

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล

ณ ท่าเรือกรุงเทพ : มุมมองของผู้ใช้บริการ

### Factors Influencing Behavioral Intentions in Maritime Cargo Transport Services at Bangkok Port : Service Users' Perspectives

สุวิมล จักรปริญญากุล และ สุรสิทธิ์ บุญชูนนท์

Suwimol Jakparinyakul and Surasidh Boonchunnone

E-mail: 6524971245@rumail.ru.ac.th\*, surasidh.b@rumail.ru.ac.th

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร 10240

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Bangkok 10240

วันที่ส่งบทความ: 23 กันยายน 2567 วันที่แก้ไขบทความ: 2 ตุลาคม 2567 วันที่ตอบรับบทความ: 28 ตุลาคม 2567

Received: September 23, 2024 Revised: October 2, 2024 Accepted: October 28, 2024

\*Corresponding author E-mail: 6524971245@rumail.ru.ac.th

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรม อันได้แก่ การเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความเป็นรูปธรรมการบริการ และการตอบสนอง และ (2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม อันได้แก่ การเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความเป็นรูปธรรมการบริการ การตอบสนอง และความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มุมมองของผู้ใช้บริการ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก ประชากรที่ศึกษาเป็นผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ โดยการใช้สุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวน 380 ชุด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ อันได้แก่ การเอาใจใส่ ความมั่นใจ ความเป็นรูปธรรมการบริการ และการตอบสนอง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (2) พบว่า ความเป็นรูปธรรมการบริการ การตอบสนอง และความพึงพอใจในการทำธุรกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากผลการศึกษาที่ได้เป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้นำไปเป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ของท่าเรือ เพื่อรองรับการเติบโตด้านการค้าระหว่างประเทศ และยกระดับมาตรฐานการให้บริการเป็นที่ยอมรับในระดับสากล อันส่งผลให้เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชนในประเทศให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการโลจิสติกส์, ความพึงพอใจในการทำธุรกรรม, เจตนาเชิงพฤติกรรม

#### Abstract

This research aims to (1) examine the factors influencing transaction satisfaction including empathy, reliability, assurance, tangible and responsiveness and (2) examine the factors influencing behavioral

intentions, including empathy, reliability, assurance, tangible, responsiveness and satisfaction in providing maritime cargo transport services at Bangkok port service users' perspectives. The study is quantitative with 380 sample size service users selected through simple random sampling. The statistical methods used include descriptive statistics and multiple regression analysis. The research findings indicate that logistics service quality, including empathy, assurance, tangible, and responsiveness, significantly influences transaction satisfaction. Additionally, tangible, responsiveness, and transaction satisfaction significantly positively influence behavioral intentions. The results of the study serve as guidelines for both public and private sector organizations to develop logistics capabilities at the port in order to support international trade growth and elevate service standards to meet global acceptance levels. This will lead to job creation and generate income for the people and sustainable a good quality of life in the country.

**Keywords:** Logistics service quality, Transaction satisfaction, Behavioral intentions

## บทนำ

ปัจจุบันเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามการฟื้นตัวของภาคการผลิตและภาคการค้าทำให้การค้าโลกมีทิศทางดีขึ้นที่ส่งผลต่อกระบวนการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่ต้องเร่งพัฒนาศักยภาพของตนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางการค้าโลกได้ [1-4]

การค้าระหว่างประเทศของไทยมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามเศรษฐกิจโลก กระบวนการโลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญต่อการค้าระหว่างประเทศทั้งการนำเข้าและการส่งออกสินค้า ที่เป็นตัวช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ มีบทบาทช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งมอบสินค้าและบริการด้วยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างถูกต้องและรวดเร็ว [5, 6] นอกจากนี้จะต้องมีความยืดหยุ่นสูงเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าได้อย่างทันที่ [7] การขนส่งสินค้าเป็นกิจกรรมหนึ่งของกระบวนการโลจิสติกส์ที่สำคัญ เนื่องจากมีต้นทุนมากที่สุดของกระบวนการโลจิสติกส์ [8, 9] ภาครัฐและภาคเอกชนที่ทำการค้าระหว่างประเทศจึงต้องวางแผนกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการจัดการต้นทุนรวมให้ประหยัดต่อขนาด [5, 10] และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว [11, 12]

ท่าเรือมีบทบาทสำคัญในกระบวนการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานระหว่างประเทศ มีหน้าที่หลักในการบริการด้านโลจิสติกส์ บริการเรือนำร่อง รับเรือและสินค้า ควบคุมการบรรทุกและขนถ่ายสินค้า ขุดลอกบำรุงรักษาร่องน้ำทางเดินเรือ และแอ่งจอดเรือ บริการซ่อม บริการลากจูง รับเรือสินค้า ควบคุมการบรรทุกและการขนถ่ายสินค้า เก็บรักษา ส่งมอบสินค้า และเป็นศูนย์กระจายสินค้าที่ให้บริการมูลค่าเพิ่มตลอดจนถึงการประสานงานส่วนราชการและท่าเรือต่างประเทศ [4, 9] การจัดการโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจัดการข้อมูลตลอดห่วงโซ่อุปทาน และการลดต้นทุนโลจิสติกส์เป็นสิ่งสำคัญในการปฏิบัติงานของท่าเรือให้มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล [4, 9, 13]

ท่าเรือหลักที่จัดตั้งขึ้นโดยภาครัฐแห่งแรกอยู่ที่ตำบลคลองเตย หรือ ท่าเรือกรุงเทพ มีชื่อเรียกอีกชื่อว่า ท่าเรือคลองเตย ริเริ่มก่อตั้งขึ้นในปีพุทธศักราช 2475 ให้ความสำคัญด้วยการให้ท่าเรือมีความทันสมัยเพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า และลดอุปสรรคในการให้บริการจากบริหารจัดการโดยการท่าเรือแห่งประเทศไทย (กทท.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สาธารณูปการในสังกัดกระทรวงคมนาคม จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการทำเรือแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2494 เป็นท่าเรือแม่น้ำที่ได้มาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับทางการค้าระหว่างประเทศให้เรือเดินสมุทรเข้ามาทำการบรรทุกขนถ่ายสินค้า และเพื่อให้ท่าเรือมีความทันสมัยและเป็นที่ยอมรับอย่างต่อเนื่อง จึงมีแผนการพัฒนาท่าเรือตามนโยบาย “THAILAND 4.0” มาเป็น “ท่าเรือ 4.0” Smart Port เชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคม และระบบโลจิสติกส์ของภูมิภาค เพื่อมุ่งสู่การเป็นท่าเรือ

ชั้นนำที่ได้มาตรฐานระดับโลก (World Class Port) และเป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน [3, 14] ในการรักษาผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลและเพื่อเพิ่มปริมาณผู้ใช้บริการรายใหม่ให้กับท่าเรือ สำหรับความท้าทายหลักของการปรับปรุงคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ท่าเรือ คือ ความแออัดของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ บุคลากรขาดทักษะ [15] ท่าเรือจึงต้องเพิ่มกลยุทธ์ในการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ของท่าเรือ เพื่อรองรับการเติบโตด้านการค้าระหว่างประเทศและยกระดับมาตรฐานให้บริการเป็นที่ยอมรับในระดับสากล [3, 16] อันส่งผลให้เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชนในประเทศให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นเหตุผลสนับสนุนหลักให้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพในมุมมองของผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยคาดหวังว่าผลงานวิจัยจะเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ท่าเรือให้ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าเกิดความพึงพอใจและเจตนาเชิงพฤติกรรมเชิงบวก เช่น ตั้งใจใช้บริการในครั้งถัดไป ตั้งใจใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง แนะนำหรือบอกต่อในเชิงบวกให้ผู้อื่นมาใช้บริการ เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการให้บริการโลจิสติกส์ที่เป็นเลิศอันนำไปสู่ความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และส่งผลต่อความมั่นคงอย่างยั่งยืน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรม อันได้แก่ การเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความเป็นรูปธรรมการบริการ และการตอบสนองในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มุมมองของผู้ใช้บริการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม อันได้แก่ การเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความเป็นรูปธรรมการบริการ การตอบสนองและความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มุมมองของผู้ใช้บริการ

## สมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานกลุ่มที่ 1** คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ประกอบไปด้วย 5 มิติ อันได้แก่ การเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนอง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรม จึงเป็นที่มาของสมมติฐาน  $H_1-H_5$  ดังนี้

- $H_1$  การเอาใจใส่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรม
- $H_2$  ความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรม
- $H_3$  ความเชื่อมั่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรม
- $H_4$  ความเป็นรูปธรรมของการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรม
- $H_5$  การตอบสนองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรม

**สมมติฐานกลุ่มที่ 2** คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ประกอบไปด้วย 5 มิติ อันได้แก่ การเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนอง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม จึงเป็นที่มาของสมมติฐาน  $H_6-H_{10}$  ดังนี้

- $H_6$  การเอาใจใส่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม
- $H_7$  ความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

H<sub>8</sub> ความเชื่อมั่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

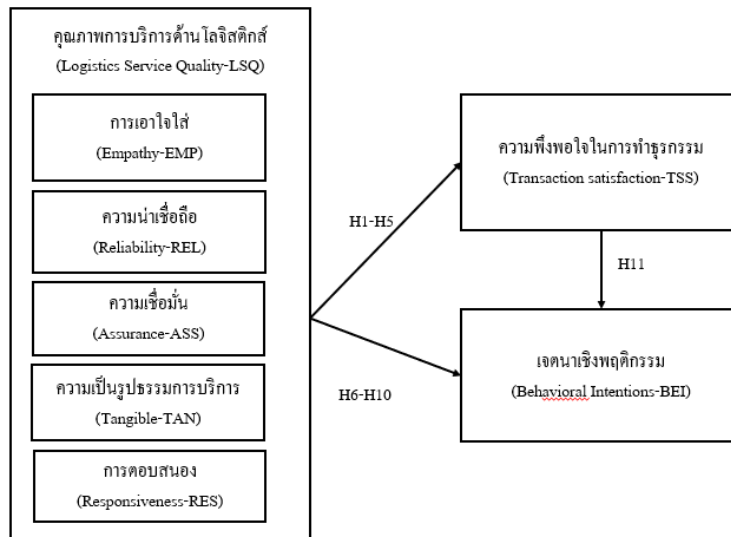
H<sub>9</sub> ความเป็นรูปธรรมของการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

H<sub>10</sub> การตอบสนองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

**สมมติฐานกลุ่มที่ 3** ความพึงพอใจในการทำธุรกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม จึงเป็นที่มาของสมมติฐาน H<sub>11</sub> ดังนี้

H<sub>11</sub> คุณภาพการบริการโลจิสติกส์และความพึงพอใจในการทำธุรกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ดัดแปลงจาก Parasuraman, et al. [17] และ Mentzer, et al. [8]

### ทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการโลจิสติกส์

Parasuraman, et al. [17] ได้เสนอแนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ หมายถึง การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์ที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้ใช้บริการเสร็จสิ้นแล้ว การบริการจะสามารถประเมินได้ต่อเมื่อต้องปรับให้เป็นรูปธรรมสิ่งที่สามารถจับต้องได้ การให้บริการจะต้องมีความยืดหยุ่นและตอบสนองตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยความรวดเร็วอย่างสม่ำเสมอ เช่น การมีทักษะความชำนาญในการให้บริการ การจัดการต่อคำร้องขอและกรณีเกิดปัญหาสามารถจัดการแก้ไขได้อย่างทันท่วงที [8, 17-19] ซึ่งประกอบไปด้วย 5 มิติ อันได้แก่

1. การเอาใจใส่ หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจถึงเจตนาที่แท้จริงของผู้ใช้บริการผ่านการสื่อสารอย่างเป็นมิตรและการให้บริการเท่าเทียมกัน
2. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง กระบวนการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐาน และสามารถตอบสนองได้อย่างมีประสิทธิภาพตามกรอบระยะเวลาที่ตกลงไว้

3. ความเชื่อมั่น หมายถึง มีกระบวนการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัยต่อทรัพย์สิน ที่สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในการให้บริการ
4. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง กระบวนการให้บริการที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ โดยการปรับสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ให้มีลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นและจับต้องได้ เช่น มีเทคโนโลยีและเครื่องมืออำนวยความสะดวกที่ทันสมัย การมีสถานที่สะอาดเป็นระเบียบ มีป้ายบอกจุดบริการและการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน
5. การตอบสนอง หมายถึง ความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพอย่างรวดเร็ว กรณีเกิดการเปลี่ยนแปลงสามารถแก้ไขและตอบสนองได้อย่างทันท่วงที

Mentzer, et al. [8] ได้เสนอแนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ คือ กระบวนการด้านโลจิสติกส์ที่องค์กรต้องมุ่งเน้นให้บริการตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มด้วยความรวดเร็วและมีความน่าเชื่อถือเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและเจตนาเชิงพฤติกรรมเชิงบวก เช่น การใช้บริการซ้ำ การแนะนำหรือบอกต่อในเชิงบวกให้ผู้อื่นมาใช้บริการ

#### **แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ**

Oliver and Burke [20] กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกถึงอารมณ์หลังจากประเมินระหว่างความคาดหวังก่อนและหลังประสบการณ์ใช้บริการ หากได้รับบริการตรงหรือเกินกว่าความคาดหวังจะเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ผลต่อภักดีและเจตนาเชิงบวก เช่น เต็มใจจ่ายมากขึ้น การใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง ยินดีแนะนำหรือบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ในทางกลับกัน หากได้รับการบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวัง ย่อมเกิดความไม่พึงพอใจและเลือกที่จะใช้บริการจากผู้ใช้บริการรายอื่นอันเกิดผลเสียต่อองค์กร [20-23]

#### **แนวคิดและทฤษฎีเจตนาเชิงพฤติกรรม**

Fishbein, et al. [24] กล่าวว่า เจตนาเชิงพฤติกรรม หมายถึง ความตั้งใจที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งในอนาคตจากทัศนคติส่วนตัวและพฤติกรรมลอกเลียนแบบทางสังคมและเกิดความเชื่อถึงประสิทธิภาพ อันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม เช่น เป็นทางเลือกแรกที่จะกลับมาใช้บริการ ความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ยินดีแนะนำหรือบอกต่อในเชิงบวกให้ผู้อื่นมาใช้บริการ[21, 24, 25]

### **วิธีการดำเนินการวิจัย**

ประชากรที่ใช้ทำการศึกษา ได้แก่ สมาชิกสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งชาติ (Thai National Shippers' Council: TNSC) จำนวน 2,127 บริษัท (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งชาติ, 2567) ผู้ศึกษากำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ [26] ที่เสนอไว้ว่าขนาดตัวอย่างอย่างน้อย โดยใช้สัดส่วนของตัวแปรสังเกตได้ต่อชุดแบบสอบถาม คือ 1:10 ในการศึกษานี้มีตัวแปรสังเกตได้ 35 ตัว จากข้อคำถามของแต่ละมิติตัวแปร อันได้แก่ การเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การตอบสนอง ความพึงพอใจในการทำธุรกรรม และเจตนาเชิงพฤติกรรม ดังนั้นตัวอย่างขั้นต่ำอย่างน้อย 350 ชุด เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามจำนวน 390 ชุด สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลและมีความสมบูรณ์ได้จำนวนทั้งสิ้น 380 ชุด คิดเป็นร้อยละ 97.44 [4, 23, 27] สำหรับการศึกษาใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักเท่านั้น

ตัวแปรที่ศึกษาที่เป็นตัวแปรต้นได้แก่ คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ที่ประกอบไปด้วย 5 มิติ อันได้แก่ การเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความเป็นรูปธรรมการบริการ และการตอบสนอง ส่วนตัวแปรตามได้แก่ ความพึงพอใจในการทำธุรกรรม และเจตนาเชิงพฤติกรรม

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถามที่ประกอบด้วย (1) ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ (2) ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ

เป็นแบบมาตราประเมินค่าของลิเคิร์ตสเกล (Likert type scale) มีระดับการวัด 6 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยน้อยที่สุด (=1) เห็นด้วยน้อย (=2) เห็นด้วยค่อนข้างน้อย (=3) เห็นด้วยค่อนข้างมาก (=4) เห็นด้วยมาก (=5) เห็นด้วยมากที่สุด (=6) ตามลำดับ สำหรับข้อคำถามเกี่ยวกับตัวแปรผู้วิจัยได้นำข้อคำถามด้านคุณภาพบริการโลจิสติกส์ Mentzer, et al. [8], Thai [9], Parasuraman, et al. [17], Hemalatha, et al. [28] และ Cronin Jr and Taylor [29] ความพึงพอใจในการทำธุรกรรม Pantouvakis and Dimas [12], Zeithaml, et al. [21], Mwendapole and Jin [27] และ Hsu, et al. [30] เจตนาเชิงพฤติกรรม Iqbal, et al. [31], Cuong and Long [32], Liu, et al. [33] และ Fishbein, et al. [24]

ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือที่สร้างขึ้น ผู้วิจัยใช้การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนและความสอดคล้องของเนื้อหาของตัวแปรที่ต้องการวัด จำนวน 3 ท่าน ผลการทดสอบพบว่าทุกข้อคำถามมีค่า IOC เท่ากับ 1 [26] และตรวจสอบค่าความเที่ยงโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient:  $\alpha$ ) กับแบบสอบถามก่อนเก็บจริง (try-out) จำนวน 35 ชุด และเก็บกลุ่มตัวอย่างจริง (n=380) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค ควรมีค่าในระดับ .7 ขึ้นไป และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ควรมีค่ามากกว่า .3 [26] ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

ตัวแปร	n=35	n=380
	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ
การเอาใจใส่(EMP)	0.736-0.909	0.803-0.872
ความน่าเชื่อถือ(REL)	0.669-0.860	0.700-0.836
ความเชื่อมั่น(ASS)	0.882-0.951	0.842-0.890
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ(TAN)	0.715-0.870	0.731-0.778
การตอบสนอง(RES)	0.432-0.871	0.745-0.878
ความพึงพอใจในการทำธุรกรรม(TSS)	0.726-0.844	0.822-0.879
เจตนาเชิงพฤติกรรม(BEI)	0.760-0.927	0.850-0.885

จากการทดสอบความเที่ยงของข้อมูลทดลองใช้ (n=35) พบว่าค่าอำนาจจำแนกรายข้อ พบว่า การเอาใจใส่ มีค่าระหว่าง .736 ถึง .909 ความน่าเชื่อถือ มีค่าระหว่าง .669 ถึง .860 ความเชื่อมั่น มีค่าระหว่าง .882 ถึง .951 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าระหว่าง .715 ถึง .870 การตอบสนอง มีค่าระหว่าง .432 ถึง .871 ความพึงพอใจในการทำธุรกรรม มีค่าระหว่าง .726 ถึง .844 และเจตนาเชิงพฤติกรรม มีค่าระหว่าง .760 ถึง .844 ตามลำดับ

จากการทดสอบความเที่ยงของข้อมูลที่เก็บจริง (n=380) พบว่าค่าอำนาจจำแนกรายข้อ พบว่า การเอาใจใส่ มีค่าระหว่าง .803 ถึง .872 ความน่าเชื่อถือ มีค่าระหว่าง .700 ถึง .836 ความเชื่อมั่น มีค่าระหว่าง .842 ถึง .890 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าระหว่าง .731 ถึง .778 การตอบสนอง มีค่าระหว่าง .745 ถึง .878 ความพึงพอใจในการทำธุรกรรม มีค่าระหว่าง .822 ถึง .879 และเจตนาเชิงพฤติกรรม มีค่าระหว่าง .850 ถึง .885 ตามลำดับ

## ผลการวิจัย

วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย การวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

### ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65.26 มีอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.42 การศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.53 ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 73.42 ประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.89 ประเภทธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าทางทะเล คิดเป็นร้อยละ 37.89 ขนาดขององค์กรจำนวนพนักงานระหว่าง 50-200 คน คิดเป็นร้อยละ 42.11

### ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็น

ผลการวิเคราะห์และแปลความหมายความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ (1) คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ที่ประกอบไปด้วย 5 มิติ ได้แก่ การเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนอง (2) ความพึงพอใจในการทำธุรกรรม (3) เจตนาเชิงพฤติกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.909-5.038 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 0.790-0.916 และมีความหมายในระดับเห็นด้วยมาก ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของตัวแปรที่ศึกษา (n=380)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
การเอาใจใส่ (EMP)	5.038	.842	ระดับมาก
ความน่าเชื่อถือ (REL)	5.010	.800	ระดับมาก
ความเชื่อมั่น (ASS)	4.993	.875	ระดับมาก
ความเป็นรูปธรรมการบริการ (TAN)	4.964	.790	ระดับมาก
การตอบสนอง (RES)	4.909	.916	ระดับมาก
ความพึงพอใจในการทำธุรกรรม (TSS)	4.961	.882	ระดับมาก
เจตนาเชิงพฤติกรรม (BEI)	4.991	.852	ระดับมาก

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุและสมมติฐานการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยโปรแกรม ดังตารางที่ 4 และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังตารางที่ 5

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในรูปสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficients)

ตัวแปร	TSS			BEI		
	Standardize coefficients	t-value	p-value	Standardize coefficients	t-value	p-value
EMP	.124**	2.687	$p < .01$	.067	1.377	$p > .05$
REL	.101	1.859	$p > .05$	.100	1.752	$p > .05$
ASS	.174***	3.551	$p < .001$	.018	0.354	$p > .05$
TAN	.140***	3.362	$p < .001$	.109*	2.484	$p < .05$
RES	.425***	7.968	$p < .001$	.174**	2.901	$p < .01$
TSS	-	-	-	.477***	8.841	$p < .001$
Constant	.094			.365		
n	380			380		
R <sup>2</sup>	.800			.783		
Adjust R <sup>2</sup>	.797			.780		
df	5			6		
F	298.784			224.318		
Sig	.000			.000		

หมายเหตุ: \*\*\* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (t-value  $\geq$  3.29), \*\* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (2.576 < t-value < 3.29), \* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (t-value  $\geq$  1.96, t-value  $\leq$  2.576)

**โมเดลสมการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐานและมีนัยสำคัญ**

$$\text{โมเดลสมการที่ 1 TSS} = .124\text{EMP} + .101\text{REL} + .174\text{ASS} + .140\text{TAN} + .425\text{RES}$$

$$\text{โมเดลสมการที่ 2 BEI} = .067\text{EMP} + .100\text{REL} + .018\text{ASS} + .109\text{TAN} + .174\text{RES} + .477\text{TSS}$$



**การทดสอบสมมติฐาน**

**ตารางที่ 5** ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน		t-value	p-value	ผลการทดสอบ
กลุ่มที่ 1	H <sub>1</sub> EMP → TSS	2.687	(p<.01)	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
	H <sub>2</sub> REL → TSS	1.859	(p>.05)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
	H <sub>3</sub> ASS → TSS	3.551	(p<.001)	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
	H <sub>4</sub> TAN → TSS	3.362	(p<.001)	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
	H <sub>5</sub> RES → TSS	7.968	(p<.001)	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
กลุ่มที่ 2	H <sub>6</sub> EMP → BEI	1.377	(p>.05)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
	H <sub>7</sub> REL → BEI	1.752	(p>.05)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
	H <sub>8</sub> ASS → BEI	.354	(p>.05)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
	H <sub>9</sub> TAN → BEI	2.484	(p<.05)	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
	H <sub>10</sub> RES → BEI	2.901	(p<.01)	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
กลุ่มที่ 3	H <sub>11</sub> TSS → BEI	8.841	(p<.001)	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการศึกษาสมมติฐาน Hypothesis ตามมิติของ LSQ, TSS และ BEI เป็นการศึกษาค้นหาความสัมพันธ์โดยตรงของแต่ละมิติ LSQ ที่มีต่อ TSS และ BEI โดยแต่ละมิติเป็น Reflective Indicators ซึ่งผู้วิจัยศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

**สรุปผลการวิจัย**

**ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65.26 มีอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.42 การศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.53 ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 73.42 ประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.89 ประเภทธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าทางทะเล คิดเป็นร้อยละ 37.89 ขนาดขององค์กรจำนวนพนักงานระหว่าง 50-200 คน คิดเป็นร้อยละ 42.11

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย**

(1) คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ในมิติการเอาใจใส่ ความเชื่อมั่น ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรมอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติพบว่า การตอบสนองมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุเท่ากับ .425 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความเชื่อมั่นมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุเท่ากับ .174 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ความเป็นรูปธรรมการบริการมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุเท่ากับ .140 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และการเอาใจใส่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุเท่ากับ .124 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ตามลำดับ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ พบว่าไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรม

(2) คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ในมิติความเป็นรูปธรรมของการบริการ การตอบสนอง และความพึงพอใจในการทำธุรกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติพบว่า ความพึงพอใจในการทำธุรกรรมมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุเท่ากับ .477 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 รองลงมา ได้แก่ การตอบสนองโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุเท่ากับ .174 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 และความเป็นรูปธรรมของการบริการมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุเท่ากับ .109 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ ส่วนมิติการเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

## อภิปรายผลการวิจัย

H<sub>1</sub> คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มิติการเอาใจใส่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ( $p < .01$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .124 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Le, et al. [10] และ Khalifa, et al. [34] ที่ว่า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้จากการเข้าใจถึงความต้องการผู้ใช้บริการในแต่ละรายเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ เช่น การดูแลบริการอย่างมีประสิทธิภาพ แสดงความเป็นมิตรในการให้บริการ และให้คำแนะนำบริการด้วยความสุภาพและปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการอย่างเท่าเทียม จะทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงคุณค่าของตนและส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

H<sub>2</sub> คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มิติความน่าเชื่อถือไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรม ( $p > .05$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .101 ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Phan, et al. [4] และ Nguyen, et al. [3] ที่ว่า ความน่าเชื่อถือเกิดจากความสามารถบริการตามสัญญาที่ตกลงไว้ ดังนั้นจึงควรมีการบริการจัดการกระบวนการทำงานโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพตรงต่อเวลาอย่างสม่ำเสมอ เช่น ข้อมูลรายละเอียดต้องมีความชัดเจนถูกต้อง การจัดส่งสินค้าต้องมีสภาพสมบูรณ์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

H<sub>3</sub> คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มิติความเชื่อมั่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ( $p < .001$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .174 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Mwendapole and Jin [27] และ Dewa [35] ที่ว่า การมีมาตรฐานในการปฏิบัติงานย่อมสร้างความเชื่อมั่นในบริการได้ว่าจะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีมาตรฐานการปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับ เช่น มีสถานที่จัดเก็บสินค้าที่ได้มาตรฐาน ระเบียบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐาน จึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นในบริการและพึงพอใจในการทำธุรกรรมดังกล่าว ดังนั้นหากมีมาตรฐานการปฏิบัติงานที่สูงขึ้นย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการและเกิดความพึงพอใจในการทำธุรกรรมมากขึ้นตามไปด้วย

H<sub>4</sub> คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มิติความเป็นรูปธรรมการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ( $p < .001$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .140 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ZAKI [36] และ Mwendapole and Jin [27] ที่ว่าการให้บริการในรูปแบบที่มองเห็นและจับต้องได้จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ เช่น การมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้ง่ายต่อการใช้งานในท่าเรือ มีป้ายบอกจุดบริการที่ชัดเจน มีป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งข่าวสารให้ทราบ เอกสารการขนส่งมีความถูกต้อง มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น

H<sub>5</sub> คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มิติการตอบสนองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ( $p < .001$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .425 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Phan, et al. [4] และ Dewa [35] ที่ว่า ธุรกิจการบริการโลจิสติกส์จะต้องมีความยืดหยุ่นและตอบสนองความต้องการและจัดการต่อข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความรวดเร็ว เช่น การให้บริการเคลื่อนย้ายสินค้าตลอด 24 ชั่วโมง กรณีเกิดปัญหาหรือการเปลี่ยนแปลงสามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างทันท่วงที เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการทำธุรกรรมขนส่งสินค้าทางทะเลมากยิ่งขึ้น

H<sub>6</sub> คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มุมมองผู้ใช้บริการ มิติการเอาใจใส่ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม ( $p > .05$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .067 ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Iqbal, et al. [31] และ Veloso and Sousa [37] ที่ว่า การเอาใจใส่ดูแลนอกจากมีความเข้าใจผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าแต่ละราย ควรจะต้องให้ความสำคัญความคุ้มค่า ความสะดวกสบายและความรวดเร็วในบริการโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้บริหารจัดการท่าเรือ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม เช่น การกลับมาใช้บริการซ้ำ การใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง หรือการแนะนำบอกต่อในเชิงบวกให้ผู้อื่นมาใช้บริการ

H<sub>7</sub> คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มุมมองผู้ใช้บริการ มิติความน่าเชื่อถือไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม ( $p > .05$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .100 (H7) ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Shah, et al. [38] และ Yesmin, et al. [39] ที่ว่า ความน่าเชื่อถือเกิดจากความสามารถให้บริการตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ และต้องให้ความสำคัญเพิ่มเติมในด้านความถูกต้องของรายละเอียดเอกสารสำคัญ ราคาค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม การส่งมอบสินค้าในสภาพสมบูรณ์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อใจในประสิทธิภาพที่ได้ และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรให้เกิดความน่าเชื่อถือที่มีผลต่อความพึงพอใจและเจตนาพฤติกรรมเชิงบวก เช่น การกลับมาใช้บริการซ้ำ การใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง หรือการแนะนำบอกต่อในเชิงบวกให้ผู้อื่นมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

H<sub>8</sub> คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มุมมองผู้ใช้บริการ มิติความเชื่อมั่นไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม ( $p > .05$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .018 ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Iqbal, et al. [31] และ Liu, et al. [33] ที่ว่า การสร้างความเชื่อมั่นจะต้องมีกระบวนการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐาน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจและเชื่อมั่นบริการ เช่น บุคลากรมีความเชี่ยวชาญจึงรับรู้ได้ถึงความปลอดภัยของสินค้า สามารถจัดส่งสินค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ และมีการให้ข้อมูลรายละเอียดสถานะการขนส่งได้อย่างเป็นปัจจุบัน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นในบริการที่ไว้วางใจได้ และเกิดความพึงพอใจในการทำธุรกรรมที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาพฤติกรรม เช่น การกลับมาใช้บริการซ้ำ การใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง และยินดีแนะนำหรือบอกต่อในเชิงบวกให้ผู้อื่นมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

H<sub>9</sub> คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มุมมองผู้ใช้บริการ มิติความเป็นรูปธรรมของการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ( $p < .05$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .109 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Iqbal, et al. [31] และ Shah, et al. [38] ที่ว่า การมีสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มองเห็นและจับต้องได้จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น จึงควรเพิ่มบริการต่าง ๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น การมีป้ายบอกจุดบริการที่ชัดเจน ป้ายประชาสัมพันธ์ ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่ มีนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัย บุคลากรผู้ให้บริการมีทักษะที่เชี่ยวชาญ ย่อมทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและเจตนาเชิงพฤติกรรมเชิงบวกมากยิ่งขึ้น เช่น เป็นทางเลือกแรกที่จะกลับมาใช้บริการ ตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ยินดีแนะนำหรือบอกต่อเชิงบวกให้ผู้อื่นมาใช้บริการ

H<sub>10</sub> คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ มิติการตอบสนองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ( $p < .01$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .174 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Marino and Lo Presti [40] และ Yesmin, et al. [39] ที่ว่า การตอบสนองที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจบริการโลจิสติกส์เพื่อให้ทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และควรเพิ่มความยืดหยุ่นในการให้บริการหากมีการร้องขอเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ เช่น การให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเพื่อการตอบสนองต่อคำร้องขอได้อย่างทันท่วงที เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการทำธุรกรรมและส่งผลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมเชิงบวก เช่น เป็นทางเลือกแรกที่จะกลับมาใช้บริการ ตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ การใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง ยินดีแนะนำหรือบอกต่อในเชิงบวกให้ผู้อื่นมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

H<sub>11</sub> ความพึงพอใจในการทำธุรกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ อย่างมีนัยสำคัญ ( $p < .001$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุ เท่ากับ .477 (H<sub>11</sub>) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Chang and Lee [25] และ Veloso and Sousa [37] ที่ว่า การมอบบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจบริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการทำธุรกรรม จึงต้องใส่ใจในบริการทุก ๆ ด้านของกระบวนการโลจิสติกส์ เช่น การเอาใจใส่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ ความน่าเชื่อถือของบริการที่ปฏิบัติตามสัญญาที่ตกลงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในบริการ และมีรูปธรรมการบริการที่มองเห็นและจับต้องได้ เช่น มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยที่ช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้นและส่งผลให้เกิดอิทธิพลเชิงบวกในเจตนาเชิงพฤติกรรม เช่น ความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ยินดีแนะนำหรือบอกต่อในเชิงบวกให้ผู้อื่นมาใช้บริการ และเป็นทางเลือกแรกที่จะกลับมาใช้บริการ เป็นการสร้างรายได้ให้ภาครัฐและเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันให้องค์กรเกิดความยั่งยืน

### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือกรุงเทพ : มุมมองของผู้ใช้บริการ พบว่าควรมุ่งเน้นการบริการโลจิสติกส์ ดังนี้

1. การท่าเรือแห่งประเทศไทย ควรมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ในมิติการเอาใจใส่ ความเชื่อมั่น ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนอง เพื่อให้ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลเกิดความพึงพอใจในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น อันส่งผลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในเชิงบวก

2. การท่าเรือแห่งประเทศไทย ควรมุ่งการพัฒนาคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ โดยเน้นการปรับปรุงมิติความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการสร้างความยืดหยุ่นและนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลได้อย่างทันท่วงที ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและเจตนาเชิงพฤติกรรมที่ดีมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ พร้อมยินดีแนะนำหรือบอกต่อในเชิงบวกให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ทั้งเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและนำไปสู่การบริการที่เป็นเลิศอันนำไปสู่ความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

### เอกสารอ้างอิง

- [1] สุรสิทธิ์ บุญชูนนท์ และ กรวิช เหล่าพิทักษ์โยธิน. 2562. อิทธิพลของคุณภาพระบบสารสนเทศ คุณภาพบริการ และคุณภาพข้อบังคับต่อความง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และการยอมรับการใช้งานระบบการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของเจ้าหน้าที่ศุลกากร กรมศุลกากรประเทศไทย. *วารสารวิชาการ RMUTT Global Business and Economics Review*, 14(1), 73-90. [Surasisidh Boonchunone and Korawit Lhaopitukyothin. 2019. The influence of information system quality, service quality and regulation quality on perceived ease of use perceived usefulness and usage intention of national single window (NSW) system by Thai customer officers. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 14(10), 73-90. (in Thai)]
- [2] Ginting, Y., Chandra, T., Miran, I. and Yusriadi, Y. 2023. Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth,

- customer trust, and customer satisfaction mediation. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 329-340.
- [3] Nguyen, T.Q., Ngo, L.T.T., Huynh, N.T., Quoc, T.L. and Hoang, L.V. 2022. Assessing port service quality: An application of the extension fuzzy AHP and importance-performance analysis. *PLoS One*, 17(2), e0264590.
- [4] Phan, T.M., Thai, V.V. and Vu, T.P. 2021. Port service quality (PSQ) and customer satisfaction: an exploratory study of container ports in Vietnam. *Maritime Business Review*, 6(1), 72-94.
- [5] Riliandini, P., Dianti, E.N., Hidayah, S.R. and Pertiwi, D.A.A. 2021. Improved logistics service quality for goods quality delivery services of companies using analytical hierarchy process. *Journal of Soft Computing Exploration*, 2(1), 33-39.
- [6] Ugboma, C., Ogwude, I.C., Ugboma, O. and Nnadi, K. 2007. Service quality and satisfaction measurements in Nigerian ports: an exploration. *Maritime Policy & Management*, 34(4), 331-346.
- [7] Sherehiy, B., Karwowski, W. and Layer, J.K. 2007. A review of enterprise agility: Concepts, frameworks, and attributes. *International Journal of industrial ergonomics*, 37(5), 445-460.
- [8] Mentzer, J.T., Flint, D.J. and Hult, G.T.M. 2001. Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process. *Journal of Marketing*, 65(4), 82-104.
- [9] Thai, V.V. 2016. The impact of port service quality on customer satisfaction: The case of Singapore. *Maritime Economics & Logistics*, 18, 458-475.
- [10] Le, D.N., Nguyen, H.T. and Hoang Truong, P. 2020. Port logistics service quality and customer satisfaction: Empirical evidence from Vietnam. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 36(2), 89-103.
- [11] Kashyap, R. and Bojanic, D.C. 2000. A structural analysis of value, quality, and price perceptions of business and leisure travelers. *Journal of travel research*, 39(1), 45-51.
- [12] Pantouvakis, A. and Dimas, A. 2013. The role of corporate agility and perceived price on the service quality–customer satisfaction link: some preliminary evidence from the port industry. *International Journal of Shipping and Transport Logistics*, 5(4-5), 412-431.
- [13] Nguyen, H.-O., Nghiem, H.-S. and Chang, Y.-T. 2018. A regional perspective of port performance using metafrontier analysis: the case study of Vietnamese ports. *Maritime Economics & Logistics*, 20, 112-130.
- [14] Kim, J.-Y. 2014. Port user typology and representations of port choice behavior: A Q-methodological study. *Maritime Economics & Logistics*, 16(2), 165-187.
- [15] Savira, E.M. and Tasrin, K. 2018. Involvement of local wisdom as a value and an instrument for internalization of public service innovation. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 24(1), 1.
- [16] Lopez, E.Y.V. 2018. A Study on Service Quality Perception Using the SERVQUAL Model in the Port of Manzanillo, Mexico. *Journal of International Trade & Commerce*, 14(3), 1-16.

- [17] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- [18] Stank, T.P., Goldsby, T.J., Vickery, S.K. and Savitskie, K. 2003. Logistics service performance: estimating its influence on market share. *Journal of business logistics*, 24(1), 27-55.
- [19] Thai, V.V. 2008. Service quality in maritime transport: conceptual model and empirical evidence. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 20(4), 493-518.
- [20] Zeithaml, V.A., Berry, L.L. and Parasuraman, A. 1996. The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- [21] Chang, S.-C., Chou, P.-Y. and Lo, W.-C. 2013. Evaluation of satisfaction and repurchase intention in online food group-buying, using Taiwan as an example. *British Food Journal*, 116(1), 44-61.
- [22] Oliver, R.L. and Burke, R.R. 1999. Expectation processes in satisfaction formation: A field study. *Journal of Service Research*, 1(3), 196-214.
- [23] Lai, P.-L., Jang, H., Fang, M. and Peng, K. 2022. Determinants of customer satisfaction with parcel locker services in last-mile logistics. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 38(1), 25-30.
- [24] Fishbein, M., Ajzen, I. and Belief, A. 1975. Intention and Behavior: An introduction to theory and research. In: Addison-Wesley, Reading, MA.
- [25] Chang, J.-I. and Lee, C.-Y. 2020. The effect of service innovation on customer behavioral intention in the Taiwanese insurance sector: the role of word of mouth and corporate social responsibility. *Journal of Asia Business Studies*, 14(3), 341-360.
- [26] Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R. 2014. Pearson new international edition. Multivariate data analysis. Seventh Ed, Pearson Education Limited, Harlow, Essex.
- [27] Mwendapole, M.J. and Jin, Z. 2021. Evaluation of Seaport Service Quality in Tanzania: From the Dar es Salaam Seaport Perspective. *Sustainability*, 13(18), 10076.
- [28] Hemalatha, S., Dumpala. L. and Balakrishna, B. 2018. Service quality evaluation and ranking of container terminal operators through hybrid multi-criteria decision making methods. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 34(2), 137-144.
- [29] Cronin JR, J.J. and Taylor, S.A. 1992. Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- [30] Hsu, C.-T., Chou, M.-T. and Ding, J.-F. 2023. Key factors for the success of smart ports during the post-pandemic era. *Ocean & Coastal Management*, 233, 106455.
- [31] Iqbal, M.S., Hassan, M.U. and Habibah, U. 2018. Impact of self-service technology (SST) service quality on customer loyalty and behavioral intention: The mediating role of customer satisfaction. *Cogent Business & Management*, 5, 1-23.
- [32] Cuong, D.T. and Long, N.T. 2020. The impact of service quality and brand image on customer satisfaction and behavioral intention in Vietnam Fashion market. *Test Engineering and Management*, 83(389), 389-398.

- [33] Liu, Y., Shang, M., Jia, C., Lim, X.J. and Ye, Y. 2024. Understanding consumers' continuous-use intention of crowdsourcing logistics services: Empirical evidence from China. *Heliyon*, 10(8), e29819.
- [34] Khalifa, G.S., Binnawas, M., Alareefi, N.A., Alkathiri, M.S., Alsaadi, T.A., Alneadi, K.M. and Alkhateri, A. 2021. The role of holistic approach service quality on student's behavioural intentions: the mediating role of happiness and satisfaction. *City University eJournal of Academic Research (CUEJAR)*, 3(1), 12-32.
- [35] Dewa, A. 2023. Empirical Analysis of Service Quality on Consumer Satisfaction in Maritime Transportation. *Research Horizon*, 3(5), 531-541.
- [36] Zaki, N.E.B. 2018. Impact of service quality of land transportation on customer satisfaction at johor port logistics. *Journal of Public Value and Administration Insights*, 1(1), 7-13.
- [37] Veloso, C.M. and Sousa, B.B. 2022. Drivers of customer behavioral intentions and the relationship with service quality in specific industry contexts. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 32(1), 43-58.
- [38] Shah, F.T., Syed, Z., Imam, A. and Raza, A. 2020. The impact of airline service quality on passengers' behavioral intentions using passenger satisfaction as a mediator. *Journal of Air Transport Management*, 85, 101815.
- [39] Yesmin, M.N., Hoque, S., Hossain, M.A., Jahan, N., Fang, Y., Wu, R. and Alam, M.J. 2023. SERVQUAL to Determine Relationship Quality and Behavioral Intentions: An SEM Approach in Retail Banking Service. *Sustainability*, 15(8), 6536.
- [40] Marino, V. and Lo Presti, L. 2018. Engagement, satisfaction and customer behavior-based CRM performance: An empirical study of mobile instant messaging. *Journal of Service Theory and Practice*, 28(5), 682-707.