

ปัจจัยเชิงสาเหตุของขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าที่ส่งผลต่อ
สมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

Causal Factors of the Transportation and Distribution Competency
Affecting Transportation Performance in Modern Retail Business

กุลนิภา โพธิ์อบ¹, อังกูร ลาภนเศ² และ พีรญา ชื่นวงศ์³

Kulnipa Poobt¹, Ungul Laptaned² and Peeraya Chuenwong³

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม^{1,2}

Graduate College of Management, Sripatum University, Thailand^{1,2}

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย³

Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, Thailand³

E-mail: noo_kul@hotmail.com¹, epxull@yahoo.com²

Received: 2022-08--30; Revised: 2022-12-30; Accepted: 2022-12-31

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าและสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ 2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าที่ส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ และ 3) สร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าที่ส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ จำนวน 540 ราย เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยเชิงสาเหตุทั้ง 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน 2) กลยุทธ์จัดหาส่งผลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า กลยุทธ์จัดหาส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งผ่านขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า กลยุทธ์การปฏิบัติการส่งผลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า กลยุทธ์การปฏิบัติการส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งผ่านขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า ส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า ส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งผ่านขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า และขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่ง 3) การพัฒนาแบบจำลองได้ชื่อว่า Transportation and Distribution Competency for Transportation Performance Model (หรือ TDCTP Model)

คำสำคัญ: กลยุทธ์จัดหา, กลยุทธ์การปฏิบัติการ, ส่วนประสมการตลาด, ขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า, สมรรถนะการขนส่ง

Abstract

The objectives of this paper were: 1) to study the causal factors affecting transportation and distribution competency and transportation performance in the modern retail business; 2) to study the influence of causal factors of transportation and distribution competency affecting transportation performance in the modern retail business; and 3) to construct a model of the causal factors of transportation and distribution competency affecting transportation performance in the modern retail business. This research was qualitative and quantitative. The sample group was 540 convenience store operators. The tools used for data collection were interview forms and online questionnaires. The statistics used in the data analysis were descriptive statistics used were percentage, frequency, average, and standard deviation.

The results showed that 1) the causal factors were, as a whole, at the highest level in all aspects. 2) procurement strategy affects transportation and distribution competency, procurement strategy affects transportation performance through transportation and distribution competency, operation strategy affects transportation and distribution competency, operation strategy affects transportation performance through transportation and distribution competency, marketing mix strategy affects transportation and distribution competency, marketing mix affects transportation performance through transportation and distribution competency, and transportation and distribution competency affects transportation performance. Therefore, convenience store operators may apply the research results to develop a procurement strategy, operation strategy, and marketing mix for transportation and distribution competency and transportation performance. 3) The development of a model called Transportation and Distribution Competency for the Transportation Performance Model (or TDCTP Model).

Keywords: Procurement Strategy, Operation Strategy, Marketing Mix, Transportation and Distribution Competency, Transportation Performance

บทนำ

จากมุมมองของสมาคมผู้ค้าปลีกไทย (2563) กล่าวว่า ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีแนวโน้มเติบโตในอัตรา 2.5-3.5% ต่อโดยแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงอาจทำให้มาร์จิ้นของผู้ประกอบการลดลงบ้าง สำหรับ

แนวโน้มธุรกิจและโอกาสในการทำกำไรของผู้ประกอบการแต่ละประเภทจะแตกต่างกัน ดังนั้นร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท คาดยอดขายจะเติบโตในระดับ 3.0-3.5% ต่อปี สำหรับความท้าทายของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในระยะต่อไป คือ การปฏิบัติตามเกณฑ์ทางการที่เข้มงวดขึ้น อาทิ แนวโน้มการประกาศใช้แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งค้าปลีกกับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่สำคัญในปัจจุบันที่เน้นการบริการและให้ความสะดวกแก่ลูกค้า นอกจากนี้ รูปแบบธุรกิจเริ่มเปลี่ยนไปจากเดิมเน้นทำตลาดแบบ Mass Marketing มาเป็นการทำตลาดแบบเฉพาะเจาะจงมากขึ้น รวมถึงการปรับตัวนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก การขนส่งด้วยระบบโลจิสติกส์ที่สะดวกรวดเร็ว หลากหลาย ซึ่งจะเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถรักษากำไรได้ต่อเนื่องในระยะยาว

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถามออนไลน์จากผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามออนไลน์จากผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ตั้งแต่เดือนเมษายน 2564 ถึงมิถุนายน 2564 และกลุ่มประชากรเชิงคุณภาพ คือ ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ โดยการเก็บกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 ราย ตามการแบ่งแยกประเภทของร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ ส่วนกลุ่มประชากรเชิงปริมาณ ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ โดยการเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 540 ราย ตามการคำนวณกรณีวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคสถิติโมเดลสมการโครงสร้าง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ คือ ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ สามารถจัดแผนการพัฒนาในเรื่องของด้านกลยุทธ์จัดหา กลยุทธ์การปฏิบัติการ ส่วนประสมการตลาด เพื่อให้เจ้าของธุรกิจค้าปลีกหรือผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกหลายอื่นสามารถพัฒนากลยุทธ์เพื่อวางแผนและกำหนดนโยบายให้ถูกต้องเหมาะสม รวมถึงสามารถนำไปใช้ในการฝึกอบรมผู้เกี่ยวข้อง ให้มีความรู้ มีทักษะในการประกอบธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้จากการวัดสมรรถนะการขนส่ง

บทความวิจัยนี้เสนอการศึกษาที่เกิดขึ้นจากการนำทฤษฎีระบบมาพัฒนา และศึกษาตัวแปรเชิงประจักษ์ที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าและสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ และผู้วิจัยเห็นว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ รวมถึงคุณประโยชน์ด้านวิชาการ อาทิเช่น นักวิชาการ นักวิจัย นักศึกษา ที่สามารถนำผลจากการศึกษาเชิงประจักษ์ในครั้งนี้ไปพัฒนาบูรณาการ และการศึกษาต่อยอดทางวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าและสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าที่ส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
3. เพื่อสร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าที่ส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยครอบคลุมถึงกลยุทธ์จัดหา, กลยุทธ์การปฏิบัติการ, ส่วนประสมการตลาด, ชีตความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า, และสมรรถนะการขนส่ง ดังได้กล่าวไว้ในความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาซึ่งเป็นตัวแปรที่ใช้การกำหนดกรอบแนวคิด การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแสดงมีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 กลยุทธ์จัดหาส่งผลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า

Colburn (2013) ได้ศึกษาเรื่องการกำหนดผลกระทบของประสิทธิภาพในการบริหารการส่งสินค้ากลับเพื่อให้ผู้บริโภคพึงพอใจการรับสินค้ากลับเป็นงานส่วนใหญ่ที่ไม่สามารถจับต้องในการบริหารห่วงโซ่อุปทานเพราะแสดงถึงความล้มเหลวด้านอุปสงค์ของห่วงโซ่อุปทาน

Toymentseva et al. (2016) พัฒนายุทธศาสตร์การให้บริการของบริษัทด้วยแนวทางด้านโลจิสติกส์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาทฤษฎีการให้บริการของบริษัทและข้อเสนอแนะเชิงกลวิธีในการพัฒนายุทธศาสตร์แนวทางการให้บริการด้านโลจิสติกส์เพื่อการพัฒนาของบริษัท

สมมติฐานที่ 2 กลยุทธ์จัดหาส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งผ่านขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า

Fawcett et al. (2008) ได้ศึกษาปัจจัยที่นำไปสู่ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่นำไปสู่ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ของการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ

Stevenson and Spring (2009) ได้ศึกษาความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้ซื้อและซัพพลายเออร์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้คือ เพื่อศึกษาความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้ซื้อและซัพพลายเออร์

Jahre, et al. (2012) ได้ศึกษาปัญหาและสาเหตุของการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านสินค้าคงคลังของยาในประเทศยูกันดา โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้คือเพื่อศึกษาปัญหาและสาเหตุของการขาดแคลนสินค้าคงคลังประเภทยาในประเทศยูกันดา ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การจัดการห่วงโซ่อุปทานของยาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สมมติฐานที่ 3 กลยุทธ์การปฏิบัติการส่งผลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า

มนชยา ขยันกลีกร และวรินทร์ วงษ์มณี (2559) ศึกษากลยุทธ์และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับ บริษัท กรณีศึกษา บริษัท XYZ จำกัด มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัจจัยการเลือกใช้ตัวแทนจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และศึกษากลยุทธ์และการดำเนินงานของคู่แข่งเปรียบเทียบกับเพื่อนำมาพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

Merijn Bouwman (2017) ได้ศึกษาบทบาทของการขนส่งไปยังผู้ใช้ปลายทาง: การปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดส่ง โดยระบุถึงบทบาทของลูกค้าที่สำคัญในขณะที่มีการตรวจสอบทั้งมุมมองขององค์กรและลูกค้าเกี่ยวกับผลกระทบจากการมีส่วนร่วมในบทบาทเหล่านี้

สมมติฐานที่ 4 กลยุทธ์การปฏิบัติการส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งผ่านขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า

มณีนรัตน์ รัตนพันธ์ (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการออนไลน์และศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยทางตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์

จุไรพร พินิจชอบ (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานครโดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และผู้ประกอบการขนส่งสมัยใหม่

Ding et al. (2020) ตรวจสอบการประสานงานระหว่างสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าและยานพาหนะไฟฟ้าโดยสมมติว่ามีการจัดการโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ไม่ร่วมมือกัน กลยุทธ์การทำงานของสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าสามารถปรับให้เหมาะสมได้โดยการแก้ไขโมเดลการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงเส้นจำนวนเต็มแบบผสม

สมมติฐานที่ 5 ส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า

วัชรภรณ์ เสนิชัย, ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ และ กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร (2557) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องสำอางสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

มณีนรัตน์ รัตนพันธ์ (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการออนไลน์และศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยทางตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์

จุไรพร พินิจชอบ (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานครโดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และผู้ประกอบการขนส่งสมัยใหม่

สมมติฐานที่ 6 ส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งผ่านขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า

Milicic and Savkovic (2018) วิเคราะห์บริษัทขนส่งขนาดกลางและขนาดเล็กสำหรับการขนส่งผู้โดยสารจากแ่งมุมของส่วนผสมทางการตลาดซึ่ง รวมถึงเครื่องมือผลิตภัณฑ์ราคาการขายส่วนบุคคลสถานที่และการส่งเสริมการขาย

Negi et al. (2018) ประเมินผลของเครือข่ายการขนส่งและการสื่อสารต่อการเลือกช่องทางการตลาดสำหรับข้าวเปลือกและข้าวสาลีของเกษตรกรและต่อมาเกี่ยวกับราคาที่พวกเขาได้รับจากช่องทางเหล่านี้ พบว่าเกษตรกรรายย่อยขายสินค้าให้กับช่องทางที่ไม่เป็นทางการมากขึ้นเช่นผู้ค้าในพื้นที่และตัวแทนจำหน่าย

Kwok et al. (2020) กล่าวว่าโมเดล 7Ps เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์มากในการช่วยบริษัทที่ให้บริการแก้ไขปัญหาด้านการบริหารจัดการในด้านการตลาด นำโดยกรอบการทำงานส่วนประสมการตลาด 7Ps ซึ่งเป็นข้อมูลขนาดใหญ่การวิเคราะห์การเรียนรู้ของเครื่องที่มีการควบคุมดูแลได้ ผลการวิจัยเปิดเผยรูปแบบที่

คล้ายคลึงกันทั้งสองตลาดซึ่งนักท่องเที่ยวแบ่งปันประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการและหลักฐานทางกายภาพบ่งชี้ที่ราคาและโปรโมชั่นเป็นองค์ประกอบที่ถูกกล่าวถึงน้อยที่สุด

สมมติฐานที่ 7 ชี้ความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่ง

Gajewska Teresa (2015) ได้ศึกษาเรื่องความสำคัญของคุณลักษณะด้านบริการโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลความพึงพอใจของลูกค้า การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าด้วยคุณภาพการให้บริการโดยการวิเคราะห์และการประเมินการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งสินค้าที่ต้องควบคุมอุณหภูมิเพื่อการนำเสนอผลการดำเนินการการสำรวจความสำคัญของบริการโลจิสติกส์คุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในด้านของการขนส่งสินค้าที่ต้องควบคุมอุณหภูมิทางถนน

Vaiciute et al. (2017) กล่าวว่าตลาดแรงงานมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและเป็นโลกาภิวัตน์เป็นความท้าทายใหม่สำหรับบริษัทขนส่งและโลจิสติกส์ หรือทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการต่อสู้แข่งขันขององค์กร ความรู้ของพนักงานและนโยบายของบริษัท ครอบคลุมทรัพยากรที่จำเป็นของบริษัท (ทักษะความสามารถศักยภาพของพนักงาน) ทรัพยากรที่จำเป็นเหล่านี้เป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญในไฟล์การต่อสู้ที่แข่งขันกัน

Kurganov et al. (2021) นำโซลูชันดิจิทัลมาใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์มักจะมาพร้อมกับคาดคะเนคาดหวังและความต้องการของผู้นำของบริษัทขนส่งและโลจิสติกส์ โดยผลลัพธ์ทางธุรกิจที่แท้จริงที่ได้รับจากระบบการจัดการการขนส่ง

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีระบบ โดยผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าองค์ประกอบของระบบ ประกอบด้วย (1) ปัจจัยนำเข้า (2) กระบวนการ (3) ปัจจัยนำออก (4) ผลย้อนกลับ สามารถอธิบายได้ดังนี้

(1) ปัจจัยนำเข้า (Input) หมายถึง กลยุทธ์จัดหา ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ 1) การรวมผู้จัดจำหน่าย (Vendor Consolidation), 2) การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (Product Standardization), 3) การสื่อสารการปฏิบัติตามข้อกำหนด (Compliance Communication), และ 4) กลุ่มองค์กรจัดซื้อ (Group Purchasing Organization); กลยุทธ์การปฏิบัติการ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่ 1) ตำแหน่งของระบบการปฏิบัติการ, 2) ความสำคัญในการปฏิบัติการ, 3) แผนผลิตภัณฑ์และบริการ, 4) แผนกระบวนการและเทคโนโลยีการปฏิบัติการ, 5) การจัดสรรทรัพยากร, และ 6) แผนสิ่งอำนวยความสะดวก; และส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยองค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product), 2) ราคา (Price), 3) สถานที่การจัดจำหน่าย (Place), 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion), 5) พนักงาน (People), 6) กระบวนการ (Processes) และ 7) ลักษณะกายภาพ (Physical Evidence)

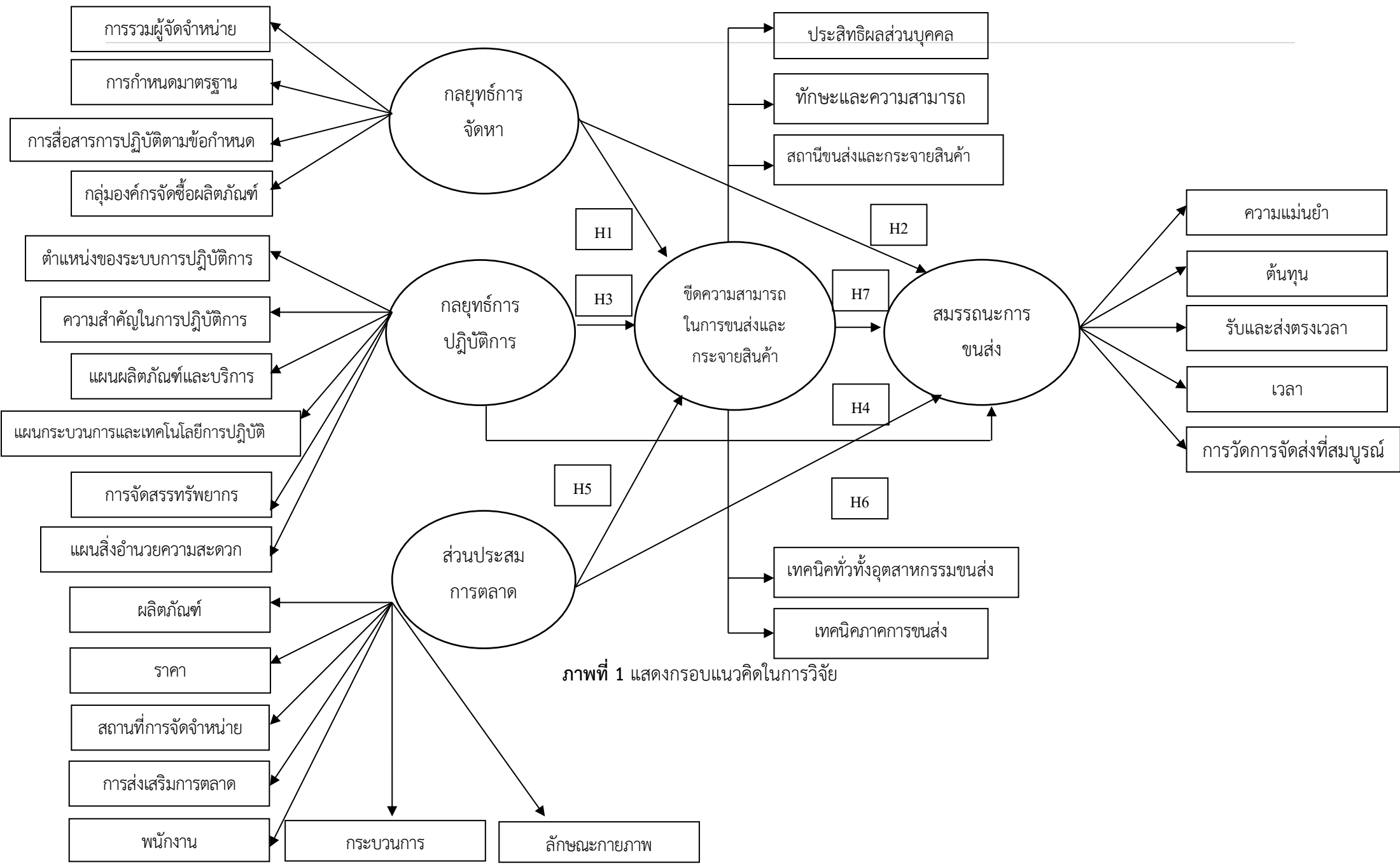
(2) กระบวนการ (Process) หมายถึง ชีตความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพส่วนบุคคล (Personal Effectiveness), 2) ทักษะและความสามารถ

(Academic), 3) สถานีขนส่งและกระจายสินค้า (Distribution Hub), 4) เทคนิคทั่วทั้งอุตสาหกรรมขนส่ง (Industry-Wide Technical), และ 5) เทคนิคภาคการขนส่ง (Industry-Specific Technical)

(3) ปัจจัยนำออก (Output) หมายถึง สมรรถนะการขนส่ง ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความแม่นยำ (Accuracy), 2) ต้นทุน (Cost), 3) รับและส่งตรงเวลา (On Time Pickup and Delivery), 4) เวลา (Time), และ 5) การวัดการจัดส่งที่สมบูรณ์ (Perfect Shipment Measurement)

(4) ผลย้อนกลับ (Feedback) หมายถึง สมรรถนะการขนส่งที่มีผลลัพธ์ย้อนกลับไปยัง กลยุทธ์จัดหา, กลยุทธ์การปฏิบัติการ, และส่วนประสมการตลาด

องค์ประกอบทั้ง 4 มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันขาดสิ่งใดไม่ได้การเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งจะต้องมีผลต่อองค์ประกอบอื่นข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดขององค์ประกอบหนึ่งจะส่งผลให้องค์ประกอบอื่นบกพร่องไปด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยผานวิธี พื้นที่วิจัย คือ การเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ โดยแบ่งประเภทธุรกิจนำเที่ยว ดังนี้ 1) ประเภทห้างสรรพสินค้า, 2) ประเภทร้านค้าราคาถูก, 3) ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต, 4) ประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ, และ 5) ประเภทร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ประชากร คือ ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ จำนวน 1,139 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ จำนวน 540 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเทคนิคสถิติโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling) โดยจากกรอบแนวคิดในการวิจัยมีตัวแปรแฝง (Latent Variables) จำนวน 5 ตัวแปร และมีตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) จำนวน 27 ตัวแปร เนื่องด้วยนักสถิติแนะนำว่าในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีขนาดตั้งแต่ 15 ถึง 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Hair, et al., 2006) จึงจะถือว่าเป็นขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ด้วยวิธีดังกล่าว ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอควรมีจำนวนตั้งแต่ $15 \times 27 = 405$ ถึง $20 \times 27 = 540$

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ชนิด ได้แก่

1) แบบสอบถาม มีรายละเอียด ดังนี้ ตอนที่ 1 เกี่ยวข้องกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลและข้อมูลลักษณะทั่วไปขององค์การของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม; ตอนที่ 2 เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์จัดหา; ตอนที่ 3 เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การปฏิบัติการ; ตอนที่ 4 เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด; ตอนที่ 5 เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า; ตอนที่ 6 เกี่ยวข้องกับสมรรถนะการขนส่ง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งมอบร่างแบบสอบถามให้กับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่านในการประเมินค่าสถิติดัชนีความสอดคล้องโดยคำนวณหาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องรายข้อ (IOC) ได้เท่ากับ 0.9413 และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือการวิจัย ได้เท่ากับ 0.983 เพื่อใช้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าที่ส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

2) แบบสัมภาษณ์ มีรายละเอียดข้อคำถาม ดังนี้

- ท่านคิดว่ากลยุทธ์จัดหาของร้านสะดวกซื้อโดยรวมเป็นอย่างไร? และมีผลกระทบต่อปัจจัยใดบ้าง?
- ท่านคิดว่าผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อควรนำเอากลยุทธ์การปฏิบัติการมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มสมรรถนะการขนส่งหรือไม่? และมีผลกระทบต่อปัจจัยใดบ้าง?
- ท่านคิดว่าส่วนการตลาดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อโดยรวมเป็นอย่างไร? และมีผลกระทบต่อปัจจัยใดบ้าง?
- โดยรวมแล้ว กลยุทธ์จัดหา, กลยุทธ์การปฏิบัติการ, และส่วนการตลาดมีความสัมพันธ์กันอย่างไรบ้าง?
- องค์การท่านมีการกำหนดขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าหรือไม่ และในลักษณะใดบ้าง?
- ท่านคิดว่าการกำหนดขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้ามีผลกระทบโดยตรงต่อสมรรถนะการขนส่งหรือไม่? อย่างไร?

- เพื่อที่จะเพิ่มสมรรถนะการขนส่ง ท่านคิดว่าตัวแปรใดบ้างที่มีผลกระทบทางตรงและทางอ้อม? อย่างไร?

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยเดินทางไปสัมภาษณ์เชิงลึก ระหว่างเดือนเมษายน 2564 ถึงมิถุนายน 2564 โดยวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา รวมถึงวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อพัฒนาตัวแบบที่ได้จากเชิงปริมาณ

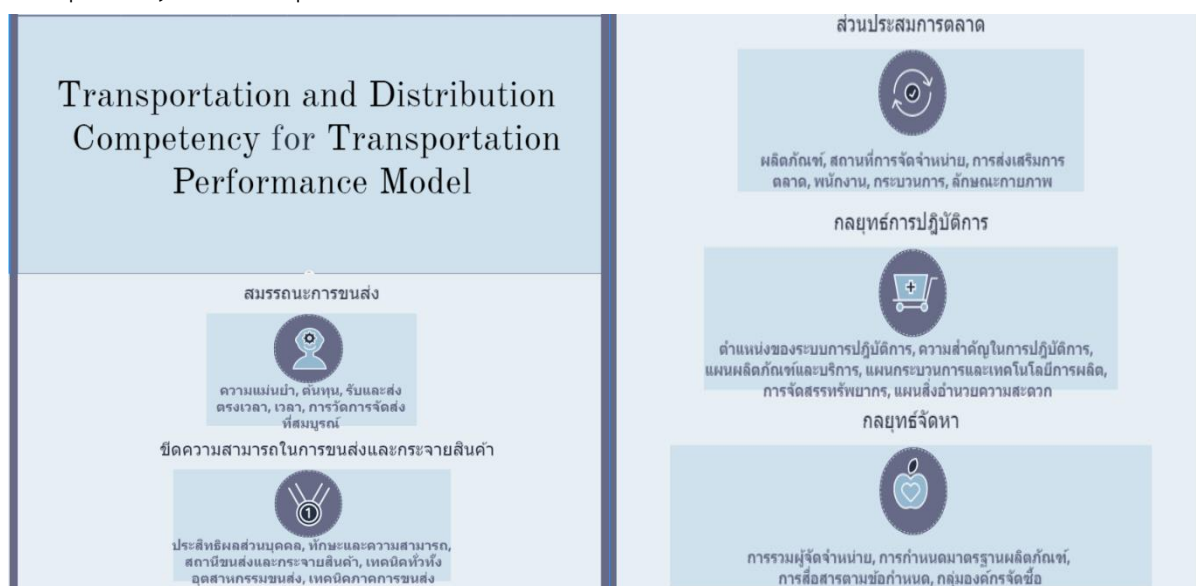
ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าและสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (1) กลยุทธ์จัดหา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์จัดหา โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาแยกตามรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มากที่สุด รองลงมาคือ การรวมผู้จัดจำหน่าย การสื่อสารตามข้อกำหนด และอันดับสุดท้าย คือ กลุ่มองค์กรจัดซื้อ (2) กลยุทธ์การปฏิบัติการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ กลยุทธ์การปฏิบัติการ โดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกตามรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน และอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ แผนสิ่งอำนวยความสะดวก มากที่สุด รองลงมาคือ ตำแหน่งของระบบการปฏิบัติการ การจัดสรรทรัพยากร ความสำคัญในการปฏิบัติการ แผนกระบวนการและเทคโนโลยีการผลิต และอันดับสุดท้าย คือ แผนผลิตภัณฑ์และบริการ (3) ส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ส่วนประสมการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาแยกตามรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 6 ด้าน และอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ลักษณะกายภาพ รองลงมาคือ สถานที่การจัดจำหน่าย กระบวนการ ราคา การส่งเสริมการตลาด พนักงาน และอันดับสุดท้าย คือ ผลิตภัณฑ์ (4) ขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาแยกตามรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน และอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพส่วนบุคคล มากที่สุด รองลงมาคือ ทักษะและความสามารถ เทคนิคภาคการขนส่ง และเทคนิคทั่วทั้งอุตสาหกรรมขนส่ง และอันดับสุดท้าย คือ สถานีขนส่งและกระจายสินค้า (5) สมรรถนะการขนส่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะการขนส่ง โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแยกตามรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ เวลา มากที่สุด รองลงมาคือ ต้นทุน การจัดการจัดส่งที่สมบูรณ์ รับและส่งตรงเวลา และอันดับสุดท้าย คือ ความแม่นยำ

วัตถุประสงค์ที่ 2 อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าที่ส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (1) กลยุทธ์จัดหา (PRS) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า (TDC) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.26 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะการขนส่ง (TSP) โดยมี

ขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) กลยุทธ์การปฏิบัติการ (OPS) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า (TDC) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.12 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะการขนส่ง (TSP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.25 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (3) ส่วนประสมการตลาด (MKM) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า (TDC) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.53 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะการขนส่ง (TSP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.49 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (4) ขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า (TDC) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะการขนส่ง (TSP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.15 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (5) กลยุทธ์จัดหา (PRS) และส่วนประสมการตลาด (MKM) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อสมรรถนะการขนส่ง (TSP) โดยผ่านขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า (TDC) มีโดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.04 และ 0.08 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ส่วนกลยุทธ์การปฏิบัติการ (OPS) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อสมรรถนะการขนส่ง (TSP) โดยผ่านขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า (TDC) มีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.01 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาแบบจำลองที่ได้จากผลการวิเคราะห์เชิงสำรวจและการสังเคราะห์นั้น ผู้วิจัยได้กำหนดชื่อตัวแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าที่ส่งต่อสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ว่า Transportation and Distribution Competency for Transportation Performance Model (หรือ TDCTP Model)



ภาพที่ 2 แสดงแบบจำลอง Technology Trust in Online Social Network for Decision Behavior

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 พบว่า

การจัดหาควรกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ ส่วนประกอบ หรือวัสดุที่ต้องการ พร้อมทั้งทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อส่งมอบให้กับลูกค้า ทำให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าได้ โดยสอดคล้องกับ Colburn (2013)

การจัดหาควรกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ ส่วนประกอบ หรือวัสดุที่ต้องการ พร้อมทั้งทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อส่งมอบให้กับลูกค้า ดังนั้น หลังจากเพิ่มขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า ก็จะส่งผลทำให้เพิ่มสมรรถนะการขนส่ง โดยสอดคล้องกับ Jahre et al. (2012)

การกำหนดกลยุทธ์ในการปฏิบัติการโดยทั่วไปในกิจการการผลิตและกิจกรรมโลจิสติกส์ กระบวนการภายในองค์กรที่ใช้ปัจจัยนำเข้า เช่น คน เงินทุน วัตถุดิบ และแปรรูปให้กลายเป็นปัจจัยนำออก ในรูปของสินค้าและบริการ เป็นปัจจัยที่มีผลอย่างมากต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า โดยสอดคล้องกับ Bouwman (2017)

การกำหนดกลยุทธ์ในการปฏิบัติการโดยทั่วไปในกิจการการผลิตและกิจกรรมโลจิสติกส์ กระบวนการภายในองค์กรที่ใช้ปัจจัยนำเข้า เช่น คน เงินทุน วัตถุดิบ และแปรรูปให้กลายเป็นปัจจัยนำออก ในรูปของสินค้าและบริการ ผลสุดท้ายของการปฏิบัติการที่ดี มีผลทำให้เพิ่มสมรรถนะการขนส่งได้ โดยสอดคล้องกับ Ding et al. (2020)

การกำหนดส่วนประสมการตลาดด้านการบริการ ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ร่วมกันและใช้อย่างสอดคล้องเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้บริการขนส่งสินค้า ดังนั้น การพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมการตลาดของพนักงานตามกระบวนการ ราคา สถานที่การจัดจำหน่าย และลักษณะกายภาพ สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าได้ โดยสอดคล้องกับ จุไรพร พินิจชอบ (2560)

การกำหนดส่วนประสมการตลาดด้านการบริการ ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ร่วมกันและใช้อย่างสอดคล้องเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้บริการขนส่งสินค้า ดังนั้น การพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมการตลาดของพนักงานตามกระบวนการ ราคา สถานที่การจัดจำหน่าย และลักษณะกายภาพ สามารถเพิ่มสมรรถนะการขนส่งในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า โดยสอดคล้องกับ Milicic and Savkovic (2018)

การเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาการวางแผนและการจัดการ ทั้งการกระจายสินค้า, การจัดเก็บ, การบริหาร, การขนส่ง, การจัดการสินค้าคงคลัง, และการจัดการคลังสินค้า เป็นต้น สามารถเพิ่มสมรรถนะการขนส่งได้ เนื่องจากธุรกิจให้บริการขนส่งที่สามารถให้บริการที่รวดเร็วหรือมีความชำนาญด้านเส้นทางในการขนส่ง โดยสอดคล้องกับ Teresa (2015)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) สามารถนำไปสู่รูปแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าที่ส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยจะได้ข้อค้นพบทางวิชาการเกี่ยวกับการอธิบายถึงปัจจัยเชิงสาเหตุของขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าที่ส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ โดยผลของการวิจัยในครั้งนี้ทำให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าและสมรรถนะการขนส่ง ซึ่งสามารถที่จะนำไปพัฒนา และต่อยอดในเชิงวิชาการเพื่อศึกษา และนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงวิชาการในด้านอื่น ๆ ต่อไป รวมถึง จากผลการวิจัยผลวิจัยทำให้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อนำไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงและยกระดับความสำคัญในการปฏิบัติงานและเพิ่มศักยภาพขององค์กรด้านการขนส่ง และพัฒนาไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาระบบการผลิตที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของธุรกิจขนส่งและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

สรุป

สรุปในภาพรวมของบทความ คือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่สำคัญในปัจจุบันที่เน้นการบริการและให้ความสะดวกแก่ลูกค้า โดยปี 2562-64 ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีแนวโน้มเติบโตอย่างมาก เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและสามารถรักษากำไรได้ต่อเนื่องในระยะยาว ร้านค้าปลีกสมัยใหม่จึงต้องใช้กลยุทธ์จัดหา, กลยุทธ์การปฏิบัติการ, ส่วนประสมการตลาด มาใช้เพิ่มขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าและสมรรถนะการขนส่ง ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามออนไลน์ ผลการวิเคราะห์สรุปว่า กลยุทธ์จัดหาส่งผลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า, กลยุทธ์จัดหาส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งผ่านขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า, กลยุทธ์การปฏิบัติการส่งผลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า, กลยุทธ์การปฏิบัติการส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งผ่านขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า, ส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า, ส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่งผ่านขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้า, และขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าส่งผลต่อสมรรถนะการขนส่ง ฉะนั้น ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ นำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปพัฒนากลยุทธ์จัดหา, กลยุทธ์การปฏิบัติการ, ส่วนประสมการตลาด เพื่อขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าและสมรรถนะการขนส่ง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรนำแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าและสมรรถนะการขนส่งธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป
2. ควรศึกษาปัจจัยที่สำคัญตัวอื่นเพิ่มเติม ที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของขีดความสามารถในการขนส่งและกระจายสินค้าและสมรรถนะการขนส่งธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เนื่องจากยังมีอีกหลายปัจจัยที่ผู้วิจัยยังไม่ได้นำมาศึกษา เช่น ความรู้ (Knowledge) คือ มวลของประสบการณ์ที่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้การปฏิบัติงาน

มีการนำประสบการณ์ วิจารณ์ญาณ ความคิด ค่านิยม และปัญญาของมนุษย์มา วิเคราะห์ เพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงาน การตัดสินใจ และการแก้ปัญหา, ทักษะ (Skills) คือ ความสามารถใด ๆ ก็ตามที่อยู่ในบุคคลอื่นมีความชำนาญ โดยไม่จำกัดขอบเขตว่าต้องเป็นความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านใด ทั้ง ทักษะทางด้านกีฬา ทักษะทางการเจรจา ทักษะการป้องกันตัว ทักษะทางการวิเคราะห์ ทักษะทางภาษา ทักษะการประดิษฐ์ หรือ อื่น ๆ ก็ล้วนนับเป็นทักษะอย่างหนึ่งทั้งสิ้น, ทศนคติ (Attitudes) คือ ภาวะความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ สถานการณ์ต่าง ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่นานพอสมควร, หรือความสามารถทางปัญญา (Cognitive Abilities) คือ ความสามารถทางสมองที่ แสดงถึงความสามารถของบุคคลในด้านการเรียนรู้ การเก็บรักษาความรู้ และรู้จักนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- จุไรพร พินิจชอบ. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง ของ กลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร* (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนชยา ขยันกลีกร และวรินทร์ วงษ์มณี. (2559). *การศึกษากลยุทธ์และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพื่อเพิ่มยอดขายไว้กับบริษัท กรณีศึกษา บริษัท XYZ จำกัด*. การประชุมสัมมนาเชิงวิชาการด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ครั้งที่ 16. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- มณีนรัตน์ รัตนพันธ์ (2558). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดภาคใต้ตอนล่างประเทศไทย*. *วารสารวิชาการหาดใหญ่*, 13 (2), 146-153.
- วัชรารณณ์ เสนิชัย, ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ และ กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร (2557). *พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องสำอางสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*, 30(1), 71-79.
- สมาคมผู้ค้าปลีกไทย (2563). *ยอดขายของร้านสะดวกซื้อในประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 14 มกราคม 2565, จาก www.thairetailer.com
- Bouwman, M.J. (2017). *Customer roles in the last-mile: Improving delivery performance*. (Master Thesis). University of Groningen, The Netherlands.
- Colburn, R. T. (2013). *Determining the effect of the returns management experience on consumer satisfaction*. Chancellor's Honors Program Projects. Retrieved March, 2021, from https://trace.tennessee.edu/utk_chanhonoproj/1584
- Ding, Z., Lu, Y., Lai, K., Yang, M., and Lee, W.J. (2020). Optimal coordinated operation scheduling for electric vehicle aggregator and charging stations in an integrated electricity-transportation system. *International Journal of Electrical Power & Energy Systems*, 121.

- Fawcett, S.E., Magnan, G.M. and McCarter, M.W. (2008). Three-stage implementation model for supply chain collaboration. *Journal of Business Logistics*, 29(1), 93-112.
- Gajewska Teresa & Grigoroudis Evangelos (2015). *Importance of logistics services attributes influencing customer satisfaction*. Inderscience Enterprises Ltd.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. and Tatham, R. (2006) *Multivariate data analysis*. 6th Edition. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Jahre, M., Dumoulin, L., Greenhalgh, L. B., Hudspeth, C., Limlim, P., and Anna, S. (2012). Improving health in developing countries: reducing complexity of drug supply chains. *Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management*, 2 (1), 54.
- Kurganov, V., Dorofeev, A., Gryaznov, M., and Yakimov, M. (2021). Process mining as a means of improving the reliability of road freight transportations. *Transportation Research Procedia*, 54, 300–308.
- Kwok, L., Tang, Y., and Yu, B. (2020). The 7 Ps marketing mix of home-sharing services: Mining travelers' online reviews on Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 90, 102616.
- Milicic, M. and Savkovic, T. (2018). Marketing Mix in Transport. *Conference Paper*, January, 2018.
- Negi, D.S., Bithal, P.S., Roy, D., and Khan, T. (2018). Farmers' choice of market channels and producer prices in India: Role of transportation and communication networks. *Food Policy*, 81, 106-121.
- Stevenson, M. and Spring, M. (2007). Flexibility from a supply chain perspective: definition and review. *International Journal of Operations & Production Management*, 27(7), 685-713.
- Toymentseva, I., Karpova, N., Toymentseva, A., Chichkina, V., and Efanov, A. (2016). Methods of the development strategy of service companies: logistical approach. *International Journal of Environmental and Science Education*, 11(14), 6820-6836.
- Vaiciute, K., Skirmantiene, J., and Domanska, L. (2017). Assessment of transport specialists' competencies in transport/logistics companies. *Procedia Engineering*, 187, 628-634.
- Yenyuak, C. (2020). *Organization Communication*. Pathumthani: Rangsit University.