

## คุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ประเทศไทยและลาว

ภักว์วัฒน์ อินทรวงษ์โชติ<sup>1</sup> ปกัศร ชัยวัฒน์<sup>2</sup> ธนัญญา วสุศรี<sup>3</sup> ทวีศักดิ์ กฤษเจริญ<sup>4</sup>  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140  
และ จิรัชย์ พุทธกุลสมศิริ<sup>5</sup>  
สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์คลองหลวง ปทุมธานี 12121

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider-LSP) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทย 67 ราย ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ของไทย 102 ราย ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของลาว 11 ราย ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ของลาว 12 ราย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากนั้นวิเคราะห์คุณภาพบริการ (SERVQUAL) 5 มิติ ประกอบด้วย รูปลักษณ์ทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า และการดูแลเอาใจใส่ ตามแนวคิดของการคำนวณช่องว่างด้านคุณภาพการบริการที่เป็นจริงในปัจจุบันและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ผลการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการประเทศไทยมีศักยภาพด้านโลจิสติกส์และคุณภาพที่ดีกว่าผู้ประกอบการลาวในทุกมิติ แต่คุณภาพบริการของผู้ให้บริการทั้งสองประเทศก็ยังคงไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้ และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญทางด้านโลจิสติกส์ในลาว ยังพบความเป็นไปได้ในการสร้างเครือข่ายในการบริการทางด้านโลจิสติกส์ร่วมกันของทั้งสองประเทศได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

**คำสำคัญ :** คุณภาพการให้บริการ / SERVQUAL / ช่องว่างด้านคุณภาพการให้บริการ

\* Corresponding author : E-mail : pakawat.kmutt@gmail.com

- 1 นักศึกษาระดับบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรมสาขาการจัดการโลจิสติกส์
- 2 อาจารย์ บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรมสาขาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ
- 3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรมสาขาการจัดการโลจิสติกส์
- 4 อาจารย์ บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรมสาขาบริหารจัดการองค์กร
- 5 รองศาสตราจารย์ ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกลและระบบการผลิต

## Service Quality of Thailand and Lao PDR Logistics Service Providers

**Pakawat Intarawongchot<sup>1\*</sup> Papisson Chaiwat<sup>2</sup> Thananya Wasusri<sup>3</sup> Taweesak Kritjaroen<sup>4</sup>**

King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bang Mod, ThungKhru, Bangkok 10140

**and Jirachai Buddhakulsomsiri<sup>5</sup>**

Sirindhorn International Institute of Technology ,Thammasat University, KhlongLuang, Pathumthani 12121

### Abstract

This study aimed to evaluate the service quality of Logistics Service Providers (LSPs). The samples analyzed included 67 Thai LSPs, 102 Thai Users, 11 Laos LSPs and 12 Laos Users. The data collection was conducted by questionnaires. The analysis of service quality (SERVQUAL) was investigated in 5 dimensions, namely, tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The gaps between the current service quality perceived and the expectation of the users were identified. It was found that Thai LSPs are better than Laos LSPs in all dimensions. However, both Thai and Laos LSPs still cannot satisfy their customer's expectation. From our in-depth interview, both Laos LSPs and Laos experts noted that it is promising to set up a logistics network between Thai and Laos LSPs.

**Keywords :** Service quality / SERVQUAL / Service quality gap

---

\* Corresponding author : E-mail : pakawat.kmutt@gmail.com

<sup>1</sup> Graduate Student, Graduate School of Management and Innovation, Logistics Management.

<sup>2</sup> Lecturer, Graduate School of Management and Innovation, Entrepreneurship Management.

<sup>3</sup> Assistant Professor, Graduate School of Management and Innovation, Logistics Management.

<sup>4</sup> Lecturer, Graduate School of Management and Innovation, Organization Management.

<sup>5</sup> Associate Professor, School of Manufacturing Systems and Mechanical Engineering.

## 1. บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) มีกำหนดการเปิดอย่างเป็นทางการในปี 2558 จากการตกลงของประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ ได้แก่ ไทย พม่า มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม ลาว กัมพูชา และบรูไน เพื่อให้อาเซียนมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน การลงทุนและแรงงานฝีมือกันอย่างเสรีโดยเฉพาะการเปิดเสรีด้านบริการนั้นจะสร้างทั้งโอกาสและอุปสรรคให้แก่ผู้ประกอบการภายในประเทศไทยอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ดังนั้นผู้ประกอบการไทย จึงมีความจำเป็นอย่างมากในการเตรียมความพร้อมการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านหรือการสร้างโอกาสในความร่วมมือเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจต่อไป

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียนและเป็นประเทศเพื่อนบ้านของไทย โดยมีพรมแดนติดกับไทยเป็นระยะทางกว่า 1,810 กิโลเมตร มีช่องทางการค้ากว่า 40 จุด [1] และไทยยังเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของลาว ปัจจุบันลาวมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นทุกปี จากการที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ อีกทั้งมีอัตราค่าจ้างแรงงานราคาถูก ส่งผลให้เป็นแรงดึงดูดให้นักลงทุนชาวต่างชาติหันมาลงทุนเพิ่มมากขึ้น ส่วนด้านภูมิศาสตร์ที่ตั้งของประเทศถึงแม้ลาวจะไม่มีทางออกสู่ทะเล (Land Locked) [2] แต่ทำเลที่ตั้งของประเทศอยู่ใจกลางในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นเส้นทางผ่านไปสู่อื่นๆ ในภูมิภาค นอกจากนี้ลาวยังมีอัตราความเสี่ยงเรื่องภัยพิบัติทางธรรมชาติที่ต่ำกว่าประเทศสมาชิกอื่นๆ รวมทั้งยังมีเสถียรภาพทางการเมืองที่สูง จากการที่มีพรรคการเมืองเพียงพรรคเดียวนั่นคือ พรรคประชาชนปฏิวัติลาว ทำให้ส่งผลดีต่อการลงทุนทางธุรกิจ เนื่องจากสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนได้

ด้านการขนส่งสินค้าของลาว อาศัยการขนส่งสินค้าทางถนนเป็นหลัก เนื่องจากทำเลที่ตั้งของประเทศไม่มีทางออกสู่ทะเล จำเป็นต้องอาศัยประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศไทย กัมพูชา หรือเวียดนามในการนำเข้าส่งออกสินค้าทางทะเล และการขนส่งทางน้ำมีแม่น้ำโขงเป็น

แม่น้ำสายสำคัญที่สุดของประเทศ [3] สำหรับการขนส่งทางถนนนั้น เนื่องด้วยลาวเป็นประเทศที่มีที่ตั้งอยู่ใจกลางภูมิภาค จึงกลายเป็น เส้นทางขนส่งที่มีความสำคัญกับประเทศสมาชิกอื่นๆ

การเคลื่อนย้ายเสรีด้านบริการโลจิสติกส์ เป็นหนึ่งในผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการเปิด ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ดังนั้นผู้ประกอบการทางด้านโลจิสติกส์ของทั้งประเทศไทยและลาวจำเป็นต้องมีการปรับตัวและปรับปรุงพัฒนาการให้บริการที่ดี เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการได้ อีกทั้งการร่วมมือกันสร้างเป็นเครือข่าย เพื่อเป็นการขยายการตลาดไปสู่ประเทศอื่นๆ ก็เป็นยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนา

การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ ประเมินคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (LSP) ของทั้งประเทศไทยและลาว และความคาดหวังของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ (User) ในแต่ละมิติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการเปรียบเทียบศักยภาพ และพิจารณาความแตกต่างของคุณภาพบริการ โดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL เป็นแบบประเมินคุณภาพการบริการ

## 2. วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการวิจัยแบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา ทบทวน และรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ของประเทศไทยและลาว จากหนังสือทางวิชาการ, บทความ, วิทยานิพนธ์ และรายงานที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมี 2 รูปแบบคือ รูปแบบที่ 1 ที่ใช้ในการวิจัยจะเป็นส่วนของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (LSP) และรูปแบบที่ 2 ที่ใช้ในการวิจัยจะเป็นส่วนของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ (User) ซึ่งแบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบโดยอาจารย์จากมหาวิทยาลัย 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านโลจิสติกส์ในภาคอุตสาหกรรม 5 ท่าน

ขั้นตอนที่ 3 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากกลุ่มตัวอย่างภายในประเทศไทยและลาว ซึ่งพื้นที่ในการเก็บข้อมูลที่ลาวคือ นครหลวงเวียงจันทน์

ขั้นตอนที่ 4 รวบรวม บันทึกข้อมูลจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูล จากค่า T-Test และค่าเฉลี่ย (Mean)

ขั้นตอนที่ 6 สรุปผลและนำเสนอผลการวิจัย

## 2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1.1 ประชากร ได้แก่ กลุ่มของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์และกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ที่ใช้บริการโลจิสติกส์

2.1.2 กลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการวิจัยมีการเก็บข้อมูลตามภูมิภาคต่างๆ ในประเทศไทย และนครหลวงเวียงจันทน์ ลาว โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอิสระ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากคุณ Chittaphone Souanthammavong เจ้าหน้าที่สภาการค้าและอุตสาหกรรมแห่งชาติลาว กลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการวิจัยแบ่งได้ดังนี้

ไทย : ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (LSP) 67 ราย, ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ (User) 102 ราย

ลาว : ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (LSP) 11 ราย ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ (User) 12 ราย

## 2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคุณภาพให้บริการ SERVQUAL เป็นเครื่องมือที่ถูกพัฒนาขึ้นโดย พาราสุรามาน ไชแธมอล และเบอร์รี่ [4] ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดประสิทธิภาพของการให้บริการ โดยถูกนำไปใช้แพร่หลายในหลายอุตสาหกรรมเช่น การเงินและการธนาคาร [5] การบริการขนส่ง [6] หรือโรงพยาบาล [7] เป็นต้น ดังนั้นเพื่อให้การวัดคุณภาพบริการเหมาะสมและสอดคล้องกับธุรกิจโลจิสติกส์ แบบสอบถามถูกตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญทั้งจากภาคอุตสาหกรรมและภาคการศึกษา จึงได้แบบวัดคุณภาพบริการสำหรับอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ ใน 5 มิติตาม SERVQUAL ดังนี้ [8]

1) รูปลักษณะทางกายภาพ (Tangible) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่สามารถมองเห็นได้ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เครื่องมือ อุปกรณ์ และบุคลากรของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่เห็นได้ตั้งแต่ก่อนที่จะใช้บริการ

2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า ซึ่งการบริการมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ ทุกครั้งของการบริการได้แก่ บริการทั่วไป เอกสาร เวลา และความปลอดภัย เป็นต้น

3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง คุณลักษณะของความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

4) การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ความสามารถ รวมทั้งมารยาทในการให้บริการ ซึ่งสามารถสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าได้

5) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแล ความเอื้ออาทร เอาใจใส่ลูกค้าตามความต้องการที่แตกต่างในแต่ละราย

โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยมี 2 รูปแบบ ได้แก่

รูปแบบที่ 1 ที่ใช้ในการวิจัยจะเป็นส่วนของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (LSP) ส่วนที่ใช้ในการนำมาวิจัยประกอบด้วย

- แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ
- แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์

รูปแบบที่ 2 ส่วนของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ (User) และใช้ส่วนประสิทธิภาพการให้บริการโลจิสติกส์ในการดำเนินการวิจัย

จากแบบสอบถามทั้งสองรูปแบบดังกล่าว จะถูกนำมาเปรียบเทียบคุณภาพบริการโลจิสติกส์ของทั้งสองประเทศต่อไป

โดยแต่ละมิติในแบบสอบถามมีการประเมินความคาดหวัง (Expected) และการรับรู้ (Perceived) ในลักษณะของไลเคิร์ต (Likert's Rating Scale) ระดับ 1-5 (จากน้อยที่สุดจนถึงมากที่สุด) ค่าความแตกต่างหรือช่องว่างด้านคุณภาพการให้บริการ (GAP) [9] สามารถพิจารณาจากค่า SQE (Service Quality of Expectation) ได้ดังนี้

- ถ้าค่า SQE มีค่าเท่ากับ 1 ( $SQE = 1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการได้รับการบริการในระดับที่เท่ากับหรือตามที่คาดหวัง

- ถ้าค่า SQE มีค่ามากกว่า 1 ( $SQE > 1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการได้รับการบริการในระดับที่สูงกว่าที่คาดหวัง

- ถ้าค่า SQE มีค่าน้อยกว่า 1 ( $SQE < 1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการได้รับการบริการในระดับที่ต่ำกว่าที่คาดหวัง

ช่องว่างที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการให้บริการประกอบด้วย 5 ช่องว่างดังนี้

- ช่องว่างบริการที่ 1 (GAP 1) เป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์

- ช่องว่างบริการที่ 2 (GAP 2) เป็นช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้ให้บริการในด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และการกำหนดลักษณะคุณภาพบริการ

- ช่องว่างบริการที่ 3 (GAP 3) เป็นช่องว่างระหว่างลักษณะของคุณภาพการบริการที่ได้กำหนดไว้และบริการที่ให้แก่ผู้ใช้บริการ

- ช่องว่างบริการที่ 4 (GAP 4) เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ให้จริง และการสื่อสารให้ผู้ใช้บริการรับทราบ

- ช่องว่างบริการที่ 5 (GAP 5) เป็นช่องว่างบริการระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การบริการของผู้ใช้บริการ

การวิจัยนี้จะพิจารณาคูณภาพบริการจากแบบสอบถามที่ครอบคลุมเฉพาะช่องว่างบริการที่ 1 (GAP 1) และช่องว่างบริการที่ 5 (GAP 5) เนื่องจากขอบเขตของการวิจัยนี้จะเน้นประเด็นในด้านความคาดหวังและการรับรู้บริการจากกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนการประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์ (Logistics Scorecard) เป็นการประเมินสมรรถนะหรือศักยภาพด้านโลจิสติกส์ วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน ตลอด

จนนำข้อมูลที่ได้ใช้สำหรับพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูงขึ้น ดัชนีที่ใช้วัดศักยภาพด้าน โลจิสติกส์แบ่งออกเป็น 5 ด้านหลักดังนี้ [10]

- 1) กลยุทธ์ของสถานประกอบการ
- 2) การวางแผนและความสามารถในการปฏิบัติงาน
- 3) ประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านโลจิสติกส์
- 4) ระบบการบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 5) ความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ

### 3. ผลการวิจัย

ส่วนนี้ประกอบด้วย 1) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 2) ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคุณภาพการให้บริการจากมุมมองของผู้ใช้บริการ 3) วิเคราะห์ช่องว่างการให้บริการ และ 4) ศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์

#### 3.1 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ [11] ในการวิเคราะห์ข้อมูล จากการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ Cronbach's Alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.939 แสดงว่าแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยนี้มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ในการดำเนินวิจัยได้

#### 3.2 คุณภาพการให้บริการจากมุมมองของผู้ใช้บริการไทยและลาว

สัดส่วนขนาดของผู้ใช้บริการไทยและลาวที่ได้จากการเก็บข้อมูลแบ่งได้ดังตารางที่ 1 พบว่า สัดส่วนผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ของไทยส่วนมากเป็นขนาดกลางและขนาดเล็ก แต่สำหรับการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในลาว ได้พบผู้ใช้บริการที่มีความต้องการให้ระบบโลจิสติกส์พัฒนาส่วนมากเป็นผู้ใช้บริการขนาดใหญ่

**ตารางที่ 1** สัดส่วนขนาดของผู้ใช้บริการไทย และลาว

ขนาดธุรกิจ	ไทย		ลาว	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เล็ก	42	48.84	1	8.33
กลาง	16	18.6	2	16.67
ใหญ่	28	32.56	9	75

ผลการวิเคราะห์ที่ได้เป็นจริงเฉพาะกับข้อมูลที่น่าเสถียรเท่านั้น ทั้งนี้มีข้อจำกัดในด้านงบประมาณ เวลา และการให้ความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อทำการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่ได้รับของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ (Perceived) จากค่าเฉลี่ย (Mean) ซึ่งสามารถแบ่งระดับคะแนนได้ดังนี้  
 คะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง คุณภาพต่ำมาก  
 คะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง คุณภาพต่ำ  
 คะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง คุณภาพปานกลาง  
 คะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง คุณภาพมาก  
 คะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง คุณภาพมากที่สุด  
 และค่า Sig.(2tailed) ทั้ง 5 มิติพบว่า

มิติที่ 1 รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible) ผู้ให้บริการไทยมีคุณภาพโดยเฉลี่ยสูงกว่าผู้ให้บริการลาวอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการไทยมีสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก บุคลากรและอุปกรณ์ต่างๆ ครบถ้วน และมีประสิทธิภาพที่ดีกว่าผู้ให้บริการลาว

มิติที่ 2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ไม่พบความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการในมิติความน่าเชื่อถือระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยและลาว

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) พบว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยและลาว มีระดับความสามารถในการให้บริการที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

มิติที่ 4 การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า (Assurance) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพบริการ โดยที่ค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการของไทยสูงกว่าลาว แสดงให้เห็นเช่นเดียวกันว่าผู้ให้บริการไทยสามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

มิติที่ 5 การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ไม่มีผลต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ และไม่มีความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยในมิติความน่าเชื่อถือ

สรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการจากมุมมองของผู้ใช้บริการทั้งสองประเทศพบว่ามิติที่ 1 รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible) และมิติที่ 4 การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า (Assurance) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพบริการ และหากพิจารณาค่าเฉลี่ยในทุกมิติพบว่า ค่าเฉลี่ยของไทยสูงกว่าลาวทุกมิติ แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการไทยมีคุณภาพบริการที่ดีกว่าผู้ให้บริการลาวในทุกมุมมองของผู้ใช้บริการ ดังแสดงในตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ยในการรับรู้ของผู้ใช้บริการประเทศไทยและลาว

SERVQUAL	Country	Mean	Std. Deviation	t	Sig.(2tailed)	ระดับการบริการ*
TangibleP	Thai	3.58	0.776	3.151	0.002	คุณภาพมาก
	Laos	2.82	0.896			คุณภาพปานกลาง
ReliabilityP	Thai	3.64	0.693	1.35	0.18	คุณภาพมาก
	Laos	3.32	0.944			คุณภาพปานกลาง
ResponsivenessP	Thai	3.55	0.797	1.638	0.104	คุณภาพมาก
	Laos	3.13	0.985			คุณภาพปานกลาง
AssuranceP	Thai	3.63	0.833	2.51	0.014	คุณภาพมาก
	Laos	2.97	1.005			คุณภาพปานกลาง
EmpathyP	Thai	3.60	1.339	1.442	0.152	คุณภาพมาก
	Laos	3.02	1.053			คุณภาพปานกลาง



### 3.3 วิเคราะห์ช่องว่างการให้บริการ

การประเมินคุณภาพบริการโลจิสติกส์ของไทยและลาวนั้น จะเปรียบเทียบช่องว่าง (GAP) ที่เกิดจากการให้บริการโลจิสติกส์จาก SERVQUAL เป็น 2 ส่วนดังนี้

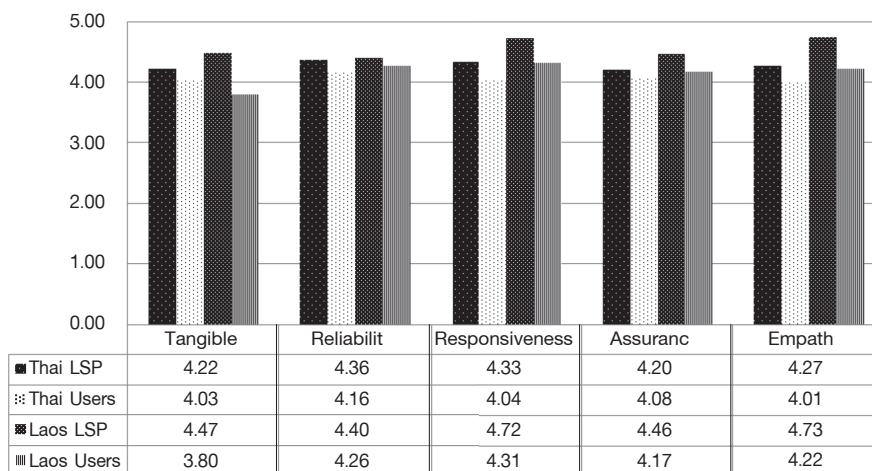
1. ช่องว่าง (GAP) ที่ 1 เป็นผลต่างของค่าความคาดหวังของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการโลจิสติกส์สัดส่วนขนาดของผู้ให้บริการของไทยและลาวส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก(รายละเอียดในตารางที่ 3)

สัดส่วนผู้ให้บริการของไทยนั้นกระจายตัวอยู่ในขนาดกลางและขนาดเล็กเป็นส่วนใหญ่ แต่ผู้ให้บริการในลาวส่วนมากกลับเป็นขนาดเล็ก เนื่องด้วยข้อจำกัดในการแข่งขันทางธุรกิจ และการเริ่มพัฒนาทางการค้าของผู้ประกอบการในลาว ส่งผลให้ผู้ให้บริการยังคงมีขนาดธุรกิจที่ไม่ใหญ่โตมากนัก

ตารางที่ 3 สัดส่วนขนาดของผู้ให้บริการไทยและลาว

ขนาดธุรกิจ	ไทย		ลาว	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เล็ก	28	87.50	9	100
กลาง	2	6.25	ไม่ระบุ	0
ใหญ่	2	6.25	ไม่ระบุ	0

2. ช่องว่าง (GAP) ที่ 5 เป็นช่องว่างบริการระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การบริการของผู้ใช้บริการ (USER) ประกอบด้วย



รูปที่ 1 ช่องว่าง (GAP) ที่ 1 ความคาดหวังของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทยและลาวในแต่ละมิติ

ช่องว่าง (GAP) ที่ 1 เป็นผลต่างของค่าความคาดหวังของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ (รายละเอียดในรูปที่ 1) โดยภาพรวมทั้งไทยและลาวพบว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยและลาวมีความเข้าใจถึงความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ใช้บริการที่สูงกว่าความคาดหวังจริงในทุกมิติ

ความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ไทยคาดหวังสูงสุดคือ มิติที่ 2 ความน่าเชื่อถือและมีความคาดหวังต่ำที่สุดคือมิติที่ 5 ด้านการดูแลเอาใจใส่ ในขณะที่ผู้ใช้บริการไทยมองว่าลูกค้ามีความคาดหวังในด้านความน่าเชื่อถือสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของผู้ใช้บริการไทย และด้านการสร้างมั่นใจให้กับลูกค้าต่ำที่สุดทั้งนี้เราจึงต้องวิเคราะห์ต่อไปในช่องว่างที่ 5 ประเด็นที่ผู้ใช้บริการลาวมีความคาดหวังมากที่สุดคือด้านการตอบสนอง และมีความคาดหวังต่ำสุดในด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ในขณะที่ผู้ใช้บริการลาวมองว่าลูกค้ามีความต้องการความดูแลเอาใจใส่สูงสุด และด้านความน่าเชื่อถือต่ำที่สุด

เมื่อเปรียบเทียบความสามารถในการเข้าใจถึงความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยและลาวพบว่า ความคาดหวังของผู้ให้บริการสูงกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการในทุกมิติ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการลาวสูงกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการไทยเกือบทุกมิติ ยกเว้นมิติที่ 1 รูปลักษณ์ทางกายภาพ

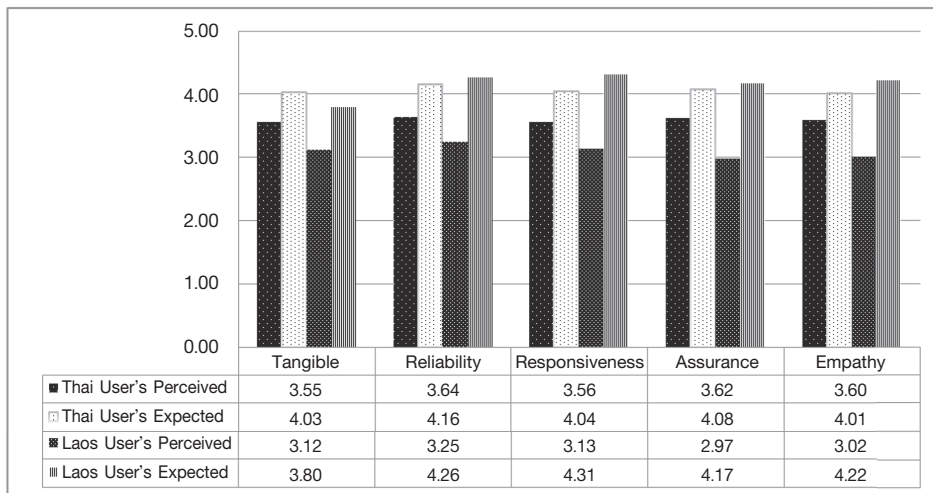
สำหรับช่องว่าง (GAP) ที่ 5 เป็นผลต่างของค่าการรับรู้หรือประสิทธิที่ได้รับกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ (รายละเอียดในรูปที่ 2) โดยภาพรวมทั้งไทยและลาวพบว่าผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่น้อยกว่าความคาดหวังในทุกมิติ

ประสิทธิภาพที่ผู้ใช้บริการไทยได้รับสูงที่สุดคือมิติที่ 2 ความน่าเชื่อถือ ก่อนข้างใกล้เคียงกับมิติที่ 4 การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า การบริการที่ผู้ใช้บริการไทยได้รับน้อยที่สุดคือมิติที่ 1 รูปลักษณ์ทางกายภาพ ประเด็นที่พบนี้อาจเกิดจากผู้ให้บริการไทยยังไม่สามารถสร้างรูปลักษณ์ทางกายภาพ เช่น การจัดเก็บอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ดีพอให้ปรากฏแก่ผู้ใช้บริการ ขณะที่ผู้

ให้บริการไทยสามารถให้บริการตามที่ตกลงไว้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและมีความสม่ำเสมอ

ประเด็นที่ผู้ใช้บริการลาวได้รับประสิทธิภาพการบริการสูงที่สุดคือมิติที่ 2 ความน่าเชื่อถือ และประสิทธิภาพที่ได้รับต่ำที่สุดมิติที่ 4 การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

เมื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการบริการของผู้ให้บริการไทยและลาวพบว่า ผู้ให้บริการไทยสามารถให้การบริการในระดับดีกว่าผู้ให้บริการลาวในทุกมิติ แต่อย่างไรก็ตามผู้ให้บริการไทยและลาว มีประสิทธิภาพการบริการที่สอดคล้องกันในมิติที่ 2 ความน่าเชื่อถือที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดใน 5 มิติ จากมุมมองของผู้ใช้บริการทั้งสองประเทศ



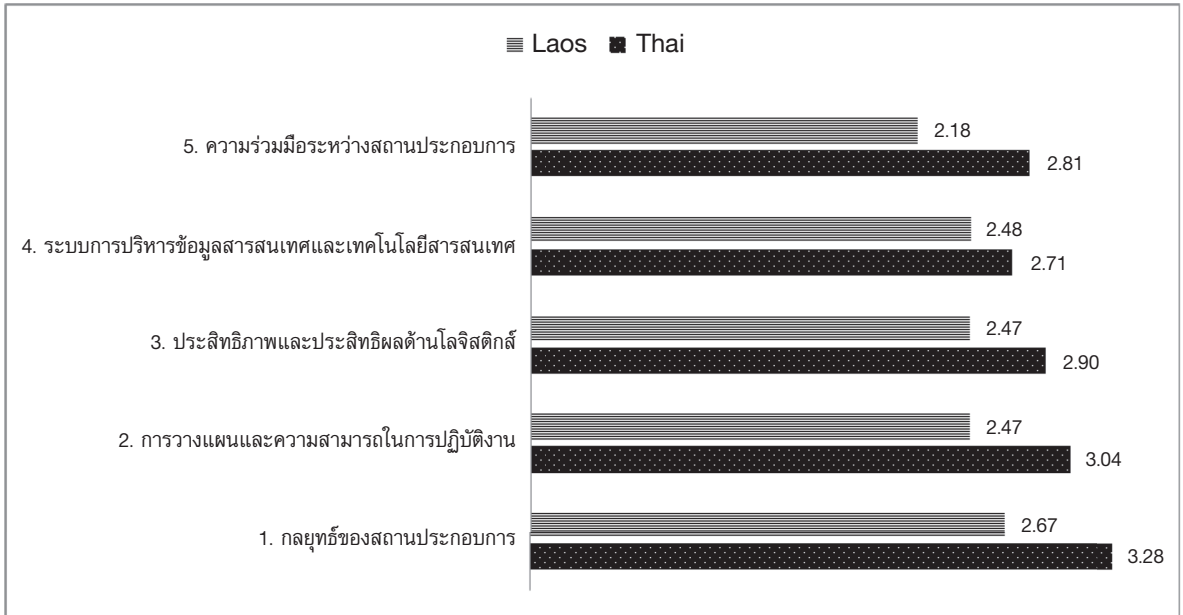
รูปที่ 2 ช่องว่าง (GAP) ที่ 5 การรับรู้และการคาดหวังของผู้ใช้บริการไทยและลาวในแต่ละมิติ

### 3.4 ศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์

การประเมินศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ทั้ง 5 ด้าน ของกลุ่มตัวอย่างทั้งของไทยและลาวพบว่า ค่าเฉลี่ยของประเทศไทยมีระดับที่สูงกว่าลาวในทุกด้าน ซึ่งหากพิจารณาค่าที่ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ (LSP) ทั้งสองประเทศได้ทำการประเมินพบว่า หัวข้อที่ 1 กลยุทธ์ของสถานประกอบการมีค่าที่สูงที่สุดจากข้ออื่นๆ โดยค่าคะแนนของไทยเท่ากับ 3.28 ลาวมีค่าคะแนนเท่ากับ 2.67 แสดงให้เห็นถึงผู้ประกอบการไทยมีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ ส่วนหัวข้อที่ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ไทยมีศักยภาพต่ำที่สุดคือ หัวข้อที่

4 ระบบการบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศค่าคะแนนเท่ากับ 2.71 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ยังไม่ได้นำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการบริหารงานเท่าที่ควร ในขณะที่มุมมองของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลาว มองว่าหัวข้อที่ 5 ความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ ค่าคะแนนเท่ากับ 2.18 มีศักยภาพที่ต่ำ เนื่องจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ยังไม่ให้ความสำคัญของโลจิสติกส์เท่าที่ควรส่งผลให้การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการซึ่งเป็นงานระดับกลยุทธ์จึงยังไม่ได้รับความสำคัญดังแสดงในรูปที่ 3





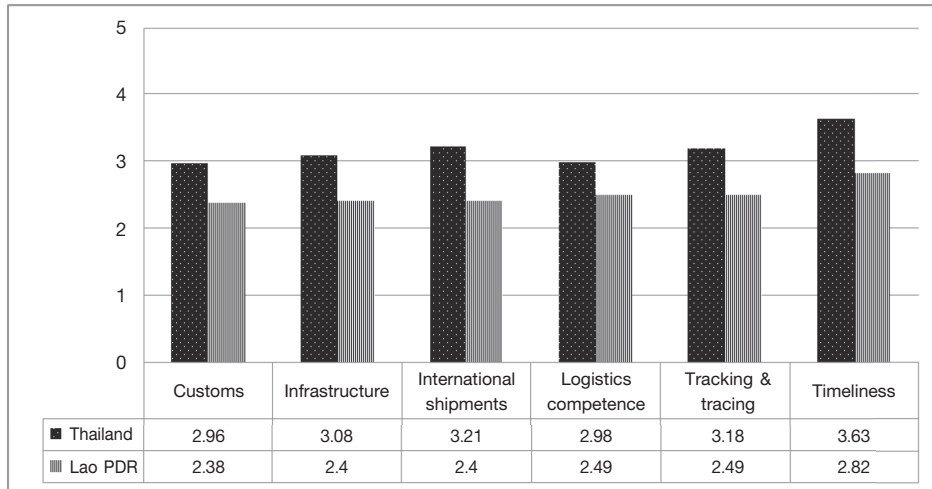
รูปที่ 3 การประเมินศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยและลาว

#### 4. อภิปรายผลและสรุป

ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคุณภาพการให้บริการจากมุมมองของผู้ใช้บริการทางสถิติพบว่ามิติตี่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพบริการคือ มิติตี่ 1 รูปลักษณ์ทางกายภาพ และมิติตี่ 4 การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพผู้ให้บริการไทยและลาวมีความแตกต่างกันใน 2 มิตินี้อย่างชัดเจน โดยที่ผู้ให้บริการของไทยมีระดับการให้บริการที่ดีกว่าผู้ให้บริการลาว

ส่วนค่าเฉลี่ยของไทยมีค่าสูงกว่าลาวในทุกมิติ แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการไทยมีคุณภาพในการบริการที่ดีกว่าผู้ให้

บริการลาวในทุกด้าน และเมื่อพิจารณาร่วมกับศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ที่ได้ทำการประเมินศักยภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยมีความสามารถที่สูงกว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลาวในทุกด้าน จึงเป็นเหตุผลสนับสนุนให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ดีกว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลาว นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่า LPI (Logistics Performance Index) ที่จัดทำโดยธนาคารโลกในปี 2012 [12] จะเห็นได้ว่าคะแนนเฉลี่ยของไทยนั้นสูงกว่าลาวอย่างเห็นได้ชัดในทุกปัจจัย (แสดงในรูปที่ 4)



รูปที่ 4 Logistics Performance Index ประเทศไทย และลาว ปี 2012

จากมุมมองของผู้ใช้บริการไทยพบว่า ระดับบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการน้อยที่สุด และผู้ให้บริการไทยควรปรับปรุงแก้ไขคือ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ รองลงมาคือ การตอบสนองต่อลูกค้าหรือผู้ให้บริการ แสดงให้เห็นว่าลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏแก่สายตาของผู้ใช้บริการได้แก่สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เครื่องมือ อุปกรณ์ และบุคลากรยังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอต่อความคาดหวังของลูกค้า เช่นเดียวกับกับด้านการตอบสนองต่อลูกค้าที่ผู้ให้บริการไทยยังไม่สามารถให้การบริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้เช่น กระบวนการสั่งซื้อสินค้า บริการที่ง่ายและรวดเร็ว ความรวดเร็วในด้านเอกสาร ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียนของลูกค้า เป็นต้น รวมทั้งพัฒนาด้านระบบบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในกิจกรรมของโลจิสติกส์ ดังนั้นผู้ให้บริการควรพัฒนาและประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ต่างๆ เช่น ระบบ ERP, ระบบ CRM, ระบบ TMS ระบบ Barcode ฯลฯ ภายในองค์กร เนื่องจากจะช่วยให้อุตสาหกรรมโลจิสติกส์มีความคล่องตัว มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ส่งมอบและลูกค้า รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการวางแผนการใช้ทรัพยากรในโซ่อุปทานให้เกิดประโยชน์สูงสุด

สำหรับการเปิดตลาดเพื่อลงทุนในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ลาว ถือว่าเป็นโอกาสของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทย

เนื่องจากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าคุณภาพบริการของไทยมีระดับที่ดีกว่าลาวในทุกด้าน เมื่อพิจารณาในแต่ละมิติพบว่า ระดับบริการที่ผู้ให้บริการลาวได้รับจากผู้ให้บริการลาวน้อยที่สุดคือ การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ซึ่งมีระดับบริการใกล้เคียงกับการดูแลเอาใจใส่ ในขณะที่ผู้ให้บริการไทยมีประสิทธิภาพใน 2 มิติดังกล่าวสูง จึงส่งผลดีในการลงทุนอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ลาว

นอกจากนั้นจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และผู้เชี่ยวชาญทางด้านโลจิสติกส์ของลาว ยังคงพบ ความสามารถในการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกันระหว่างผู้ให้บริการของไทยกับลาว เนื่องจากลาวเป็นแหล่งวัตถุดิบ เช่น ผลผลิตไม้ แร่ธาตุ ที่มีความต้องการขนถ่ายสินค้าผ่านไทยไปยังต่างประเทศ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสร่วมกันในธุรกิจโลจิสติกส์ของทั้งสองประเทศที่จะสร้างความร่วมมือกันทางการค้าในอนาคตได้

## 5. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ผู้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้ (RDG5550027-002) และขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ทำให้งานวิจัยนี้สามารถดำเนินการได้รวดเร็วและสำเร็จผลเป็นอย่างดี

## 6. เอกสารอ้างอิง

1. Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP), 2012", *Competitive Competency of Isan SME Business and Border Trade (Specifically Laos) towards Entrepreneurs' Perceptions and Readiness for ASEAN Economic Community (AEC), Under the Financial Information Management and Northeastern Region SMEs Study Project, Final Report*", pp. 12-15 (In Thai)
2. Fusai, P., 2006, "G-Lao-balization: Viewpoints from Past to Present", *Suthep Printing.*, pp. 64-67 (In Thai)
3. Indochina Studies Center, Burapha University, 2009, "*Basic Information of the Lao People's Democratic Republic*", pp. 348-351 (In Thai)
4. Looy, B., Gemmel, P., and Dierdonck, R., 2005, "Service Management An Integrated Approach", *Person Education Ltd.*, pp. 130-132
5. Chaiwongkaew, S., 2010, "Customers1 satisfaction toward the service quality of Siam Commercial Bank Public Company Limited after corporate revitalization", Available: <http://www.lib.ku.ac.th/KUCONF/2555/KC4915010.pdf> [15 March 2013] (In Thai)
6. Buaphut, N., 2004, "Transportation Service Demand of Small and Medium Enterprises", Chulalongkorn University, Available: [http://thailis-db.car.chula.ac.th/CU\\_DC/Thesis/January2006/Natthaporn.pdf](http://thailis-db.car.chula.ac.th/CU_DC/Thesis/January2006/Natthaporn.pdf) [15 March 2013] (in Thai).
7. Leelataypin, K., Maluesri, P., and Punnakitikashem, P., 2011, "Service Quality Assessment in Public Hospital in Bangkok using SERVQUAL Model", *KMUTT R&D Journal*, Vol.34, No.4, pp. 443-446, (in Thai).
8. James, A., 2001, "Service Management Operation, Strategy, and Information Technology", *McGraw-Hill, Inc.*, pp. 44-45.
9. Mudie, P. and Pirrie, A., 2006, "Services Marketing Management", *Elsevier Ltd*, pp. 90-92.
10. Department of Primary Industries and Mines, 2011, "Logistics Industry Management Manual", Available: <http://logistics.dpim.go.th/article/listarticle8.php?grpId=169> [ 12 March 2013] (In Thai)
11. Kaiwan, Y., 2007, "Step by step1", *Bangkok Software Technology House.*, pp. 83-86 (In Thai)
12. The World Bank, 2012, "Section 1: Logistics Performance Index", Available: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/TRADE/0,,contentMDK:23188613~pagePK:210058~piPK:210062~theSitePK:239071,00.html> [ 12 March 2013]

