

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของ
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

Factors Affecting the Perception of the Logistics Service Quality of Thailand Post Company Limited

ลัดดาวัลย์ สำราญ¹ กฤติพงษ์ สุตการ¹ ณัฐลดา ขุนภักดี¹ พรณภัส แซ่มช้อย¹ ศศิภา ศรีเดช¹ และ
โสรัยา สุภาพล^{1*}

Laddawan Someran¹ Kittipong Suttakan¹ Natlada Khunpakde¹ Phonnapas Chaemchoy¹
Sasipha Sridech¹ and Soraya Supaphol^{1*}

Received: March 12, 2024; Revised: July 8, 2024; Accepted: July 9, 2024

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมการกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ และปัจจัย
สมรรถนะโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด การศึกษาครั้งนี้
เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 400 คน
โดยทำการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้
วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอย
แบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมการ
ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ และการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท
ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ
ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ และปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของ
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีอำนาจการทำนายประมาณร้อยละ 29.40
การพัฒนาสมรรถนะโลจิสติกส์ช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความเชื่อถือของลูกค้าในบริการขนส่งของบริษัท
เนื่องจากการส่งมอบสินค้าที่เร็ว แม่นยำ และตรงตามข้อตกลง รวมถึงการให้บริการลูกค้าอย่างเต็มที่ในการติดต่อ
และให้ข้อมูลในเวลาที่เหมาะสม ทำให้ลูกค้ารับรู้คุณภาพการบริการขององค์กรได้

คำสำคัญ : นวัตกรรมการกระบวนการ; นวัตกรรมการบริการ; สมรรถนะโลจิสติกส์; การรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

¹ Faculty of Business Administration, Suvarnabhumi Rajabhat University

* Corresponding Author, Tel. 08 4383 8400, E - mail: soraya_784@hotmail.com

Abstract

The goal of this study was to investigate the factors of process innovation, service innovation, and logistics performance that influenced Thailand Post Co., Ltd.'s perceived service quality. This study was quantitative in nature. The sample consisted of 400 individuals who had used Thailand Post Co., Ltd.'s services, selected through purposive sampling. This research employed an online questionnaire as its data collection tool. The statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results indicated that the respondents' opinions on Thailand Post Co., Ltd.'s process innovation, service innovation, logistics performance, and perceived service quality were at a very high level overall. The results of the hypothesis testing found that the service innovation factors, service innovation factors, and logistics performance factors significantly influenced the perceived service quality of Thailand Post Co., Ltd. at a statistical significance level of 0.05. The independent variables predicted approximately 29.40 % of the perceived service quality of Thailand Post Co., Ltd. Enhancing logistics performance helped increase customer satisfaction and trust in the company's transportation services due to the fast, accurate, and reliable delivery. Additionally, providing thorough customer service, including timely communication and information, contributed to customers' perceptions of the organization's service quality.

Keywords: Process Innovation; Service Innovation; Logistics Services; Quality Perception

บทนำ

การพัฒนาเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจโลจิสติกส์ โดยเฉพาะธุรกิจการขนส่งพัสดุและบริการไปรษณีย์ ความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในด้านความรวดเร็ว ความแม่นยำ และความน่าเชื่อถือของการให้บริการได้ก่อให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นระหว่างบริษัทโลจิสติกส์ต่าง ๆ (Kotler, P. et al., 2015) การบริการที่มีคุณภาพสูงจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้า นำมาซึ่งความภักดีต่อแบรนด์และการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (Parasuraman, A. et al., 1988) บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (Thailand Post Co., Ltd.) เป็นหนึ่งในผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีบทบาทสำคัญในประเทศไทย ด้วยการให้บริการที่ครอบคลุมทั่วประเทศและมีประวัติการดำเนินงานที่ยาวนาน (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2567) อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาบริษัทต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายใหม่ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใช้บริการออนไลน์มากขึ้นได้สร้างความท้าทายใหม่ให้กับบริษัทในการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้า การนำนวัตกรรมกระบวนการมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานและบริการสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและลดข้อผิดพลาดในการดำเนินงานได้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า (Kusumawardani, K. A. and Hastayanti, S. A., 2020) การพัฒนาสมรรถนะโลจิสติกส์ เช่น ความรวดเร็วในการจัดส่ง ความแม่นยำในการติดตามพัสดุ และการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลา ยังช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ (Richey, R. G. et al., 2007) นอกจากนี้นวัตกรรมบริการยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า โดยการพัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการและคาดหวังของลูกค้า สามารถสร้าง

ประสบการณ์ที่ดีและเสริมสร้างความเชื่อมั่นในบริการของบริษัท (Wirtz, J. and Lovelock, C., 2021) จากการศึกษาพบว่า การนำนวัตกรรมการบริการมาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ (Ostrom, A. L. et al., 2015)

การวิจัยครั้งนี้จึงมีความสำคัญในการศึกษาปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมบริการ และปัจจัยสมรรถนะที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด การศึกษาครั้งนี้จะช่วยให้บริษัทเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าและสามารถพัฒนากลยุทธ์ในการปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลจิสติกส์ที่มีการแข่งขันสูง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมบริการ และปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมบริการ ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์อย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำวิจัย

1. ผลการวิจัยได้สารสนเทศเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมบริการ และปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และสามารถพัฒนาการบริการอย่างทันสมัยโดยการใช้นวัตกรรมเพื่อการให้บริการที่รวดเร็วต่อผู้ใช้บริการ
2. บริษัทไปรษณีย์ไทยในการปรับปรุงกระบวนการและบริการของตน โดยการใช้นวัตกรรมในกระบวนการและการบริการ เช่น การเพิ่มความรวดเร็วในการจัดส่ง และความแม่นยำในการติดตามพัสดุ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสมและเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการของบริษัท
3. การนำเสนอนวัตกรรมในกระบวนการและบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อกำไรและประสิทธิภาพในการทำธุรกิจของบริษัทไปรษณีย์ไทยได้

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าหาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

นวัตกรรม (Innovation) เป็นกระบวนการที่ใช้แนวความคิดที่มีประโยชน์เพื่อผลิตสินค้าและให้บริการ รวมทั้งการดำเนินงานและวิธีการปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง นวัตกรรมยังเน้นการนำแนวความคิดนั้นไปสู่ขั้นตอนการผลิตและการบริการ การนวัตกรรมสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่น่าสังเกตในสินค้าและบริการที่มีอยู่แล้ว นอกจากนี้ การนวัตกรรมยังมีความสำคัญในการพัฒนากระบวนการทำงานและวิธีการบริหารจัดการ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและปรับตัวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้ดีที่สุด นวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืน การนำนวัตกรรมมาใช้ในทุกขั้นตอนของธุรกิจช่วยสร้างความเชื่อมโยงและเป็นพื้นฐานสำคัญในการแข่งขันในท้องตลาดระดับโลก (Tanskanen, K. et al., 2015; Gong, Y. et al., 2019; Ivan Su, S. et al., 2011)

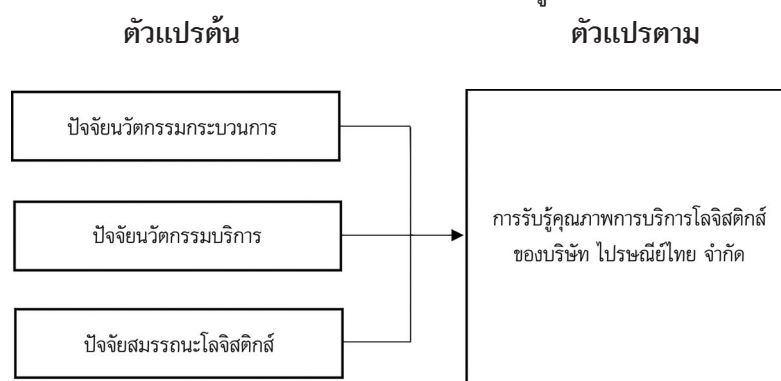
นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตและกิจกรรมดำเนินงานโดยการค้นคว้าวิธีการใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ในขั้นตอนต่าง ๆ ของนวัตกรรม มุ่งเน้นในการพัฒนาวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดการสูญเสียทรัพยากร และเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ผลิตขึ้น โดยการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ การปรับใช้กระบวนการที่ทันสมัย หรือการแก้ไขขั้นตอนที่ซับซ้อนเป็นต้น (Grawe, S. J. et al., 2015)

นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) หมายถึง แนวทางใหม่ที่มีประโยชน์ต่อการให้บริการ รวมถึงการพัฒนาหรือปรับปรุงบริการที่มีอยู่เพื่อประโยชน์ทั้งหมดของลูกค้า นวัตกรรมนี้เกี่ยวข้องกับการนำเสนอวิธีการ เทคโนโลยี หรือกลยุทธ์ที่สร้างประสิทธิภาพ มีเสถียรภาพ และเพิ่มความพึงพอใจในการให้บริการ นวัตกรรมบริการมีความสำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป เช่น การนำเอาเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยที่มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Chu, Z. et al., 2018) เพื่อสร้างความเป็นผู้นำในการแข่งขันและเพิ่มผลลัพธ์ทางการเงิน การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรมในการบริการ ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการลูกค้ามีผลต่อการสร้างความภักดีของลูกค้า การส่งเสริมความรู้ ความสามารถในการเรียนรู้ และการแก้ไขปัญหาด้านการบริการโลจิสติกส์ นวัตกรรมบริการทำหน้าที่เสริมสร้างการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การใช้ความสามารถในการคิดค้นบริการที่ดีกว่าเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า การปรับปรุงการบริการที่เน้นการมีส่วนร่วมของลูกค้ามีผลทำให้เกิดการรวบรวมความรู้เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าและนำมาพัฒนา (Bellingkrodt, S. and Wallenburg, C. M., 2013)

สมรรถนะโลจิสติกส์ (Logistics Capability) หมายถึง ความสามารถในการแปลงความรู้และแนวคิดให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ กระบวนการ ในกิจกรรมโลจิสติกส์ ทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงความสามารถด้านโลจิสติกส์ ซึ่งประกอบด้วย สมรรถนะของโครงสร้างพื้นฐานโลจิสติกส์ กระบวนการโลจิสติกส์ การขนส่งโลจิสติกส์ และความคล่องตัวทางกิจกรรมโลจิสติกส์ สมรรถนะนี้สามารถเกิดขึ้นจากการใช้งานนวัตกรรมและสมรรถนะทางพลวัตที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงความสามารถ เพื่อเพิ่มศักยภาพในกิจกรรมโลจิสติกส์ การเสริมสร้างสมรรถนะโลจิสติกส์เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการและลดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน และยังส่งผลกระทบทางบวกต่อการให้บริการโลจิสติกส์ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบวัตถุดิบ การสร้างความภักดีต่อลูกค้าสู่ความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง และปรับปรุงผลการดำเนินงานในการให้บริการโลจิสติกส์ (Wang, M. et al., 2018)

คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการจัดส่งวัสดุและผลิตภัณฑ์อย่างปลอดภัยโดยปราศจากความเสียหาย โดยคุณภาพของกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีความน่าเชื่อถือรวดเร็วตามเวลาที่กำหนดและมีความยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการบริการลูกค้า (Thongkruer, P. and Wanarat, S., 2021; Chen, M. C. et al., 2020; Vu, T. P. et al., 2020)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว ผู้วิจัยได้เชื่อมโยงและเล็งเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ กระบวนการ นวัตกรรมบริการ สมรรถนะโลจิสติกส์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และผู้วิจัยจึงเขียนกรอบแนวคิดในการศึกษานววิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อสรุปทางการวิจัย ซึ่งระบุขั้นตอนไว้ดังต่อไปนี้

ประชากร การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ที่เคยใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

การกำหนดขนาดตัวอย่าง เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ (Yamane, T., 1973) โดยการกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95 % ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเก็บแบบออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และอาชีพ จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการจำนวน 3 ข้อ ปัจจัยนวัตกรรมบริการจำนวน 3 ข้อ และปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผู้วิจัยดัดแปลงจากข้อคำถาม (Grawe, S. J. et al., 2015) นวัตกรรมบริการจำนวน 3 ข้อ ซึ่งพัฒมาจากงานวิจัยของสมรรถนะโลจิสติกส์ พัฒนาคำถามจากงานวิจัย (Chu, Z. et al., 2018; Wang, M. et al., 2018; สวัสดิ์ และนภัสพร, 2566) ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผู้วิจัยดัดแปลงจากข้อคำถาม (Wang, M. et al., 2018; Yu, K. et al., 2017; สวัสดิ์ และนภัสพร, 2566)

ทั้งนี้แบบสอบถามมีค่าความตรงตามเนื้อหา โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) พบว่า คำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 (กัลยา, 2550) และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาทดสอบกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาช (Cronbach's Alpha) ที่มีค่าระหว่าง 0.864 - 0.865 ซึ่งทุกปัจจัยมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่า โมเดลมาตรวัดบ่งบอกถึงความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ (Nunnally, J. C., 1978)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ Google Form ไปยังผู้เคยใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 400 คน
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data Sources) ได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐ และเอกชน ดังนี้ 1) หนังสือวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานที่เกี่ยวข้อง 2) ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ และการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2. สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ใช้สถิติเชิงอนุมานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุดจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 มีอายุอยู่ในช่วงต่ำกว่า 20 ปี มากที่สุดจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ภาพรวมของปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ และการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ	4.44	0.43	มากที่สุด
1. ไปรษณีย์มีการพัฒนากระบวนการใหม่ในการดำเนินงานโลจิสติกส์	4.53	0.60	มากที่สุด
2. ไปรษณีย์มีการขยายกระบวนการโลจิสติกส์ไปสู่แอปพลิเคชันใหม่ ๆ	4.39	0.65	มากที่สุด
3. ไปรษณีย์มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการตามความต้องการลูกค้า	4.41	0.64	มากที่สุด
ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ	4.35	0.47	มากที่สุด
1. ไปรษณีย์มีการพัฒนาการให้บริการโลจิสติกส์รูปแบบใหม่เสมอ	4.30	0.64	มากที่สุด
2. ไปรษณีย์มีการปรับปรุงการบริการเป็นประจำเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า	4.42	0.67	มากที่สุด
3. ไปรษณีย์มีการผลักดันให้เกิดการนำเสนอบริการโลจิสติกส์ใหม่ ๆ	4.34	0.67	มากที่สุด
ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์	4.34	0.51	มากที่สุด
1. ไปรษณีย์ใช้เทคนิคสร้างสรรค์ในกิจกรรมโลจิสติกส์	4.35	0.67	มากที่สุด
2. ไปรษณีย์มีการปรับปรุงระบบปฏิบัติการโลจิสติกส์อย่างต่อเนื่อง	4.35	0.68	มากที่สุด
3. ไปรษณีย์มีการใช้เทคโนโลยีและวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหา	4.38	0.68	มากที่สุด
การรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์	4.25	0.50	มากที่สุด
1. ได้รับบริการส่ง/รับสินค้าด้วยความรวดเร็ว	4.22	0.62	มากที่สุด
2. กิจกรรมโลจิสติกส์มีความพร้อมให้บริการลูกค้า	4.35	0.75	มากที่สุด
3. ได้รับการตอบสนองการบริการอย่างถูกต้อง	4.21	0.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นจำแนกตามตัวแปร พบว่าปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.43) ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.47) ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.51) และการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.50)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ใช้สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีเงื่อนไขดังนี้

1. ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนมีค่าเท่ากับ 0 โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดจะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 เสมอ
2. การตรวจสอบปัญหา Multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมดจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัวด้วยค่าสถิติ Collinearity Statistics ผลที่ได้มีค่าคือ Tolerance อยู่ระหว่าง 0.453 - 0.676 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ระหว่าง 1.758 - 2.134 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 (กัลยา, 2550) แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือไม่เกิดสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ
3. การตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 0.584 - 0.676 (R น้อยกว่า 0.80) (กัลยา, 2550)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ตัวแปร	การรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์			t	p
	B	S.E	β		
ค่าคงที่ (a)	1.263	0.234		5.389	0.000
ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ	0.274	0.065	0.235	4.212	0.000*
ปัจจัยนวัตกรรมบริการ	0.260	0.066	0.244	3.969	0.000*
ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์	0.149	0.059	0.150	2.523	0.012*

Adjusted R Square = 0.294 R Square = 0.299 R = 0.547 Durbin-Watson = 1.992
Std. Error of the Estimate (S.E) = 0.234 F = 56.269 p-value = 0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยนำตัวแปรอิสระ (Independent Variable) หรือตัวแปรทำนายเข้าทั้งหมด เพื่อดูว่าตัวแปรเหล่านี้มีตัวแปรที่สามารถร่วมทำนายตัวแปรตาม โดยใช้สถิติถดถอยเชิงพหุคูณแบบ Enter (Enter Multiple Regression Analysis) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า มีตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมบริการ และปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และสามารถเรียงลำดับค่าอำนาจการพยากรณ์จากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ($\beta = 0.235$) เป็นอันดับที่หนึ่ง ปัจจัยนวัตกรรมบริการ ($\beta = 0.244$) เป็นอันดับที่สอง และอันดับที่สามคือ ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ ($\beta = 0.150$) นอกจากนั้นยังพบว่า ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมบริการ และปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ มีอำนาจการทำนายการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว มีอำนาจการทำนายประมาณร้อยละ 29.40 (Adjusted R Square = 0.294) จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผู้วิจัยอภิปรายผลในประเด็นที่สำคัญตามสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ทั้งนี้เพราะบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นหน่วยงานที่ให้บริการด้านการขนส่งเป็นหลัก การนำนวัตกรรมใหม่ ๆ และการพัฒนาปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันใหม่ ๆ เพื่อเข้าถึงการให้บริการอย่างครบวงจร อันจะก่อให้เกิดกระบวนการให้บริการ

ที่ทันสมัย และรวดเร็วต่อการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (สวัสดี และนภัสพร, 2566) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างนวัตกรรมสมรรถนะโลจิสติกส์ และคุณภาพการบริการ โลจิสติกส์: การศึกษาเชิงประจักษ์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยที่พบว่า นวัตกรรมกระบวนการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ และสอดคล้องกับงานวิจัย (ธีรวิรา และสรพล, 2565) ศึกษางานวิจัยเรื่อง รูปแบบนวัตกรรมจัดการโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถปรับตัวของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนาดใหญ่ของประเทศไทยที่พบว่า นวัตกรรมกระบวนการมีอิทธิพลต่อการเพิ่มขีดความสามารถปรับตัวของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัย (รุ่งฤดี, 2564) ศึกษางานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมแบบเปิดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่พบว่า นวัตกรรมแบบเปิด ด้านกระบวนการมีอิทธิพลในทิศทางเดียวกับคุณภาพการให้บริการ ทั้งนี้เพราะการมีแอปพลิเคชันใหม่ในการจัดการและติดตามสถานะของการส่งสินค้าให้เป็นปัจจุบัน ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในกระบวนการขนส่งของบริษัทมากขึ้น นวัตกรรมบริการดังกล่าวทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงคุณภาพการบริการที่ดีขึ้น

ปัจจัยนวัตกรรมบริการ ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ทั้งนี้เพราะบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นหน่วยงานธุรกิจที่ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งในทุกวันจะมีผู้ใช้บริการทุกประเภท ทั้งผู้ใช้บริการเก่า และใหม่ที่เข้ามาใช้บริการ ดังนั้นการพัฒนาและการใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ จึงเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการแก่ผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี สิ่งที่จะสามารถทำให้ผู้ใช้บริการเหล่านี้เกิดความพึงพอใจนั้นคือ การให้บริการที่ประทับใจ เพราะฉะนั้นหน่วยงานจึงต้องมีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และทันสมัยมากยิ่งขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (สวัสดี และนภัสพร, 2566) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างนวัตกรรมสมรรถนะโลจิสติกส์ และคุณภาพการบริการโลจิสติกส์: การศึกษาเชิงประจักษ์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยที่พบว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ และสอดคล้องกับงานวิจัย (อณณภิกษา, 2566) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการให้บริการที่เป็นเลิศของมหาวิทยาลัยมหาสารคามที่พบว่า นวัตกรรมบริการด้านบุคลากร ด้านคุณภาพการบริการ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการให้บริการที่เป็นเลิศโดยรวม อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัย (รัชนิกร และธัญนันท์, 2564) ศึกษางานวิจัยเรื่อง ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการนวัตกรรมการเงินของธนาคารรัฐวิสาหกิจในพื้นที่จังหวัดนครปฐมที่พบว่า นวัตกรรมด้านการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการ ทั้งนี้เพราะการพัฒนาการให้บริการโลจิสติกส์ใหม่ ๆ โดยนำปัญหาของลูกค้ามาปรับปรุงหาวิธีการพัฒนาการบริการให้ดีขึ้น สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นสำหรับลูกค้ามาใช้บริการของบริษัทฯ จนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการมากขึ้นและรับรู้ถึงนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของบริษัทฯ มากขึ้น

ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ทั้งนี้เพราะบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ไม่ได้ให้บริการแค่ในสถานประกอบการเพียงอย่างเดียว ยังมีบริการส่งสินค้าถึงมือผู้รับบริการจนถึงหน้าบ้าน เพราะฉะนั้นคุณภาพของการขนส่งสินค้าจึงเป็นอีกหนึ่งอย่างที่จะทำให้ทราบถึงคุณภาพการบริการ ซึ่งหากผู้รับบริการได้รับสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง ไม่ชำรุดเสียหาย รวมทั้งเจ้าหน้าที่ขนส่งสินค้าให้บริการด้วยความพร้อม และความเต็มใจ ก็จะเป็นความพึงพอใจต่อหน่วยงานเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (สวัสดี และนภัสพร, 2566) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างนวัตกรรมสมรรถนะโลจิสติกส์ และคุณภาพการบริการโลจิสติกส์: การศึกษาเชิงประจักษ์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยที่พบว่า สมรรถนะโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ และสอดคล้องกับงานวิจัย (ภารวี และพัฒน์, 2560) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการด้านการขนส่งนักท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งนักท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านเวลา ด้านข้อมูลข่าวสารและด้านความปลอดภัย รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัย (ชาญชัย และสวัสดิ์, 2565)

ศึกษางานวิจัยเรื่อง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย ผ่านสมรรถนะการบริการโลจิสติกส์ การจัดการคุณภาพโดยรวม และนวัตกรรมที่พบว่า สมรรถนะการบริการโลจิสติกส์ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานองค์กร ทั้งนี้เพราะการพัฒนาสมรรถนะโลจิสติกส์ช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความเชื่อถือของลูกค้าในบริการขนส่งของบริษัท เนื่องจากมีการส่งมอบสินค้าที่เร็ว แม่นยำ และตรงตามข้อตกลง รวมถึงการให้บริการลูกค้าอย่างเต็มที่ในการติดต่อและให้ข้อมูลในเวลาที่เหมาะสม ทำให้ลูกค้ารับรู้คุณภาพการบริการของบริษัทฯ ได้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ผู้บริหารของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ควรมีนโยบายให้ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาระบบและประมวลผลคิดค้นพัฒนาและจัดทำแอปพลิเคชันให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของคนรุ่นใหม่ในยุคออนไลน์ที่ชื่นชอบการช้อปปิ้ง หรือใช้บริการไปรษณีย์ ตลอดจนนักสะสมแสตมป์ให้สามารถเข้าถึงระบบบริการ และข้อมูลข่าวสารของไปรษณีย์ได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยนวัตกรรมบริการ ผู้จัดการฝ่ายกลยุทธ์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ควรนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการติดตามสถานะของพัสดุ การเสนอบริการใหม่ ๆ เช่น บริการจัดส่งด่วนหรือบริการบรรจุภัณฑ์พิเศษสำหรับธุรกิจหรือลูกค้าส่วนตัว นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาบริการอื่น ๆ เช่น บริการส่งสินค้าระหว่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็วขึ้น หรือการใช้ระบบตรวจสอบตัวตนด้านความปลอดภัยของการส่งพัสดุ

3. ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ ฝ่ายบุคคลของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีนโยบายในการส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ไปอบรมพัฒนาองค์ความรู้เพื่อใช้ในการปรับปรุงระบบปฏิบัติการโลจิสติกส์เพื่อช่วยประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการจัดการและติดตามพัสดุ การปรับปรุงอินเทอร์เน็ตเฟส และการพัฒนาการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อความรวดเร็วและความโปร่งใสในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ เช่น ประสิทธิภาพการขนส่ง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์องค์กร เป็นต้น เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวอาจจะส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

2. ควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้ครอบคลุมการศึกษาให้ครอบคลุมธุรกิจทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการศึกษาและวิเคราะห์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในด้านการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์

3. ควรมีการศึกษารูปแบบของวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ผลการวิจัยเชิงลึกที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviews) เป็นต้น

References

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชาญชัย เมธาวิรุฬห์ และสวัสดี วรรณรัตน์. (2565). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย ผ่านสมรรถนะการบริการโลจิสติกส์ การจัดการคุณภาพโดยรวม และนวัตกรรม. วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์. ปีที่ 16 ฉบับที่ 25 หน้า 103-125
- ธีรวัธรา บวชชัยภูมิ และสรพล บุรณกุล. (2565). รูปแบบนวัตกรรมการจัดการโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการปรับตัวของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนาดใหญ่ของประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 หน้า 295-312
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. (2567). ประวัติกิจการไปรษณีย์ไทย. เข้าถึงเมื่อ (6 กุมภาพันธ์ 2567). เข้าถึงได้จาก (https://www.thailandpost.co.th/un/article_list_with_detail/aboutus/85)

- ภารวี อยู่ย้อย และพัฒน์ พิสิษฐเกษม. (2560). ปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการด้านการขนส่งนักท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. ใน รายงานการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 12. 19 สิงหาคม 2560 หน้า 52-59. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต
- รัชนิกร กล่อมเกลี้ยง และธัญนันท์ บุญอยู่. (2564). ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการนวัตกรรมทางการเงินของธนาคารรัฐวิสาหกิจในพื้นที่จังหวัดนครปฐม. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ. ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 หน้า 647-657
- รุ่งฤดี แซ่ตั้ง. (2564). นวัตกรรมแบบเปิดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สวัสดิ์ วรรณรัตน์ และนภัสพร นิยะวานนท์. (2566). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างนวัตกรรมสมรรถนะโลจิสติกส์และคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ : การศึกษาเชิงประจักษ์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย. วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปีที่ 46 ฉบับที่ 178 หน้า 1-21
- อัมณิกา ราร่องคำ. (2566). นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการให้บริการที่เป็นเลิศของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 หน้า 596-603
- Bellingkrodt, S. and Wallenburg, C. M. (2013). The Role of External Relationships for LSP Innovativeness: A Contingency Approach. **Journal of Business Logistics**. Vol. 34 Issue 3 pp. 209-221. DOI: 10.1111/jbl.12020
- Chen, M. C., Hsu, C. L., and Lee, L. H. (2020). Investigating Pharmaceutical Logistics Service Quality with Refined Kano's Model. **Journal of Retailing and Consumer Services**. Vol. 57. DOI: 10.1016/j.jretconser.2020.102231
- Chu, Z., Feng, B., and Lai, F. (2018). Logistics Service Innovation by Third Party Logistics Providers in China: Aligning Guanxi and Organizational Structure. **Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review**. Vol. 118 pp. 291-307. DOI: 10.1016/j.tre.2018.08.007
- Gong, Y., Chen, L., Jia, F., and Wilding, R. (2019). Logistics Innovation in China: The Lens of Chinese Daoism. **Sustainability**. Vol. 11 Issue 2. pp. 1-21. DOI: 10.3390/su11020545
- Grawe, S. J., Daugherty, P. J., and Ralston, P. M. (2015). Enhancing Dyadic Performance Through Boundary Spanners and Innovation: An Assessment of Service Provider-Customer Relationships. **Journal of Business Logistics**. Vol. 36 Issue 1 pp. 88-101. DOI: 10.1111/jbl.12077
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., and Armstrong, G. (2015). **Marketing**. 9th Edition. Pearson Higher Education AU
- Kusumawardani, K. A. and Hastayanti, S. A. (2020). Predicting the Effects of Perceived Service Quality and Logistics Service Innovation on Repurchase Intention of Instant Courier Services Through Customer Satisfaction and Trust. **Jurnal Manajemen Indonesia**. Vol. 20 No. 3, pp. 177-193. DOI: 10.25124/jmi.v20i3.3515
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric Theory**. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill
- Ostrom, A. L., Parasuraman, A., Bowen, D. E., Patrício, L., and Voss, C. A. (2015). Service Research Priorities in a Rapidly Changing Context. **Journal of Service Research**. Vol. 18 Issue 2 pp. 127-159. DOI: 10.1177/1094670515576315
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of retailing**. Vol. 64 Number 1 pp. 12-40

- Richey, R. G., Daugherty, P. J., and Roath, A. S. (2007). Firm Technological Readiness and Complementarity: Capabilities Impacting Logistics Service Competency and Performance. **Journal of Business Logistics**. Vol. 28 Issue 1 pp. 195-228. DOI: 10.1002/j.2158-1592.2007.tb00237.x
- Ivan Su, S., Gammelgaard, B., and Yang, S. (2011). Logistics Innovation Process Revisited: Insights from a Hospital Case Study. **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management**. Vol. 41 No. 6. pp. 577-600. DOI: 10.1108/09600031111147826
- Tanskanen, K., Holmstrom, J., and Ohman, M. (2015). Generative Mechanisms of the Adoption of Logistics Innovation: The Case of On-site Shops in Construction Supply Chains. **Journal of Business Logistics**. Vol. 36 Issue 2 pp. 139-159. DOI: 10.1111/jbl.12089
- Thongkruer, P. and Wanarat, S. (2021). Logistics Service Quality: Where we are and where we go in the Context of Airline Industry. **Management Research Review**. Vol. 44 Issue 2 pp. 209-235. DOI: 10.1108/MRR-12-2019-0544
- Vu, T. P., Grant, D. B., and Menachof, D. A. (2020). Exploring Logistics Service Quality in Hai Phong, Vietnam. **The Asian Journal of Shipping and Logistics**. Vol. 36 Issue 2 pp. 54-64. DOI: 10.1016/j.ajsl.2019.12.001
- Wang, M., Jie, F., and Abareshi, A. (2018). Logistics Capability, Supply Chain Uncertainty and Risk, and Logistics Performance: An Empirical Analysis of Australian Courier Industry. **OSCM Publications**. Vol. 11 Issue 1. pp. 45-54. DOI: 10.31387/oscm0300200
- Wirtz, J. and Lovelock, C. (2021). **Services Marketing: People, Technology, Strategy**. (9th Edition). World Scientific
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row
- Yu, K., Cadeaux, J., and Song, H. (2017). Flexibility and Quality in Logistics and Relationships. **Industrial Marketing Management**. Vol. 62 pp. 211-225. DOI: 10.1016/j.indmarman.2016.09.004