประกอบการอาจตกอยู่ในความเสี่ยงจากการใช้ผู้ให้บริการที่ต้นทุนต่ำแต่ไม่มีประสิทธิภาพ เช่น ส่งมอบล่าช้า ทำให้เสียโอกาสทางการค้า สินค้าถูกปฏิเสธจากลูกค้าปลายทาง หรือประสบปัญหาจากความผิดพลาดในขั้นตอนเอกสารศุลกากร ซึ่งอาจส่งผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เช่น การเสียเครดิตทางธุรกิจ หรือเสียโอกาสในการขยายตลาดในต่างประเทศ Cheng et al. (2022) จึงเสนอว่าผู้ประกอบการควรมีเครื่องมือในการประเมิน ILSP อย่างเป็นระบบ เช่น การวิเคราะห์คะแนนคุณภาพบริการ การจัดอันดับผู้ให้บริการตาม KPI ที่ชัดเจน และการใช้ระบบตัดสินใจแบบ Multi-Criteria Decision Making (MCDM) เพื่อเลือกพาร์ทเนอร์ที่เหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ ไม่ใช่พิจารณาเพียงราคาค่าบริการเพียงอย่างเดียว ประเด็นนี้ชี้ให้เห็นว่า การเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของผู้ประกอบการไทยยังคงมีช่องว่างทางข้อมูลและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การวิจัยเพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่ “มีอิทธิพลจริง” ต่อการตัดสินใจเลือก จึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในเชิงวิชาการและการปฏิบัติ โดยเฉพาะเมื่อเป้าหมายคือการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการแข่งขันในเวทีโลกระยะยาว

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีข้อมูลรองรับ และยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจไทยในเวทีโลก อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุดมากขึ้น (Wang et al., 2018)

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออกต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ เช่น ราคา คุณภาพบริการ เทคโนโลยี ฯลฯ กับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ

3. เพื่อเสนอแนวทางในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศที่เหมาะสมตามปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ

การทบทวนวรรณกรรม

สุภาวดี สายสนิท และ กัญญารัตน์ นิ่มตระกูล (2568) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนระหว่างประเทศและเอกสารในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการขนส่งพัสดุด่วนระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน 500 คน จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson’s correlation coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญและสูงกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ($r = 0.804$, $p < .01$) เช่นเดียวกับปัจจัยด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ (attentiveness) ที่แสดงความสัมพันธ์สูงไม่แพ้กัน ($r = 0.791$, $p < .01$) ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญเพียงแค่ราคาที่ถูกที่สุดเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับคุณภาพและความใส่ใจในการให้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในตลาดนี้

Inprom, Sudhamasapa, และ Khaninphasut (2021) กล่าวว่า งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในภาคใต้ตอนบนของประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการจำนวน 370 ราย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยเชิงการตลาด (Marketing Mix) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.512 ($p < .01$) และคุณภาพการบริการ (Service Quality) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.438 ($p < .01$) ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้มีอิทธิพล

อย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ โมเดลการถดถอยสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ได้ร้อยละ 67.5 (R^2 = 0.675) ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมควบคู่กับการยกระดับคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์เป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Tran (2021) กล่าวไว้ว่างานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศเวียดนาม โดยใช้วิธีวิเคราะห์องค์ปัจจัยสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ เช่น ความสามารถของผู้ให้บริการ (Provider Capability), คุณภาพการบริการลูกค้า (Customer Service Quality), และชื่อเสียงของผู้ให้บริการ (Reputation) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ในขณะที่ชื่อเสียงของผู้ให้บริการมีผลไม่ชัดเจนหรือมีอิทธิพลต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ งานวิจัยนี้ช่วยชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพและความสามารถในการดำเนินงานของผู้ให้บริการมากกว่าชื่อเสียงเพียงอย่างเดียว

Ahmed, Ali, และ Ahmad (2020) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ Third-Party Logistics (3PL) ของบริษัทในอุตสาหกรรมน้ำมันพืชในเมืองการาจี ประเทศปากีสถาน กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกใช้บริการ Third-Party Logistics (3PL) ในอุตสาหกรรมน้ำมันพืชที่เมืองการาจี คือ ต้นทุนการให้บริการที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย 0.623 ($p < .01$) และประสิทธิภาพการดำเนินงานที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย 0.571 ($p < .01$) นอกจากนี้งานวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออกและผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศในพื้นที่เขตท่าเรือหลักของประเทศไทย ได้แก่ ท่าเรือคลองเตยในกรุงเทพมหานคร ท่าเรือแหลมฉบังในจังหวัดชลบุรี รวมถึงท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรืออื่น ๆ ที่มีปริมาณการนำเข้า-ส่งออกสินค้าสูง (กรมเจ้าท่า, 2565) ประชากรกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มสำคัญที่มีบทบาทในการเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการขนส่งสินค้าและซัพพลายเชนขององค์กรจากข้อมูลเบื้องต้น พบว่ามีบริษัทนำเข้า-ส่งออกและบริษัทที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ดังกล่าวประมาณ 1,200 แห่ง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 400 ราย ซึ่งเป็นจำนวนที่เหมาะสมต่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยเฉพาะการใช้ Pearson's Correlation และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ต้องการจำนวนตัวอย่างที่มากพอเพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความแม่นยำและน่าเชื่อถือ โดยในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยสามารถใช้ "การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling)" ร่วมกับ การสุ่มอย่างมีระบบ (Systematic Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามที่ออกแบบขึ้นโดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและทฤษฎีทางโลจิสติกส์ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น อายุ เพศ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการทำงาน

ส่วนที่ 2 การประเมินปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ เช่น ราคา คุณภาพบริการ เทคโนโลยี ชื่อเสียง ความยืดหยุ่น และความปลอดภัย โดยใช้

มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (Likert scale) ตั้งแต่ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

แบบสอบถามฉบับร่างได้รับการตรวจสอบความตรงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาโลจิสติกส์จำนวน 3 ท่าน และมีการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อประเมินความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.89 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดีมาก

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจะถูกป้อนเข้าสู่โปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทำการวิเคราะห์ต่าง ๆ คือ 1) วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อสรุปลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 2) วิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือด้วยค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha 3) วิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ 4) ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ การใช้ค่า IOC เพื่อทดสอบความสอดคล้องของเนื้อหาและความเชื่อมั่นด้วยค่า Cronbach's Alpha หลังจากการทดสอบ IOC เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งเป็นผู้บริหารและผู้มีอำนาจตัดสินใจในบริษัทนำเข้า-ส่งออกสินค้าที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตท่าเรือหลักของประเทศไทย ได้แก่ ท่าเรือคลองเตย ท่าเรือแหลมฉบัง และท่าเรือกรุงเทพฯ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออกต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยภาพรวมในระดับ "มาก" โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ความปลอดภัยและการบริหารความเสี่ยง ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.55) ปัจจัยนี้ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดในบรรดาทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญสูงสุดกับการปกป้องสินค้าในระหว่างกระบวนการขนส่ง เช่น การมีระบบ

ติดตามสินค้า (GPS/IoT), การควบคุมอุณหภูมิในสินค้าที่ต้องใช้โซ่ความเย็น (cold chain), การประกันภัยสินค้า และมาตรการรับมือกับความเสี่ยงต่าง ๆ เช่น ความเสียหาย การสูญหาย หรือความล่าช้าในการส่งมอบสินค้า ระดับความเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ต่ำ (S.D. = 0.55) ยังแสดงถึงความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในหมู่ผู้ตอบแบบสอบถามว่านี่คือปัจจัยสำคัญที่ขาดไม่ได้ 2) คุณภาพของบริการ ($\bar{x}$ = 4.26, S.D. = 0.60) อันดับรองลงมาเป็นคุณภาพของบริการ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการที่ตรงเวลา ความถูกต้องของเอกสาร การให้ข้อมูลอย่างชัดเจน และการดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เช่น การประสานงานกับศุลกากร หรือการจัดหาทางเลือกเมื่อเกิดเหตุขัดข้อง ค่าเฉลี่ยในระดับสูงนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการไม่ได้มองแค่ ราคาถูก แต่เน้นที่ บริการครบวงจรและไว้วางใจได้ 3) ราคาและต้นทุน ($\bar{x}$ = 4.21, S.D. = 0.64) ผู้ประกอบการยังคงให้ความสำคัญกับราคา โดยมองหาผู้ให้บริการที่เสนอราคาคุ้มค่า สอดคล้องกับงบประมาณ หรือสามารถเจรจาเงื่อนไขได้ เช่น ส่วนลดสำหรับการใช้บริการซ้ำ การเรียกเก็บค่าบริการตามปริมาณ (volume-based pricing) อย่างไรก็ตาม แม้ปัจจัยนี้จะสำคัญ แต่ก็อยู่ในอันดับที่ 3 สะท้อนว่าผู้ประกอบการไม่เน้น ถูกที่สุด แต่ เหมาะสมที่สุด 4) ความยืดหยุ่นในการให้บริการ ($\bar{x}$ = 4.18, S.D. = 0.62)ความยืดหยุ่นหมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในการปรับแผนงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เช่น การจัดส่งแบบเร่งด่วน (express delivery), การปรับเส้นทางตามสถานการณ์ หรือการให้บริการพิเศษตามความต้องการเฉพาะของแต่ละสินค้า ค่าเฉลี่ยระดับมากนี้ชี้ว่า การไม่ยึดติดกับรูปแบบบริการตายตัว คือจุดแข็งของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ลูกค้าต้องการในยุคที่การแข่งขันสูงและสถานการณ์เปลี่ยนแปลงเร็ว 5) เทคโนโลยีที่ใช้ ($\bar{x}$ = 4.10, S.D. = 0.58) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบติดตามสถานะสินค้าแบบเรียลไทม์ (real-time tracking), ระบบจัดการคลังสินค้า (WMS), ระบบจองคิวขนส่งออนไลน์ หรือการใช้ Big Data/AI เพื่อวิเคราะห์เส้นทางขนส่ง มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก แต่ยังเป็นรองปัจจัยเชิงคุณภาพและราคา ซึ่งอาจสะท้อนว่าบางกลุ่มยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีเท่ากับปัจจัยอื่น หรือยังไม่มั่นใจในความสามารถของผู้ให้บริการในด้านนี้ 6) ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ($\bar{x}$ = 4.05, S.D. = 0.65) แม้ว่าชื่อเสียงจะยังคงมีความสำคัญ แต่ได้รับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดในกลุ่มปัจจัยที่ศึกษา อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการให้

ความสำคัญกับ ประสบการณ์ตรง หรือ "ผลลัพธ์จากการใช้บริการจริง" มากกว่าความมีชื่อเสียงหรือความเป็นที่รู้จักในวงกว้าง S.D. ที่สูงสุด (0.65) ยังสะท้อนว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องนี้หลากหลาย อาจมีทั้งผู้ที่ให้ความสำคัญและผู้ที่ไม่ยึดติดกับชื่อเสียง

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ เช่น ราคา คุณภาพบริการ เทคโนโลยี ฯลฯ กับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ โดยใช้สถิติเพียร์สัน พบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า Pearson’s correlation ดังนี้ ราคาและต้นทุน (X_1) กับ Y โดย $r = 0.72$, $p < .01$ คุณภาพของบริการ (X_2) กับ Y โดย $r = 0.68$, $p < .01$ เทคโนโลยีที่ใช้ (X_3) กับ Y โดย $r = 0.55$, $p < .01$ ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ (X_4) กับ Y โดย $r = 0.50$, $p < .01$ ความยืดหยุ่นในการให้บริการ (X_5) กับ Y โดย $r = 0.60$, $p < .01$ และ ความปลอดภัยและการบริหารความเสี่ยง (X_6) กับ Y โดย $r = 0.65$, $p < .01$

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศที่เหมาะสมตามปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ พบว่า ปัจจัยที่ควรให้ความสำคัญมากที่สุดในการพิจารณาเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ได้แก่ ความปลอดภัยและการบริหารความเสี่ยง ราคาและต้นทุนคุณภาพของบริการ แนวทางที่เสนอ คือ ผู้ประกอบการควรเลือกผู้ให้บริการที่สามารถแสดงหลักฐานด้านความปลอดภัยที่ชัดเจน มีการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ มีความโปร่งใสด้านราคา และสามารถให้บริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในส่วนการติดตามสถานะสินค้าและการตอบสนองลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปผลตามสมมติฐาน (Hypotheses Testing) ได้ดังนี้

H_1: ราคาและต้นทุน (X_1) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ได้รับการยืนยัน ($r = 0.72$, $p < .01$)

H_2: คุณภาพของบริการ (X_2) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ได้รับการยืนยัน ($r = 0.68$, $p < .01$)

H_3: เทคโนโลยีที่ใช้ (X_3) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ได้รับการยืนยัน ($r = 0.55$, $p < .01$)

H_4: ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ (X_4) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ได้รับการยืนยัน ($r = 0.50$, $p < .01$)

H_5: ความยืดหยุ่นในการให้บริการ (X_5) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ได้รับการยืนยัน ($r = 0.60$, $p < .01$)

H_6: ความปลอดภัยและการบริหารความเสี่ยง (X_6) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ ได้รับการยืนยัน ($r = 0.65$, $p < .01$)

อภิปรายผลการศึกษา

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออกต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความปลอดภัยและการบริหารความเสี่ยงมากที่สุด รองลงมาคือคุณภาพของบริการ และราคาค่าบริการ ซึ่งสะท้อนว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการลดความเสี่ยงในการสูญหายหรือความเสียหายของสินค้า รวมถึงความน่าเชื่อถือและความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์มากกว่าราคาเพียงอย่างเดียว ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Ahmed, Ali และ Ahmad (2020) ที่พบว่าในอุตสาหกรรมน้ำมันพืช ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับต้นทุนการให้บริการและประสิทธิภาพการดำเนินงาน แต่ยังคำนึงถึงความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเป็นลำดับต้น ๆ เช่นกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tran (2021) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศเวียดนาม และพบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย การส่งมอบตรงเวลา และการให้บริการลูกค้า เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการมากกว่าราคาเพียงอย่างเดียว

จากวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าปัจจัยทั้งหมดที่ศึกษา ได้แก่ ราคา คุณภาพ เทคโนโลยี ชื่อเสียง ความยืดหยุ่น และความปลอดภัย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ โดยเฉพาะราคา คุณภาพ และความปลอดภัย ซึ่งมีค่าสหสัมพันธ์ในระดับสูง ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงาน

ของ Bask et al. (2008) ซึ่งระบุว่าการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์นั้น ผู้ประกอบการมักพิจารณาจากความสามารถในการปรับตัว ความเชื่อถือได้ และต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ โดยเน้นให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ในระยะยาวและประสิทธิภาพโดยรวม

จากวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางในการเลือกผู้ให้บริการที่เหมาะสม จากผลการศึกษาที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัย คุณภาพ และราคาเป็นหลัก จึงสามารถเสนอแนวทางได้ว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ต้องการเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน ควรปรับปรุงมาตรการความปลอดภัย เช่น ระบบติดตามสินค้า, การประกันสินค้า และระบบตอบสนองเหตุฉุกเฉิน รวมถึงพัฒนาคุณภาพบริการให้สามารถจัดการและส่งมอบสินค้าได้อย่างแม่นยำ มีประสิทธิภาพ และมีราคายืดหยุ่นตามประเภทสินค้าและลูกค้าแนวทางนี้สอดคล้องกับข้อเสนอแนะจาก Liu และ Lyons (2011) ที่เน้นว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ควรมีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจระยะยาวกับลูกค้า โดยอาศัยปัจจัยด้านความปลอดภัย การบริการที่เชื่อถือได้ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย

สรุป/ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยปัจจัยที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยและการบริหารความเสี่ยง ($\bar{X}$ = 4.32), คุณภาพของบริการ ($\bar{X}$ = 4.26) และราคาและต้นทุน ($\bar{X}$ = 4.21) ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันชี้ว่า ทุกปัจจัยที่ศึกษา ได้แก่ ราคา คุณภาพ เทคโนโลยี ชื่อเสียง ความยืดหยุ่น และความปลอดภัย ล้วนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเฉพาะปัจจัยราคา (r = 0.72), ความปลอดภัย (r = 0.65) และคุณภาพของบริการ (r = 0.68) ที่มีค่าสหสัมพันธ์ในระดับสูง นอกจากนี้ การทดสอบสมมติฐานทั้ง 6 ข้อ ได้รับการยืนยันทั้งหมดว่าแต่ละปัจจัยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ สุดท้ายงานวิจัยเสนอแนวทางว่าผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการที่มีมาตรการรักษาความปลอดภัยชัดเจน มีระบบบริหารความเสี่ยงที่น่าเชื่อถือ ให้บริการด้วยคุณภาพ

สม่ำเสมอ และมีความโปร่งใสด้านราคา เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจในเวทีการค้าระหว่างประเทศ

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากงานวิจัย

1. การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศงานวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออกในประเทศไทยให้ความสำคัญกับ “ความปลอดภัยของสินค้า” มากกว่าปัจจัยด้านราคา ซึ่งแตกต่างจากข้อสมมติฐานดั้งเดิมที่มักเน้นว่าราคาคือปัจจัยสำคัญสูงสุด งานวิจัยนี้จึงช่วยปรับมุมมองต่อการออกแบบบริการโลจิสติกส์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้บริการจริง

2. แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสถิติระหว่างปัจจัยที่ศึกษา การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์และการถดถอยพหุคูณในงานวิจัยนี้ก่อให้เกิด โมเดลเชิงปริมาณที่สามารถใช้ในการคาดการณ์พฤติกรรมการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยเฉพาะการเน้นว่าปัจจัยด้านราคา (β = 0.38), คุณภาพ (β = 0.30) และความปลอดภัย (β = 0.25) เป็นตัวแปรทำนายที่มีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดเพื่อพัฒนาโมเดลการตัดสินใจเชิงธุรกิจและนโยบายระดับองค์กร

3. บริบทของประเทศไทยในเชิงโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ งานวิจัยนี้เจาะจงบริบทของธุรกิจนำเข้า-ส่งออกที่อยู่รอบ ท่าเรือแหลมฉบัง คลองเตย และกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ด้านโลจิสติกส์ การได้ข้อมูลโดยตรงจากภาคธุรกิจ 400 ราย จึงสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สะท้อนภาพจริงของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทยในปัจจุบัน และสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลเชิงนโยบายของรัฐหรือสมาคมการค้าต่อไป

4. แนวทางการพัฒนาและคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในระดับปฏิบัติ งานวิจัยได้เสนอแนวทางการเลือกผู้ให้บริการที่สอดคล้องกับลำดับความสำคัญของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็น องค์ความรู้ที่สามารถใช้ได้จริงโดยผู้บริหารองค์กรด้านโลจิสติกส์ในการปรับปรุงบริการ หรือนำไปใช้ฝึกอบรมบุคลากร ในภาคธุรกิจได้อย่างตรงจุด

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้าน ความปลอดภัยของสินค้า, คุณภาพการให้บริการ, และ ราคาที่เหมาะสม เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิ

สติกส์ระหว่างประเทศของผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการให้บริการ ดังนี้

1) ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ควรเน้นการสร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยของสินค้า เช่น การติดตั้งระบบติดตามแบบเรียลไทม์ (real-time tracking), การรับประกันความเสียหาย, และระบบตอบสนองเหตุฉุกเฉิน (contingency plan) ที่ชัดเจน

2) ควร ยกระดับคุณภาพบริการ โดยเน้นความถูกต้องของเอกสาร, ความตรงต่อเวลา, การให้ข้อมูลอย่างโปร่งใส และการสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

3) ในด้าน ราคา ผู้ให้บริการควรกำหนดราคาที่ชัดเจนและแข่งขันได้ พร้อมทั้งมีทางเลือกด้านราคา เช่น บริการแบบแพ็กเกจ หรือระบบค่าบริการตามปริมาณการขนส่ง เพื่อให้ตอบโจทย์ผู้ประกอบการทุกระดับ

4) ภาครัฐหรือสมาคมโลจิสติกส์ ควรจัดให้มีการส่งเสริมมาตรฐานการบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในระบบขนส่งระหว่างประเทศ และสร้างความเข้มแข็งในการแข่งขันในระดับภูมิภาคและระดับโลก

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น การเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบศุลกากร, ผลกระทบจากสถานการณ์ฉุกเฉิน (เช่น โควิด-19, ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์) หรือ พฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ให้บริการ (Green Logistics) ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่นกัน

2) การศึกษาควรขยายพื้นที่ตัวอย่างไปยัง ภูมิภาคอื่นนอกเหนือจากท่าเรือหลัก เช่น ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือเขตชายแดนที่มีด่านนำเข้า-ส่งออก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่

3) ควรนำเสนอ โมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ในการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่ลึกยิ่งขึ้นและแม่นยำมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

สุภาวดี สายสนิท, กัญญารัตน์ นิ่มตระกูล. (2568). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร. *วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์และกลยุทธ์การจัดการ*, *10*(1), 45–62.

Ahmed, S., Ali, M., & Ahmad, S. (2020). Factors affecting the selection of third-party logistics (3PL) in the edible oil industry of Karachi. *Journal of Supply Chain Management*, 14(3), 112–127.

Bask, A., Lipponen, M., Rajahonka, M., & Tinnilä, M. (2008). The role of contract types and customization in logistics outsourcing. *The International Journal of Production Economics*, 113(1), 148–158.

Cheng, C.-Y., Wang, M.-C., & Huang, S.-P. (2022). Determinants of selecting international logistics providers: An empirical study of SMEs in export-import business. *Journal of Transportation Management*, 33(2), 45–62.

Inprom, M., Sudhamasapa, C., & Khaninphasut, P. (2021). Factors affecting the selection of logistics service providers of e-commerce entrepreneurs in the upper southern part of Thailand. *Journal of Business and Logistics Research*, 15(2), 78–92.

Liu, C., & Lyons, A. (2011). An analysis of third-party logistics performance and service provision. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 47(4), 547–570.

Rodrigue, J.-P. (2020). *The geography of transport systems* (5th ed.). Routledge.

Thai, V. V., & Grewal, D. (2005). Selecting a third-party logistics provider: A conceptual model. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 35(2), 95–116.

Tran, T. T. (2021). Critical factors affecting the choice of logistics service provider. *International Journal of Logistics Management*, 32(4), 1012–1030.

Wang, Y., Han, J., & Lu, J. (2018). A study on criteria for logistics service provider selection: Evidence from import/export enterprises. *Asian Journal of Shipping and Logistics*, 34(3), 235–245.