

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า
ที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า ทางอากาศ
บริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สารนิพนธ์
ของ
สุมาลี ไชมศิริ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2551

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า
ที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า ทางอากาศ
บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สารนิพนธ์
ของ
สุมาลี ไชมศิริ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2551

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า
ที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า ทางอากาศ
บริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

บทคัดย่อ
ของ
สุมาลี ไชมศิริ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2551

สุมาลี โขมศิริ (2551). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานพิธีการ
ศุลกากร ส่งออก-นำเข้า ทางอากาศ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) .สาร
นิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์
ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ดร. รัชพงษ์ วงศาโรจน์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ
ใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า ทางอากาศ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการ
จัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในช่วงเดือนมกราคม-
มีนาคม จำนวนทั้งสิ้น 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่
ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-Test การวิเคราะห์ความ
แปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างของลูกค้าประเภททั่วไปส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว
และลูกค้าประเภทธุรกิจ (องค์กร/บริษัท/ห้างร้าน) ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภท โรงแรม/รีสอร์ท และ
ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคโดย ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการทั้งการส่งออก การนำเข้าทาง
อากาศ และบริการจัดส่งสินค้าในประเทศในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ โดยเฉลี่ย 3.58 ครั้งต่อเดือน
สินค้าที่ใช้บริการส่งออก-นำเข้าส่วนใหญ่ คือ เพอร์นิเจอร์ โดยมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการที่สำคัญคือ
ความรวดเร็ว และ ความความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า ตามลำดับ

ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับดี โดยมีความคิดเห็นต่อ
ด้าน สถานที่ให้บริการ มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านการสื่อสาร ด้านกระบวนการ
ให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพ การ
ให้บริการ ตามลำดับ และลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพึงพอใจ

ลูกค้าทั่วไปที่มีอาชีพต่างกัน ลูกค้าองค์กรที่มีตำแหน่งงานต่างกันและอยู่ในอุตสาหกรรม
ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่และปริมาณการส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้า
มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ
ด้านการสื่อสาร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านพนักงาน ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ
มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

FACTORS AFFECTING CUSTOMERS SATISFACTION TOWARDS CUSTOMS
FORMALITY FOR EXPORT-IMPORT VIA AIR FREIGHT TRANSPORTATION FROM
SKY-TRADE SERVICES CO.,LTD. (PHUKET)

AN ABSTRACT
BY
SUMALEE KHOMSIRI

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Management
At Srinakharinwirot University

May 2008

Sumalee Khomsiri (2008). *Factors Affecting Customer's Satisfaction towards Customs Formality for Export-Import via Air Freight Transportation from Sky-Trade Services Co.,Ltd. (Phuket)*. Master's Project, M.B.A (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Dr. Rugphong Vongsaroj

The purpose of this research is to study factors affecting customer's satisfaction towards Customs Formality for Export-Import via Air Freight Transportation from Sky-Trade Services Co.,Ltd. (Phuket). The sample group used in this study are the customer of Sky-Trade Services Co.,Ltd. (Phuket) using export-import and delivery service inside Thailand during January – March 2008. A questionnaire was constructed and used as a tool to collect data. The statistical analysis used in this study are statistical percentage, Mean, Standard Deviation, Independent t-Test, One-Way ANOVA and Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The research results reveals that the majority of sample group for individual customer is tourist and for company customer are hotel/resort business and consumer product business. Frequency of using export service, import service via freight transportation and delivery service inside Thailand are not much different, average 3.58 times per month. Major product which customer most frequency export – import is furniture. Main reasons inspiring customers to select air freight are rapid delivery and product safety during transportation.

The customer's opinion towards marketing mix is at good level which highest score on place and service, communication, process, people, physical presentation, price and productivity & quality respectively. In addition, the customer express their overall satisfaction to the services at high level.

Individual customer having different occupation and company customer from different business industry and different responsible position have different satisfaction level towards the services at the statistical significance level of .05

The frequency of using of service and average quantity on each shipment per month are positively correlated with customer satisfaction towards the services at the statistical significance level of .01.

The customer's opinion towards marketing mix on place and service, communication, process, people, physical presentation, price and productivity & quality are positively correlated with their satisfaction towards the services at the statistical significance level of .01.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการ
ศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ของ สุมาลี ไข่มศิริ
ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(อาจารย์ ดร.รักษพงศ์ วงศาโรจน์)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน

(อาจารย์ ดร.รักษพงศ์ วงศาโรจน์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

อนุมัติรับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2551

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ดร.รักษพงศ์ วงศา-
โรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา และ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ
เสรีรัตน์ ที่ได้ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้สารนิพนธ์
ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง และขอกราบ
ขอบพระคุณคณาจารย์ คณะสังคมศาสตร์ทุกท่านที่ได้มอบความรู้อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลเป็น
อย่างดีซึ่งมีส่วนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาอันมีค่า
ในการตอบแบบสอบถามซึ่งมีส่วนสำคัญทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และขอบคุณทุกคนในครอบครัว ตลอดจนเพื่อนสนิท ที่
เป็นกำลังใจอย่างดีและคอยช่วยเหลือแนะนำการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมนุชาคุณ
บิดามารดา ครู และอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อบรมสั่งสอน และวางรากฐาน
แห่งการศึกษาให้แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดีตลอดมา

สุมาลี ไชมศิริ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	3
นิยามคำศัพท์เฉพาะ	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
สมมติฐานในการวิจัย	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	11
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	14
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค	17
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	19
ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (ภูเก็ต)	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	27
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	27
ประชากร.....	27
กลุ่มตัวอย่าง	27
การคำนวณขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	28
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	34

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	44
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	45
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	106
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	110
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า	110
สรุปผลการวิจัย	114
อภิปรายผลการวิจัย	120
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	127
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	128
บรรณานุกรม	131
ภาคผนวก	134
ผนวก ก แบบสอบถาม	135
ผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	142
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	144

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ตารางการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA).....	1
2 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการงาน พิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามอาชีพ.....	46
3 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าประเภทธุรกิจ (ลูกค้าประเภทองค์กร/ บริษัท/ห้างร้าน) ที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากรส่งออก- นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามประเภทธุรกิจและตำแหน่ง/หน้าที่.....	47
4 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ของประเภทการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	48
5 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ ในการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก- นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	49
6 แสดงความถี่และค่าร้อยละของประเภทของสินค้าที่ใช้บริการส่งออก-นำเข้าทางอากาศ ของลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และ บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	49
7 แสดงความถี่และค่าร้อยละของปริมาณการส่งออก-นำเข้าทางอากาศโดยเฉลี่ย ต่อครั้งของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ. ภูเก็ต).....	50
8 แสดงความถี่และค่าร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการ จัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)....	51

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

- 9 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น
ต่อส่วนประสมการตลาดที่ถูกค้ำมีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-
นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค
เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในแต่ละด้าน 52
- 10 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น
ต่อส่วนประสมการตลาดที่ถูกค้ำมีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-
นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค
เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้านการให้บริการ (Service)..... 53
- 11 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น
ต่อส่วนประสมการตลาดที่ถูกค้ำมีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-
นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค
เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้านราคา (Price)..... 54
- 12 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น
ต่อส่วนประสมการตลาดที่ถูกค้ำมีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-
นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค
เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้านสถานที่ให้บริการ (Location) 55
- 13 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น
ต่อส่วนประสมการตลาดที่ถูกค้ำมีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-
นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค
เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้านการสื่อสาร (Communication) 56
- 14 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น
ต่อส่วนประสมการตลาดที่ถูกค้ำมีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-
นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค
เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้านกระบวนการให้บริการ (Process)..... 57

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น ต่อส่วนประสมการตลาดที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก- นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation)	59
16 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น ต่อส่วนประสมการตลาดที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก- นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้านพนักงาน (People)	60
17 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น ต่อส่วนประสมการตลาดที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก- นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ (Productivity & Quality)	62
18 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ โดยรวมของลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	63
19 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของลูกค้ามีต่อ การให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตาม ลักษณะของลูกค้า (ลูกค้าประเภททั่วไป และ ลูกค้าประเภทธุรกิจ)	66
20 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้ามีต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามลักษณะของลูกค้า (ลูกค้าประเภททั่วไป และ ลูกค้าประเภทธุรกิจ)	67

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

- 21 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของลูกค้า
ที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่ง
สินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
จำแนกตามอาชีพของลูกค้าประเภททั่วไป 68
- 22 แสดงการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการ
ศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท
สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) เป็นรายคู่ในแต่ละอาชีพของลูกค้าป
เภททั่วไป โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe..... 69
- 23 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของอาชีพและคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ
ให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า
ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
จำแนกตามอาชีพของลูกค้าประเภททั่วไป โดยใช้วิธี Dunnett T3..... 70
- 24 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของลูกค้ามี
ต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า
ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตาม
ประเภทธุรกิจของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน 72
- 25 แสดงการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการ
ศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท
สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) เป็นรายคู่ในแต่ละประเภทธุรกิจของลูกค้า
ประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe... 73
- 26 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของประเภทธุรกิจและคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า
ที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่ง
สินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตาม
ประเภทธุรกิจของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน
โดยใช้วิธี Dunnett T3 74

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

- 27 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน
77
- 28 แสดงการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) เป็นรายคู่ในแต่ละตำแหน่งหน้าที่ของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe... 78
- 29 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของตำแหน่งหน้าที่ของลูกค้าและคะแนนความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน โดยใช้วิธี Dunnett T3 79
- 30 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความถี่ในการใช้บริการกับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) 81
- 31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างปริมาณการส่งออก-นำเข้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)..... 83

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

- 32 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสม
ทางการตลาดด้านการให้บริการ กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการ
ให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า
ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) 87
- 33 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสม
ทางการตลาดด้านราคา กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงาน
พิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของ
บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) 87
- 34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสม
ทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการ
ให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า
ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) 92
- 35 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสม
ทางการตลาดด้านการสื่อสาร กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการ
ให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า
ภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) 94
- 36 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสม
ทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อ
การให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า
ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) 97
- 37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสม
ทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อ
การให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า
ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) 99

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทาง การตลาดด้านพนักงาน กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธี การศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต).....	101
39 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทาง การตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจโดยรวมของ ลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการ จัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต)...	104
40 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	106

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันธุรกิจขนส่งทางอากาศเติบโตอย่างรวดเร็วมาก และนับเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ โดยเฉพาะการขนส่งสินค้าพิเศษ เป็นต้นว่า สินค้าขนาดเล็ก และน้ำหนักไม่มาก แต่มีมูลค่าสูง (High Value Goods) สินค้าที่ต้องการความตรงต่อเวลาสูง (Just-in-Time Goods) รวมถึงสินค้าที่เน่าเสียง่าย (Perishable Goods)

ในปี 2549 ตลาดขนส่งสินค้าทางอากาศทั่วโลกมีขนาดประมาณ 185,000 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 6,000,000 ล้านบาท แม้มีขนาดเพียงแค่นี้ 1 ใน 3 เท่าของตลาดขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ แต่ตลาดการขนส่งสินค้าทางอากาศมีอัตราการเติบโตในอัตราที่สูง คือ โดยเฉลี่ย 6% ต่อปี ซึ่งสูงกว่าตลาดขนส่งผู้โดยสารทางอากาศที่เติบโตในอัตรา 4% ต่อปี

อีกทั้งในปัจจุบันอัตราการแข่งขันทางธุรกิจทวีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นการขยายตลาดไปยังต่างประเทศจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้ผลิตใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันทางธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ให้กับกิจการ เช่นเดียวกับธุรกิจบางประเภทที่มีความจำเป็นในการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมาใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิต ซึ่งกิจกรรมการส่งออก-นำเข้าระหว่างประเทศเป็นกิจกรรมที่ต้องดำเนินการพิจารณาผ่านหน่วยงานศุลกากร ซึ่งมีลักษณะการดำเนินการพิจารณาพิเศษเฉพาะด้าน มีขั้นตอนพิธีการที่ค่อนข้างซับซ้อนและยุ่งยากมาก ซึ่งต้องการผู้ที่มีประสบการณ์และผ่านการสอบเป็นตัวแทนดำเนินการพิจารณาแทนจากกรมศุลกากรเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ดังนั้นกิจการส่วนใหญ่ที่มีกิจกรรมการส่งออก-นำเข้า จึงนิยมว่าจ้างให้บริษัทที่มีความชำนาญในการดำเนินการพิจารณาแทน ทำให้บริษัทที่เป็นตัวแทนต้องพยายามปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วกับลูกค้าอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายของการวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่ใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
2. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ปรับแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันกับธุรกิจประเภทเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งสามารถนำข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าในด้านต่างๆ อันได้แก่ ด้านการให้บริการ, ด้านราคา, ด้านสถานที่ให้บริการ, ด้านการสื่อสาร, ด้านกระบวนการให้บริการ, ด้านลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ, ด้านการให้บริการของพนักงาน, ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและการบริการให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ดังรายละเอียดดังนี้

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากประชากรที่ใช้ในการศึกษาโดยผู้ทำการวิจัย ซึ่งสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากรส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซล จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม

หมายเหตุ เนื่องจากในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม เป็นช่วง High Season ของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีนักท่องเที่ยวและลูกค้าจำนวนมากใช้บริการส่งออกและนำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

3.1.1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

3.1.1.1 อาชีพ (สำหรับลูกค้าทั่วไป)

3.1.1.1.1 พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง

3.1.1.1.2 นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ

3.1.1.1.3 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3.1.1.1.4 นักท่องเที่ยว

3.1.1.1.5 อื่นๆ โปรดระบุ

3.1.1.2 ประเภทธุรกิจ (สำหรับลูกค้าประเภท องค์กร / บริษัท / ห้างร้าน)

3.1.1.2.1 ธุรกิจการเกษตร

3.1.1.2.2 จำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ / โทรคมนาคม

3.1.1.2.3 โรงแรม / รีสอร์ท

3.1.1.2.4 จำหน่ายสินค้า อุปโภค / บริโภค

3.1.1.2.5 อื่นๆ โปรดระบุ

3.1.1.3 ตำแหน่ง / หน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

(สำหรับลูกค้าประเภท องค์กร / บริษัท / ห้างร้าน)

3.1.1.3.1 เจ้าหน้าที่ประสานงานด้านการส่งออก - นำเข้า

3.1.1.3.2 พนักงานตรวจรับสินค้า - ขนส่งสินค้า

3.1.1.3.3 เจ้าหน้าที่ด้านการเงิน

3.1.1.3.4 เจ้าของกิจการ

3.1.1.3.5 อื่นๆ โปรดระบุ

3.1.2 พฤติกรรมการใช้บริการ

3.1.2.1 ประเภทของการใช้บริการ

3.1.2.1.1 ส่งออก

3.1.2.1.2 นำเข้า

3.1.2.1.3 บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ

3.1.2.2 ความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย (ครั้ง / เดือน)

3.1.2.3 ประเภทของสินค้าที่ใช้บริการ ส่งออก – นำเข้า ทางอากาศ

3.1.2.3.1 สินค้าเกษตร ไม่มีชีวิต เช่น พืช ผัก ผลไม้ ดอกไม้ อาหารทะเล (ไม่มีชีวิต)

3.1.2.3.2 สินค้าเกษตร (มีชีวิต) เช่น อาหารทะเลสด

3.1.2.3.3 สัตว์เลี้ยง

3.1.2.3.4 เครื่องมือแพทย์ / ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์

3.1.2.3.5 สินค้าอุปโภคบริโภค

3.1.2.3.6 เฟอร์นิเจอร์

3.1.2.3.7 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

3.1.2.4 ปริมาณการ ส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้ง (หน่วย : กิโลกรัม)

3.1.2.4.1 ไม่เกิน 10 กิโลกรัม

3.1.2.4.2 11 – 100 กิโลกรัม

3.1.2.4.3 101 – 1000 กิโลกรัม

3.1.2.4.4 มากกว่า 1000 กิโลกรัม

3.1.2.5 เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด

3.1.2.5.1 ต้องการความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า

3.1.2.5.2 ต้องการความความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า

3.1.2.5.3 สะดวก เนื่องจากอยู่ใกล้พื้นที่ให้บริการ

3.1.2.5.4 ราคาเหมาะสม

3.1.2.5.5 บริการที่ประทับใจและมีคุณภาพ

3.1.2.5.6 อื่น ๆ โปรดระบุ

3.1.3 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด

3.1.3.1 ด้านการให้บริการ (Service)

3.1.3.1.1 ความหลากหลายของบริการ (งานพิธีการศุลกากร, ส่งออก-นำเข้า และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ)

3.1.3.1.2 เงื่อนไขการให้บริการ ด้านพิธีการศุลกากร, ส่งออก-นำเข้า และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ

3.1.3.1.3 ช่วงเวลาในการให้บริการ

3.1.3.1.4 ความรับผิดชอบในการให้บริการ

3.1.3.1.5 เส้นทางทางการขนส่งสินค้า

3.1.3.2 ด้านราคา (Price)

3.1.3.2.1 ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ

3.1.3.2.2 คุณภาพของการบริการคุ้มค่างบราคาที่ต้องจ่าย

3.1.3.3 ด้านสถานที่ให้บริการ (Place)

3.1.3.3.1 สถานที่ตั้งของอาคารสำนักงาน

3.1.3.3.2 ความสะดวกของสถานที่ให้บริการ / อาคารสำนักงาน

3.1.3.4 ด้านการสื่อสาร (Communication)

3.1.3.4.1 การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายหรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งออก-นำเข้าสินค้า

3.1.3.4.2 การติดตามสถานะวันส่งออก - นำเข้าสินค้า

3.1.3.4.3 ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์

3.1.3.4.4 ความสะดวกในการติดต่อทาง E-mail หรือ Internet

3.1.3.5 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

3.1.3.5.1 ขั้นตอนการให้บริการ

3.1.3.5.2 ความปลอดภัยของสินค้าระหว่างกระบวนการขนส่ง

3.1.3.5.3 การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร

3.1.3.5.4 วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บค่าบริการ

3.1.3.5.5 ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บค่าบริการ

3.1.3.5.6 ความผิดพลาดของการเรียกเก็บค่าบริการ

3.1.3.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation)

3.1.3.6.1 ความเพียงพอของอุปกรณ์และเครื่องมือ

3.1.3.6.2 การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการให้บริการ

3.1.3.6.3 ความสะอาดเรียบร้อยของอาคารสำนักงาน

3.1.3.6.4 สถานที่รองรับลูกค้าภายในอาคารสำนักงาน

3.1.3.6.5 บริเวณที่จอดรถเพื่อติดต่อบริการต่างๆ

3.1.3.7 ด้านพนักงาน (People)

3.1.3.7.1 กิริยามารยาทของพนักงานในการให้บริการและให้ข้อมูล
เกี่ยวกับการดำเนินพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้า และ
การจัดส่งสินค้า

3.1.3.7.2 ความกระตือรือร้นในการให้บริการ

3.1.3.7.3 ความรู้และความชำนาญของพนักงานด้านการดำเนินพิธี
การศุลกากร ส่งออก - นำเข้า

3.1.3.7.4 ความรับผิดชอบของพนักงานในงานพิธีการศุลกากร และ
การจัดส่งสินค้า

3.1.3.7.5 มนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่มีต่อลูกค้าที่ติดต่อขอรับ
บริการงานพิธีการศุลกากร

3.1.3.8 ด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพ การให้บริการ (Productivity & Quality)

3.1.3.8.1 ความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร

3.1.3.8.2 ความถูกต้องในการกำหนดพิกัดอัตราภาษี และการขอใช้
สิทธิประโยชน์

3.1.3.8.3 ความตรงต่อเวลาในการรับ - ส่งสินค้า

3.1.3.8.4 ความสามารถในการแก้ปัญหา

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงาน
พิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของ
บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

3.2.1 คุณภาพการให้บริการเทียบกับความคาดหวัง

3.2.2 การตอบสนองความต้องการ

3.2.3 ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากรส่งออก-นำเข้า

3.2.4 ความคุ้มค่าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้า

นิยามศัพท์เฉพาะ

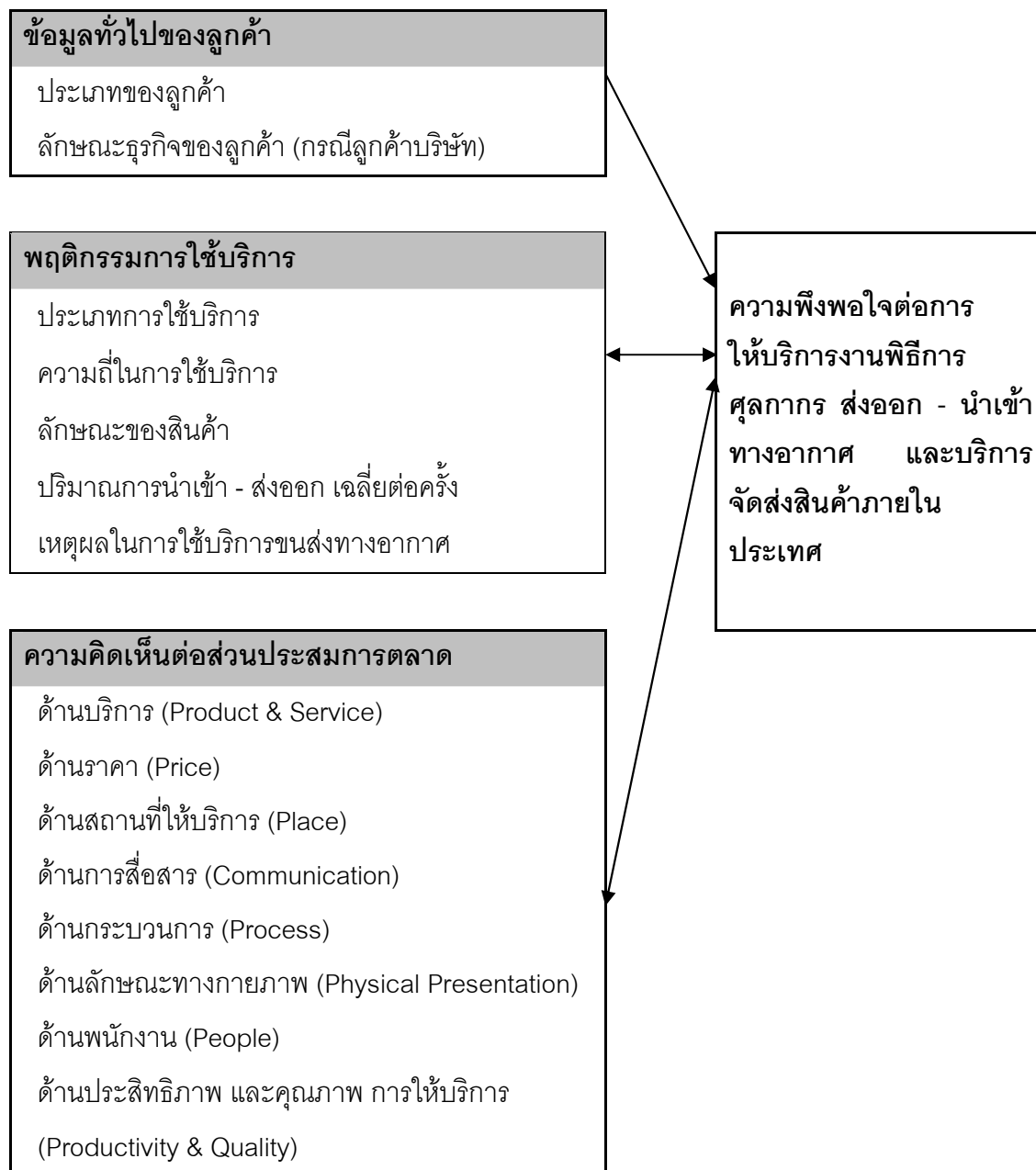
1. การขนส่งสินค้าทางอากาศ หมายถึง การนำวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องการขนส่งไปยังสถานที่ต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้เครื่องบินเป็นยานพาหนะ ซึ่งอาจจะเป็นการขนส่งไปพร้อมกับเครื่องบินที่มีผู้โดยสาร หรือเครื่องบินขนส่งเฉพาะก็ได้
2. การส่งออกทางอากาศ หมายถึง การนำสินค้าหรือวัสดุอุปกรณ์ใดส่งออกไปยังประเทศปลายทาง โดยใช้เครื่องบินเป็นยานพาหนะซึ่งอาจจะเป็นการขนส่งไปพร้อมกับเครื่องบินที่มีผู้โดยสาร หรือเครื่องบินขนส่งเฉพาะก็ได้
3. การนำเข้าทางอากาศ หมายถึง การนำสินค้าหรือวัสดุอุปกรณ์ใดที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทย โดยใช้เครื่องบินเป็นยานพาหนะซึ่งอาจจะเป็นการขนส่งมาพร้อมกับเครื่องบินที่มีผู้โดยสาร หรือเครื่องบินขนส่งเฉพาะก็ได้
4. ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
 - 4.1 ลูกค้าทั่วไป หมายถึง ลูกค้าผู้ซึ่งใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยไม่ใช่รูปแบบของ องค์กร / บริษัท / ห้างร้าน
 - 4.2 ลูกค้าประเภทองค์กร บริษัท หรือห้างร้าน หมายถึง ลูกค้าผู้ซึ่งใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ซึ่งเป็นรูปแบบของ องค์กร / บริษัท / ห้างร้าน
5. ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
6. การให้บริการงานพิธีการศุลกากร หมายถึง การที่บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ดำเนินการเดินพิธีการทางโดยการติดต่อ เติมนเรื่องกับหน่วยงานศุลกากรแทนลูกค้า
7. การให้บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ หมายถึง การที่บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ดำเนินการ รับ-ส่งสินค้าจากจุดหนึ่ง ไปยังอีกจุดหนึ่งตามที่คุณลูกค้ากำหนด ซึ่งรวมถึงการรับสินค้าจากจุดหนึ่งเพื่อดำเนินพิธีการส่งออกไปยังประเทศปลายทาง, การรับสินค้าจากจุดหนึ่งไปส่งยังอีกจุดหนึ่งภายในประเทศ, การจัดส่งสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศไปส่งยังสถานที่ที่คุณลูกค้ากำหนด
8. ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 8 ด้าน หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านการให้บริการ (Service)
 2. ด้านราคา (Price)
 3. ด้านสถานที่ให้บริการ (Place)
 4. ด้านการสื่อสาร (Communication)
 5. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)
 6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation)
 7. ด้านพนักงาน (People)
 8. ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ (Productivity & Quality)
9. พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง การแสดงออกหรือการกระทำของลูกค้าต่อการใช้บริการกับบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ซึ่งประกอบด้วย ประเพณีของการใช้บริการ , ความถี่ในการใช้บริการ, ลักษณะของสินค้า, ปริมาณการนำเข้า – ส่งออก เฉลี่ยต่อครั้ง และเหตุผลในการใช้บริการ

กรอบความคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



สมมติฐานในการวิจัย

1. ลูกค้าที่มีลักษณะต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
3. ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าและวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการ ศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ผู้วิจัยได้ทำ การศึกษาทฤษฎีแนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อมาสนับสนุนเนื้อหา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
3. แนวคิดทฤษฎีการรับรู้ของผู้บริโภค
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
5. ประวัติ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

คอตเลอร์ (Kotler. 1998 : 40) ได้ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจของลูกค้า Customer Satisfaction) เป็นระดับของความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลที่ได้รับหรือ ประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือที่เข้าใจกับความคาดหวังของบุคคล” กล่าวคือ ระดับของความพอใจของลูกค้าจะเกิดความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ จากผลิตภัณฑ์และความ คาดหวังของบุคคล ความคาดหวัง (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและ ฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งจากการ ผลิตหรือบริการและจากการตลาด

วูลแมน (Wolman. 1973 : 348) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายความต้องการหรือแรงจูงใจ

แอนทอน (โสภณ ทองปาน. 2541 : 4-5; อ้างอิงจาก Anton. 1996 : 23, 24-25) กล่าวว่า “ความพึงพอใจคือภาวะความรู้สึกต่อสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการและคาดหวังตลอดอายุการใช้ งานของสินค้าหรือตลอดระยะเวลาที่ให้บริการ ถ้าเป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่าจะมีผลทำให้ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและทำให้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการอีก มีความจงรักภักดีต่อสินค้าและสำหรับ

ลูกค้าที่ไม่พึงพอใจก็ยินดีที่จะกลับไปใช้สินค้าหรือบริการอีก ถ้าผู้ผลิตหรือผู้ขายพยายามปรับปรุงแก้ไข”

ฮิล (โสภิต ทอปปาน. 2541 : 4; อ้างอิงจาก Hill. 1996 : 7, 28) ได้ให้ความหมายของความไม่พึงพอใจ ดังนี้คือ “ช่องว่างระหว่างความคาดหวังที่ต้องการและความจริงที่ได้รับ ซึ่งได้มาจากการมีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้นแล้ว”

จากความหมายของความพึงพอใจที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นหลังการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการนั้นกับความคาดหวังที่ต้องการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้นแล้ว

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

การสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าได้นั้น ผู้ผลิตหรือผู้ขายต้องเข้าใจลักษณะทั่วไปของลูกค้าหรือผู้ซื้อก่อน นั่นคือ ผู้ซื้อย่อมมีความคาดหวังที่จะได้สินค้าหรือบริการที่เหมาะสมกับเงินที่ต้องสูญเสียไป นั่นหมายความว่าหากผู้ผลิต ผู้ขายหรือผู้ให้บริการสามารถทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ว่าลูกค้าได้รับสิ่งที่มีค่ามากกว่าเงินที่สูญเสียไป ก็จะสามารถสร้างความพอใจสูงสุดให้เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ วิธีการหนึ่งที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ก็คือ การเพิ่มคุณค่าของสินค้าด้วย คุณภาพและบริการ ดังคำกล่าวของคอตเลอร์ (Kotler. 1998 :38) ที่ว่า “คุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า คือความแตกต่างระหว่าง คุณค่าลูกค้า (Total Customer Value) และต้นทุนรวม (Total Customer Cost) คุณค่าลูกค้ารวมคือกลุ่มของผลประโยชน์ที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นจากการประเมิน การได้รับการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ” โดยมีสมมติฐาน คือ ผู้ซื้อจะซื้อจากบริษัทที่พวกเขาคิดว่าจะเสนอคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้าสูงสุด

สำหรับสาเหตุที่ลูกค้าไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) จากการศึกษาได้ผลสรุปออกมาเรียกว่า “ทฤษฎีว่าด้วยช่องว่างด้านบริการ (Theory of Service Gaps) ซึ่งช่องว่างนี้เกิดขึ้นจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์ที่ได้รับตามความเป็นจริง (โสภิต ทอปปาน. 2541 : 2) ดังต่อไปนี้คือ

1. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion Gap) เกิดจากกิจกรรมเพื่อเพิ่มยอดขายเมื่อลูกค้าซื้อไปแล้วบริการต่างๆ ไม่เป็นดังคำสัญญา หรือ ต่างไปจากโฆษณา

2. ช่องว่างด้านความรู้ไม่เข้าใจ ความต้องการของลูกค้า (Understanding Gap) คือ เจ้าของร้านค้าหรือผู้ให้บริการไม่เข้าใจว่าลูกค้าต้องการหรือคาดหวังอะไร และให้ความสำคัญกับเรื่องใดมากที่สุดเนื่องจากไม่เคยสอบถามลูกค้า

3. ช่องว่างเกิดจากการจัดการการให้บริการ (Procedure Gap) เจ้าของสินค้าหรือผู้ให้บริการทราบดีว่าลูกค้าต้องการอะไรแต่จัดหาให้ไม่ได้ จะด้วยเหตุผลอะไรก็แล้วแต่ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ

4. ช่องว่างด้านพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง (Behavioral Gap) แทบทุกบริษัทได้จัดให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในแต่ละด้าน แต่อาจจะด้วยบุคลิกของเจ้าหน้าที่ ความรู้ในตัวสินค้า การอบรมมาไม่พอเพียง ไม่อาจให้บริการลูกค้าได้

5. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและข้อเท็จจริง (Perception Gap) ในหลายหน่วยงานอาจจะแก้ไขเพื่อลดช่องว่างในข้อที่ 1-4 แล้ว แต่ลูกค้ายังไม่พอใจ ส่วนหนึ่งเพราะการรับรู้หรือเจตคติของลูกค้าอาจจะสูงกว่าที่เป็นไปได้ในความเป็นจริง หรือส่วนหนึ่งลูกค้ายังจำภาพหรือประสบการณ์เดิมๆ

ทฤษฎีลูกค้าสัมพันธ์ (ธีรศักดิ์ วรสุข. 2537 : 12;1 อ้างอิงจาก Freemantle. 1993) ได้เสนอกรอบแนวความคิดที่มองความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้รับบริการกับผู้ขายหรือผู้ให้บริการว่าเป็นตัวแทนกำหนดความพึงพอใจในการบริการ ไว้ดังนี้

1. การรักษาความลับสัญญาที่ให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการ
2. การตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว ทั้งทางโทรศัพท์และการติดต่อสื่อสารอื่นๆ
3. การตอบรับในเรื่องงานเอกสารต่างๆ ภายในระยะเวลาที่กำหนด
4. ไม่ควรให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรอคอยนานเกิน 5 นาที
5. พนักงานทุกคนจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า และให้เกียรติลูกค้า
6. เมื่อมีสิ่งบกพร่องเกิดขึ้น ต้องรีบแจ้งลูกค้าให้ทราบและดำเนินการแก้ไขหรือปรับปรุง
7. การติดต่อสื่อสารหรือเจรจาธุรกิจต่างๆ ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายบริการจะต้องดำเนินอยู่บนรากฐานของความซื่อสัตย์และเปิดเผย
8. ระบบการทำงานจะต้องมีความน่าเชื่อถือ สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ
9. ดำเนินการแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดทุกด้านอย่างรวดเร็ว
10. พนักงานต้องรู้ข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
11. พนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าจะต้องเป็นผู้ตัดสินใจหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
12. การให้สิ่งเล็กๆ น้อยๆ หรือบริการพิเศษ จะส่งเสริมความพึงพอใจของลูกค้า
13. อย่ามองข้ามความสำคัญรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ที่อาจส่งผลต่อการรับรู้ หรือความรู้สึกของลูกค้าได้
14. พยายามจัดสำนักงานและอุปกรณ์สำนักงานให้มีความสง่า ดูดี รวมไปถึงการแต่งกายและบุคลิกภาพของพนักงาน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ (2546 : 90-93) กล่าถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้การทำงานของผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler. 2003 : 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจมาก

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งที่เกี่ยวข้อง เป็นความรู้สึกที่ชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ ในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจมาใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในแต่ละด้านดังนี้ ด้านการให้บริการ (Service) , ด้านราคา (Price) , ด้านสถานที่ให้บริการ (Place) , ด้านการสื่อสาร (Communication), ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ,ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation), ด้านพนักงาน (People), ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ (Productivity & Quality) ตลอดจนนำแนวคิดมาใช้ในการออกแบบสอบถามและอภิปรายผล อีกทั้งยังนำมากำหนดข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

2.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

พาราสุรามัน และคณะ (Parasuraman . 1988 : 16) ได้กล่าวว่าความคาดหวัง หมายถึง ทัศนคติเกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในบริการนั้นๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการ พวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง

จากการศึกษาพบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการดังต่อไปนี้ คริสโตเฟอร์, แซนดรา และ บาบารา (Christopher, Sanda Barbara. 1996 : 123-125)

1. ความคาดหวังของลูกค้าต่อสินค้าและบริการจะมีความผันแปรในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น ความคาดหวังต่อการบริการให้คำปรึกษาจากบัญชีเกี่ยวกับการขอคืนภาษี จะแตกต่างจากความคาดหวังต่อการขอคำปรึกษาจากสัตวแพทย์ในการรักษาสัตว์เลี้ยง นอกจากนั้น ความคาดหวังว่า

จะไม่มีบริการอาหารในเที่ยวบินระยะสั้นในประเทศ แต่ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะต้องมีบริการอาหารในการบริการของเที่ยวบินระหว่างประเทศ เป็นต้น

2. ความคาดหวังของลูกค้าจะมีความผันแปรในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน เช่นกลุ่มผู้ชายกับ กลุ่มผู้หญิง, กลุ่มคนหนุ่มสาวกับผู้สูงอายุ, กลุ่มพนักงานที่ทำงานในโรงงานกับกลุ่มพนักงานที่ทำงานในสำนักงาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่าความคาดหวังของผู้บริโภคยังแตกต่างกันในแต่ละประเทศ เช่น ผู้โดยสารรถไฟในประเทศ Greece อาจยอมรับได้หากรถไฟมาสายกว่าเวลาที่กำหนดหลายชั่วโมง แต่ใน Switzerland จะวัดเวลาที่รถไฟมาสายกว่าเวลาที่กำหนดเป็นวินาที

3. ความคาดหวังของลูกค้าต่อบริการ จะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์จากการรับบริการจากผู้บริการรายต่างๆ ซึ่งแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือจากผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกัน ในกรณีที่ลูกค้าเคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน แต่ในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ต่อการบริการที่มีความเกี่ยวข้องมาก่อน ลูกค้าจะเปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนซื้อ (Pre-Purchase Expectations) ซึ่งจะเกิดจากปัจจัยด้านต่างๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือการนำเสนอของพนักงานขาย

เซทแฮลล์, พาราสุรามัน และเบอรี่ (Zeithaml, Parasuraman and Berry. 1990) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่

1. การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น
2. ความต้องการของแต่ละบุคคล
3. ประสบการณ์ในอดีต
4. ข่าวสารจากสื่อ และจากผู้ให้บริการ
5. ราคา

ความคาดหวังของผู้มารับบริการเป็นส่วนประกอบสำคัญในการวัดระดับความพอใจ ซึ่งระดับความพอใจได้จากความแตกต่างระหว่างผลที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) กับความคาดหวังของบุคคล ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีได้ 3 แบบด้วยกันคือ หากการทำงานของข้อเสนอดตรงกับระดับความคาดหวัง ผู้มารับบริการย่อมพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าเกินความคาดหวัง ผู้มารับบริการก็จะมีมีความพอใจมากขึ้นหรือประทับใจ (Delight)

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539 : 21) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังของลูกค้าเกิดขึ้นกับปัจจัย 7 ประการ ดังนี้

1. ชื่อเสียง ภาพพจน์ขององค์กร รวมทั้งคำร่ำลือต่างๆ
2. ตัวของพนักงานผู้ให้บริการ เช่น การแต่งตัว รูปร่าง
3. ตัวสินค้า หรือบริการ เช่น ประเทศที่ผลิต ยี่ห้อ

4. ราคาของบริการนั้น
5. สภาพแวดล้อมในขณะนั้น
6. มาตรฐานคุณภาพของลูกค้าเอง
7. คู่แข่งของสถานบริการนั้น

โดยในบางครั้งในความคาดหวังของลูกค้ายังมีการรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วย โดยสามารถที่จะอธิบายข้อแตกต่างได้ว่า ข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ ผสมกับสถานการณ์แวดล้อมในเวลานั้นทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจไปเองว่า ผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้อย่างดี จึงทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่สูง หรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริง เมื่อได้รับบริการตามมาตรฐานปกติก็อาจรู้สึกที่ไม่พอใจได้ เช่นในกรณีของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ใช้บริการมักที่จะคาดหวังให้ระบบสามารถที่จะใช้ติดต่อได้อย่างต่อเนื่อง สัญญาณชัดเจน มีบริการหลังการขายที่ดี รวมทั้งบริษัทผู้ให้บริการติดตามให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และเมื่อระบบที่ใช้ยังสามารถตอบสนองได้ตามคาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพอใจและบอกต่อไปยังคนใกล้ชิดให้มาใช้บริการของระบบนั้น

แหล่งที่มาของความคาดหวังของผู้บริโภค

ผลของการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของบริการยังทำให้ทราบว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการ ได้รับอิทธิพลมาจาก 4 แหล่งสำคัญด้วยกัน คือ

1. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) ความต้องการส่วนบุคคลของผู้บริโภคจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมของผู้บริโภคแต่ละคน ผู้บริโภคอาจจะคาดหวังจากการบริการชนิดเดียวกันแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล
2. การบอกแบบปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการ (Word-of-Mouth Communication) คือ ข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับจากผู้บริโภคคนอื่นๆ ที่เคยได้รับบริการจากผู้ให้บริการมาแล้ว โดยอาจจะเป็นการให้บริการ ให้คำแนะนำชักชวนให้มาใช้บริการ ข้อตำหนิหรือคำบอกเล่าต่างๆ เกี่ยวกับการบริการนั้น
3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Past Experience) การที่ผู้บริโภคเคยได้รับประสบการณ์ตรงต่างๆ เกี่ยวกับการบริการ มีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวังของผู้บริโภคเช่นกัน เพราะประสบการณ์ในอดีตทำให้เกิดการเรียนรู้และการจำประสบการณ์เหล่านี้ไว้
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีต่อผู้บริโภค (External communications to customer) การโฆษณาประชาสัมพันธ์จากองค์กรผู้ให้บริการที่มีต่อผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น

เป็นการประกาศการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสารมวลชนต่างๆ เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีหรือเพื่อส่งเสริมการขาย ล้วนแล้วแต่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับ

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ผู้วิจัยได้นำแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามและอภิปรายผล อีกทั้งยังนำมากำหนดข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค

การรับรู้เป็นความเชื่อของลูกค้ในการพิจารณาถึงการบริการที่ได้รับและได้รับจากประสบการณ์ของลูกค้ที่ผ่านมาในอดีต ซึ่งแอนตันและแวนราอิจ (Antioned and Van Raaij. 1994 : 162) ได้กล่าวว่าบุคคลจะมีความแตกต่างกันในการรับรู้ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์และสถานการณ์ของแต่ละบุคคล

ชิฟแมน และ คานุก (Shiffman and Kanuk. 1994 : 162) ได้กล่าวว่าการรับรู้ คือ กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายสิ่งที่กระตุ้นออกมาเป็นภาพที่มีความหมายและเกิดเป็นภาพรวมขึ้นมา โดยที่บุคคล 2 คนได้รับสิ่งกระตุ้นอย่างเดียวกันและอยู่ภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่จะมีอิทธิพลต่อการเลือก การรู้จัก การตีความหมายของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับความจำเป็น (Needs) ค่านิยม (Values) และความคาดหวัง (Expectation) โดยที่ตัวแปรเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ของบุคคล

มอริสัน (Morison. 1996) ได้กล่าวว่า ลูกค้ได้ใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การชิม การสัมผัส และการได้กลิ่นในการรับรู้ถึงการบริการและข้อมูลการส่งเสริมการขายหรือบริการของธุรกิจ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะไม่เป็นเพียงแรงกระตุ้นต่อการซื้อหรือใช้บริการของลูกค้เท่านั้น แต่เป็นการรับรู้ว่าการบริการต่างๆ นั้นจะสร้างความพอใจตามความปรารถนาและความต้องการของลูกค้ด้วย

การรับรู้คุณภาพการบริการ

แอนตัน และ แวนราอิจ (Antioned and Van Raaij.1988) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพเกิดจากความคาดหวังของลูกค้ สินค้าหรือบริการจะมีคุณภาพสูงก็ต่อเมื่อความต้องการของลูกค้ตรงกับ ความคาดหวังที่ตั้งไว้ การรับรู้คุณภาพที่สูงต่อสินค้าหรือการบริการ ลูกค้จะพิจารณาจากความเหมาะสมของการทำงาน ความคงทน ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความไว้วางใจ ความถี่ใน

การเสียค่า และบริการหรือสินค้าจะมีคุณภาพเมื่อลูกค้าได้ทำการเปรียบเทียบกับ การรับรู้จริงกับความคาดหวังต่อสินค้าหรือบริการนั้น

กรอนรูส (Gronroos. 1990) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพการบริการประกอบไปด้วย 2 ลักษณะ คือ ลักษณะด้านเทคนิคหรือผลที่ได้และลักษณะตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของกระบวนการ โดยที่คุณภาพด้านเทคนิคเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับผู้ให้บริการจะใช้เทคนิคอะไรที่จะทำ ให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพอใจตามความต้องการพื้นฐาน การรับรู้คุณภาพที่ดีเกิดขึ้นเมื่อ ความคาดหวังของลูกค้าตรงกับการรับรู้ที่ได้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ถ้าความคาดหวังของลูกค้าต่อการ บริการหรือสินค้าไม่เป็นจริง การรับรู้คุณภาพโดยรวมจะต่ำ แต่ถ้าความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ ตรงกับการรับรู้จริง คุณภาพในสินค้าหรือบริการนั้นจะสูง โดยที่ความคาดหวังต่อคุณภาพจะได้รับ อิทธิพลมาจาก การสื่อสารทางการตลาด การสื่อสารแบบปากต่อปาก ภาพลักษณ์ขององค์กร และ ความต้องการของลูกค้าเอง ส่วนลักษณะตามหน้าที่จะเป็นการพิจารณาจากผู้ให้บริการจะอย่างไร ให้การบริการดีเท่ากับการรับรู้จากประสบการณ์ของลูกค้าที่ผ่านมา

กรอนรูส (Gronroos. 1990) ได้กล่าวถึงเงื่อนไขของการรับรู้คุณภาพบริการที่ดีของลูกค้า มี 6 ประการ ดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพและทักษะในการบริการลูกค้าจะรับรู้คุณภาพการบริการที่ดีได้เมื่อผู้ให้ บริการมีความรู้ มีทักษะในการแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ
2. ทศณคติ และพฤติกรรมเป็นความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อพนักงานบริการ พิจารณาเกี่ยวกับ ความเอาใจใส่ในการแก้ปัญหาด้วยความเต็มใจโดยทันที
3. การเข้าถึงบริการง่ายและมีความยืดหยุ่น ลูกค้าจะพิจารณาจากผู้ให้บริการประกอบไปด้วยสถานที่ ชั่วโมงการทำงาน ตัวพนักงาน และระบบการทำงานได้ถูกออกแบบให้ง่าย ต่อการเข้าถึงบริการ รวมถึงมีการเตรียมปรับการบริการให้ตรงกับความต้องการของ ลูกค้า
4. ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ ลูกค้าจะรู้ว่าเมื่อใดก็ตามที่มีการตกลงในการ ให้บริการเกิดขึ้น สามารถที่จะไว้วางใจผู้ให้บริการได้โดยพนักงานจะทำตามสัญญาที่ตกลงไว้ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจเป็นพิเศษ
5. การชดเชยเมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ามีความรู้สึกว่ามีบางอย่างผิดปกติหรือไม่เป็นไปตามความ คาดหวัง ผู้ให้บริการจะต้องแก้ไขให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าอย่างทันที
6. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการลูกค้า มักเชื่อว่าการให้บริการของผู้ให้บริการสามารถ เชื่อถือได้และเหมาะสมกับคุณค่าของเงินที่จ่ายไป

สมิท และ ฮุสตัน (Smith and Huston. 1993) กล่าวว่า มีผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ในการประเมินคุณภาพบริการของลูกค้าหลังจากที่มีการใช้บริการจากผู้ให้บริการ 4 ประการ คือ ต่ำกว่าคุณภาพคุณภาพที่ยอมรับได้ คุณภาพที่ดี และคุณภาพที่เหนือว่า ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

1. ต่ำกว่าคุณภาพ แสดงถึง การรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ของลูกค้าน้อยกว่าความคาดหวังไว้ เป็นผลทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในบริการที่ได้รับ

2. คุณภาพที่ยอมรับได้ แสดงถึง การรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ของลูกค้าเท่ากับความคาดหวังไว้ ถ้าผู้ให้บริการต้องการทำให้ลูกค้ามีความสุขกับการใช้บริการ คุณภาพระดับนี้อาจจะไม่เพียงพอ

3. คุณภาพที่ดี แสดงถึง ลูกค้ารับรู้คุณภาพจากประสบการณ์สูงกว่าความคาดหวัง ซึ่งเป็นผลให้ลูกค้าสนใจที่จะยังใช้บริการต่อไป และมากกว่านั้นยังก่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากไปยังกลุ่มลูกค้าอื่น

4. คุณภาพที่เหนือว่า แสดงถึง การรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ของลูกค้าที่เกินกว่าความต้องการจริงของลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในบริการและยินยอมที่จะจ่ายแพงในการใช้บริการ

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ผู้วิจัยได้นำแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามในส่วนของการคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการ และการประเมินคุณภาพการให้บริการ

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

คอตเลอร์ (Kotler. 1998 : 27-29) ได้อธิบายว่า “การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้ การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้”

พรเทพ ปิยวัฒนเมธา (2536 : 58) กล่าวว่า “การบริการ หมายถึง การให้สิ่งที่คุณค่าต้องการหรือรับรู้และสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อบำบัดความต้องการและความจำเป็นพร้อมๆ กัน โดยที่การให้บริการที่ดีจะครอบคลุมการให้คุณค่าในสิ่งที่เขาต้องการ ในเวลาที่เขาต้องการ และในรูปแบบที่เขาต้องการเพื่อเขาจะได้มีความพอใจเต็มที่”

การทำเรื่องแห่งประเทศไทย (2542 : 6-8) กล่าวว่า “การบริหารคุณภาพ เป็นหลักการหนึ่งของการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการ คือคุณภาพบริการสูงกว่าคู่แข่ง เราจึงได้เห็นการปฏิวัตรระบบคุณภาพกันมากในยุคนี้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า อันมีผลต่อการเพิ่มยอดขายและกำไรในท้ายที่สุด แต่คุณภาพบริการเป็นสิ่งที่วัดยาก เพราะไม่มีมิติทางกายภาพที่จะมาชี้วัด โดยทั่วไปลูกค้าจะประเมินจากการเปรียบเทียบความคาดหวังที่เขาต้องการกับสิ่งที่เขาได้รับจริง การจะปรับปรุงคุณภาพบริการ นักการตลาดจะต้องพิจารณาเกณฑ์ในการตัดสินคุณภาพบริการของลูกค้าว่าอยู่ที่ไหนและระดับใดจึงจะพอใจ”

จากความหมายข้างต้น พอสรุปได้ว่าการบริการ หมายถึงกิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้นๆ ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่แสดงเจตจำนงค์ให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้ และก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี ประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

พาราสุรามัน และ เบอริ (Parasuraman and Berry, 1985 : 79-81) ได้กล่าวว่า การบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย
 - 1.1 ความสม่ำเสมอ
 - 1.2 ความพึงพาได้
2. การตอบสนอง ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
 - 2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
 - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีและมีมาตรฐาน
3. ความสามารถ ประกอบด้วย
 - 3.1 ความสามารถในการให้บริการ
 - 3.2 ความสามารถในการสื่อสาร
 - 3.3 ความสามารถในความรู้วิชาการที่ให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ

- 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายจนซับซ้อนเกินไป
- 4.2 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ
- 4.3 อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก
- 4.4 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
5. ความสุภาพอ่อนโยน ประกอบด้วย
 - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ
 - 5.2 การให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารที่แจ่มชัดและลักษณะงานบริการ
 - 6.2 มีอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง ประกอบด้วย ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์
9. ความเข้าใจ ประกอบด้วย
 - 9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
 - 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่แก่ผู้ใช้บริการ
 - 9.3 การให้ความสนใจแก่ผู้ใช้บริการ
10. การสร้างสิ่งจับต้องได้
 - 10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ
 - 10.2 การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

ศรีเพ็ญ ทรัพย์มณชัย (2541) ได้จำแนกส่วนประกอบหลักๆ ในการผลิตเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้บริการ 4 ประการดังนี้

1. ตัวสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการ ลูกค้ามักมีความคาดหวังในตัวสินค้าและบริการที่สามารถนำไปเพิ่มมูลค่าได้มากขึ้นเพราะจะทำให้มีกำไรมากขึ้นได้ ดังนั้นถ้าบริษัทใช้กลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ก็ต้องมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเสมอ ขณะที่บริษัทที่ใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ (Low Cost Strategy) จะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนที่ถูกลง เพื่อให้สนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้นตัวชี้วัดจึงมักเป็นส่วนหนึ่งของยอดขายในบริษัทแยกตามกลุ่มสินค้าใหม่และสินค้าเดิม

2. เวลาที่ลูกค้าได้รับสินค้า ลูกค้าจะเกิดความพอใจสูงสุดในตัวสินค้าเมื่อได้รับในเวลาที่ต้องการ ถ้าหากได้รับสินค้าก่อนเวลาที่ต้องการก็จะเสียค่าใช้จ่ายในการเก็บสินค้าเหล่านั้น ขณะที่ถ้าได้รับสินค้าภายหลังเวลาที่ต้องการก็อาจสูญเสียโอกาสในการผลิตหรือขาย ดังนั้นการวัดผลประเด็นนี้ ก็จะเป็นการวัดระยะเวลาที่ลูกค้าซื้อจนได้รับของ (Lead Time) สำหรับสินค้าที่ขายในปัจจุบัน ขณะเดียวกันบริษัท อาจจะวัดระยะเวลาที่ใช้ในการออกสินค้าใหม่ โดยวัดระยะเวลาดังแต่บริษัทเลือกสินค้าใหม่นั้นจนถึงสินค้านั้นวางตลาด ซึ่งเป็นการวัดโอกาสของความสำเร็จในอนาคตอย่างหนึ่ง

3. คุณภาพของสินค้า เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ลูกค้าใช้พิจารณาเลือกบริษัทที่ขายสินค้า ทั้งนี้ เพราะสินค้าที่มีคุณภาพต่ำจะสร้างความสูญเสียในการดำเนินงานได้ โดยทั่วไปคุณภาพของสินค้าจะ ถูกวัดได้ด้วยอัตราของเสียของสินค้าที่ลูกค้าได้รับ ในบางกรณี บางบริษัทก็พิจารณาการส่งของที่ตรง เวลาหรือความแน่นอนในการจัดส่ง ซึ่งสะท้อนภาพบริการที่มีคุณภาพนั่นเอง

4. ต้นทุนหรือราคาของสินค้าที่เหมาะสม องค์ประกอบหลักในการตัดสินใจของลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของต้นทุนที่คุ้มค่าของสินค้า สำหรับกิจการที่ใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ (Low cost strategy) การวัดในประเด็นนี้ค่อนข้างมีความสำคัญ โดยนิยมใช้ราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาด ในบางกรณี กิจการอาจใช้การจัดลำดับราคาโดยลูกค้าหลักก็ได้

การกำหนดเครื่องวัดความคาดหวังตามความต้องการของลูกค้า นั้น บริษัทไม่จำเป็นต้อง กำหนดเครื่องวัดให้ครบทุกปัจจัยตามที่กล่าวข้างต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภารกิจ (Mission) และวัตถุประสงค์ ของบริษัท ตลอดจนกลยุทธ์ที่เลือกใช้ว่ามีผลทำให้ปัจจัยใดมีความสำคัญโดดเด่น และปัจจัยใดไม่มีความจำเป็น โครงสร้างดังกล่าวข้างต้นเป็นเพียงแนวคิดและขอบเขตในการพิจารณาเท่านั้น นอกจากนี้ ผู้บริหารอาจกำหนดเครื่องวัดในภาพรวมของความต้องการของลูกค้าก็ได้ เช่น การให้ลูกค้าหลักของ บริษัททำการจัดลำดับความพอใจที่มีต่อบริษัทกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันทั้งด้านราคา คุณภาพ และบริการ เป็นต้น

กิตติ สิริพัฒน (2542) ยังได้เสนอแนวคิดคุณภาพของการบริการไว้ดังนี้

คุณภาพของบริการ (Service Quality)

ปัจจัยที่บ่งชี้ว่าบริการนั้นมีคุณภาพ มีดังต่อไปนี้

1. สามารถจับต้องได้ (Tangible) โดยปกติบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ทำให้การรับรู้ในคุณภาพค่อนข้างไม่ชัดเจน ดังนั้น บริการที่ดีควรสร้างหลักฐาน (Manager Evidence) ให้เห็นชัดว่า การบริการนั้นมีคุณภาพ หลักฐานที่จะสร้างนั้น ได้แก่ อาคาร อุปกรณ์ เครื่องอำนวยความสะดวก และ บุคลากร ตัวอย่างเช่น ความหรูหราด้วยการออกแบบทันสมัยของโรงแรม อุปกรณ์ทันสมัยที่ใช้ใน โรงแรม การตกแต่งห้องต่างๆ ในโรงแรมที่สวยงาม แก้วน้ำ และภาชนะอื่นๆ ที่ห่อกระดาษไว้ก่อนใช้

และรูปแบบที่สวยงามและสะอาดของพนักงานในโรงแรม เหล่านี้เป็นหลักฐานแสดงว่าโรงแรมนั้นมีคุณภาพ

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ในที่นี้หมายถึง ความถูกต้องในการคิดค่าบริการ ร้านอาหารที่คิดราคาตรงกับจำนวนอาหารที่ลูกค้าสั่ง ลูกค้าย่อมให้ความเชื่อถือและไม่รังเกียจที่จะกลับไปรับประทานที่ร้านนั้นอีก

3. มีความรู้ (Competence) ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพ ต้องมีความรู้ในเรื่องนั้น เช่น ช่างซ่อมรองเท้า ต้องมีความรู้ในเรื่องการซ่อมรองเท้า ทำทางขณะซ่อมรองเท้า ต้องดูว่ามีความสามารถ มีความกระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว ซึ่งทำให้ผู้เอารองเท้าไปซ่อมเกิดความมั่นใจ

4. มีความรับผิดชอบ (Responsiveness) เช่น เมื่ออยู่ซ่อมรถยนต์สัญญาว่าลูกค้าจะซ่อมรถให้เสร็จภายใน 3 วัน คู่แห่งนั้นต้องทำให้เสร็จในเวลา 3 วัน ช่างซ่อมที่วิที่ซ่อมผิดทำให้ทีวีเสียต้องรับผิดชอบให้อยู่ในสภาพที่ดี โดยไม่ปิดความรับผิดชอบให้เจ้าของทีวี

5. มีจิตใจงาม (Empathy) ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพต้องเป็นผู้มีจิตใจงาม จึงจะเป็นผู้กระตือรือร้นในการให้บริการผู้อื่น เต็มใจช่วยเหลือโดยไม่รังเกียจ

ในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดด้านการบริการมาใช้ในการวัดพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) คือ การประเมินคุณภาพการให้บริการโดยรวม ความพึงพอใจโดยรวม และการประเมินความคุ้มค่าในการบริการ และข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าและความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อบริการด้านต่างๆ

5. ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อ วันที่ 27 มิถุนายน 2538 และได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ สมาคมชิปปิ้ง แห่งประเทศไทย ตั้งอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 223/1 ถนน เทพกระษัตริย์ หมู่ 3 ตำบล ศรีสุนทร อำเภอ ถลาง จังหวัด ภูเก็ต 83110 และมีสำนักงานย่อย ตั้งอยู่ที่สนามบินนานาชาติ จังหวัดภูเก็ต

บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด ให้บริการ รับดำเนินพิธีการศุลกากร, ส่งออก-นำเข้า ทางเครื่องบิน และทางเรือ (CUSTOMS CLEARNCE, IMPORT – EXPORT, AIR-SEA CARGO) โดยมีปรัชญาของบริษัทคือ “รอยยิ้มและบริการที่ดีเลิศ คือ หัวใจของเรา” บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด เป็นบริษัทผู้ให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออกและนำเข้าทางอากาศ รายแรกในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นตัวแทนแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจาก บริษัท การบินไทย จำกัด ซึ่งปัจจุบันมีการขยายเพิ่มบริการ

ด้านการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าอีกด้วย ซึ่งมีการจัดแบ่งส่วนงานและขอบเขตความรับผิดชอบโดยย่อ ดังนี้

ส่วนงานส่งออกและนำเข้า

ขอบเขตความรับผิดชอบ

- การดำเนินพิธีการศุลกากร ส่งออกและนำเข้าสินค้า
- กำหนดพิกัดอัตราภาษี
- การจัดทำประกันภัย เพื่อคุ้มครองสินค้า และดำเนินการด้านสิทธิประโยชน์ต่างๆ เช่น การขอคืนภาษีอากรตามมาตรา 19 ทวิ, การขอลดหย่อนอากร, การขอสิทธิ BOI และการขออนุญาตนำเข้าและส่งออกสินค้า เป็นต้น

ส่วนงานจัดส่งสินค้า

ขอบเขตความรับผิดชอบ

- บริหารงานและควบคุมการรับสินค้าจากลูกค้าเพื่อส่งออกให้ทันตามกำหนดเวลาตามที่ได้ตกลงกับลูกค้า
- ควบคุมการจัดส่งสินค้านำเข้าให้กับลูกค้าตามกำหนดเวลาและข้อตกลงกับลูกค้าหลังจากที่ผ่านกระบวนการและขั้นตอนการดำเนินพิธีการศุลกากรเข้าเรียบร้อยแล้ว

ส่วนงานด้านบัญชี

ขอบเขตความรับผิดชอบ

- บริหารงานด้านการเงินและการจัดเก็บค่าบริการกับลูกค้าตามกำหนดเวลาอย่างถูกต้องและแม่นยำ ตามข้อตกลงกับลูกค้า

ส่วนงานด้านบริหารจัดการ

ขอบเขตความรับผิดชอบ

- รับผิดชอบงานด้านการวางกลยุทธ์ทางธุรกิจ การตลาดและการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์
- จัดการหาเทคโนโลยี เพื่อช่วยให้การทำงานงานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามีความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น
- รับผิดชอบด้านการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญด้านการให้บริการโดยเฉพาะด้านทักษะด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร มีแผนการจัดส่งพนักงาน

ไปอบรมเพื่อให้เกิดความชำนาญ และมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้าอยู่ตลอดเวลา รวมถึงพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษให้กับพนักงาน เนื่องจากภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยว แนวโน้มของลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติมากขึ้น

6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานบริการมีดังนี้

ฉันทิชย์ วิบูลยารุณ. (2547 : 67-70) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด พบว่า กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน วิธีการว่าจ้างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน การมีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน ระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรไม่แตกต่างกัน มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ และความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

ยรรยง เหล่าตระกูลงาม. (2546 : 90-99) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ อายุ ประเภทลูกค้า และคลังสินค้าที่มาใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ระยะเวลาที่มาใช้บริการ และปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

วันชัย แอ่นลอย. (2545 : 47-52) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนในบริการของด่านศุลกากรประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ในขณะที่ความถี่ในการใช้บริการมีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน ความพึงพอใจโดยภาพรวมในการให้บริการอยู่ในระดับพอใจมาก

ศรศักดิ์ แสงงาม. (2546 : 47-52) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการตรวจสินค้าส่งออก สำนักงานศุลกากรกรุงเทพ : กรณีศึกษาสถานีตรวจสินค้า 5(E) ฝ่ายตรวจสินค้านอกเขตท่า รพท. การรถไฟ ๔ ลาดกระบัง พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นหญิงมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าผู้ให้บริการที่เป็นผู้ชาย ส่วนปัจจัยด้าน รายได้ ระดับการศึกษา อายุ และประสบการณ์การทำงานส่งออกที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ อายุ และประสบการณ์การทำงานส่งออกมาสูงกว่า มีความพึงพอใจด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ อายุ และประสบการณ์การทำงานส่งออกน้อยกว่า ส่วนเพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำประเด็นที่สำคัญมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้ คือปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยด้านความถี่ในการนำเข้าเฉลี่ยต่อเดือน และปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง เนื่องด้วยปัจจัยดังกล่าวมีความจำเป็นสำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้วย ดังนั้นในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับคำถามที่เกี่ยวข้องความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านและความพึงพอใจโดยรวมที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการในแต่ละด้านให้ดียิ่งขึ้น เพื่อส่งผลให้ความพึงพอใจโดยรวมที่ลูกค้ามีต่อบริษัทมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า ทางอากาศ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มีขั้นตอนในการดำเนินการค้นคว้าด้านต่างๆ ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าทุกคนที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากประชากรที่ใช้ในการศึกษาโดยผู้ทำการวิจัย ซึ่งสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม โดยคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตร ดังนี้

หมายเหตุ เนื่องจากในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม เป็นช่วง High Season ของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีนักท่องเที่ยวและลูกค้าจำนวนมากใช้บริการส่งออกและนำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า

การคำนวณขนาดตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร ดังนี้ (ศ. ดร. นราศรี ไววนิชกุล และ รศ. ชุศักดิ์ อุดมศรี. 2545 : 102) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05 ค่าสัดส่วนประชากร 0.5 ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 pq}{B^2}$$

แทนค่า n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

B = ระดับความคลาดเคลื่อน

Z = Z score ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น

p = ความน่าจะเป็นของประชากรที่สนใจศึกษา

q = $1 - p$

ในทางปฏิบัติเรานิยมใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น $Z = 1.96$ (ศ. ดร. นราศรี ไววนิชกุล และ รศ. ชุศักดิ์ อุดมศรี. 2545 : 102)

B = ระดับความคลาดเคลื่อน กำหนดให้มีความเบี่ยงเบนได้ 5% ดังนั้น $B = 0.05$

p = ค่าสัดส่วนของประชากรที่จะสุ่ม กำหนดได้เป็น 0.5 (ประมาณการ)

คำนวณหาขนาดตัวอย่าง ได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)}{(0.0025)}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

จากการคำนวณหาขนาดตัวอย่างได้จำนวนตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถาม จึงควรเพิ่มจำนวนตัวอย่าง เท่ากับ 15 คน ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างของการทำวิจัยในครั้งนี้ เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ลักษณะของแบบสอบถาม

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยออกแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้าและสร้างขึ้นเอง รวมทั้งมีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และศึกษาจากการให้คำนิยาม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามสำหรับข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด จำนวน 3 ข้อ โดยให้ลูกค้าแต่ละประเภทตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลูกค้าที่แตกต่างกัน ดังนี้

สำหรับ ลูกค้าประเภทลูกค้าทั่วไป

ข้อ 1.1 ลักษณะอาชีพ ซึ่งสเกลการวัดข้อมูลเป็นประเภท Nominal Scale

สำหรับ ลูกค้าประเภทองค์กร / บริษัท / ห้างร้าน

ข้อ 2.1 ประเภทธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจการเกษตร, จำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ / โทรคมนาคม, โรงแรม / รีสอร์ท, จำหน่ายสินค้า อุปโภค / บริโภค และอื่นๆ ซึ่งสเกลการวัดข้อมูลเป็นประเภท Nominal Scale

ข้อ 2.2 ตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประสานงานด้านการส่งออก - นำเข้า, พนักงานตรวจรับสินค้า - ขนส่งสินค้า, เจ้าหน้าที่ด้านการเงิน, เจ้าของบริษัท และอื่น ซึ่งสเกลการวัดข้อมูลเป็นประเภท Nominal Scale

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด จำนวน 5 ข้อ ดังนี้

- ข้อที่ 1 ประเภทของการให้บริการ ได้แก่ ส่งออก, นำเข้า และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ซึ่งสเกลการวัดข้อมูลเป็นประเภท Nominal Scale
- ข้อที่ 2 ความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย (ครั้ง ต่อ เดือน) ซึ่งสเกลการวัดข้อมูลเป็นประเภท Ratio Scale
- ข้อที่ 3 ประเภทของสินค้าที่ใช้บริการ ส่งออก – นำเข้า ทางอากาศ ได้แก่ สินค้าเกษตร ไม่มีชีวิต เช่น พืช ผัก ผลไม้ ดอกไม้ อาหารทะเล (ไม่มีชีวิต), สินค้าเกษตร (มีชีวิต) เช่น อาหารทะเลสด, สัตว์เลี้ยง, เครื่องมือแพทย์ / ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์, สินค้าอุปโภคบริโภค, เพอร์นิเจอร์ และอื่นๆ ซึ่งสเกลการวัดข้อมูลเป็นประเภท Nominal Scale
- ข้อที่ 4 ปริมาณการส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้ง (หน่วย กิโลกรัม) ได้แก่ ไม่เกิน 10 กิโลกรัม, 11 – 100 กิโลกรัม, 101 – 1000 กิโลกรัม, มากกว่า 1000 กิโลกรัม ซึ่งสเกลการวัดข้อมูลเป็นประเภท Ordinal Scale
- ข้อที่ 5 เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ได้แก่ ต้องการความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า, ต้องการความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า, สะดวกเนื่องจากอยู่ใกล้พื้นที่ให้บริการ, ราคาเหมาะสม, บริการที่ประทับใจและมีคุณภาพ และ อื่นๆ ซึ่งสเกลการวัดข้อมูลเป็นประเภท Ordinal Scale

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ ของลูกค้าที่ใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ได้แก่ ด้าน การให้บริการ (Service), ด้านราคา (Price), ด้านสถานที่ให้บริการ (Location), ด้านการสื่อสาร (Communication), ด้านกระบวนการให้บริการ (Process), ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation) และ ด้านพนักงาน (People) จำนวน 32 ข้อ โดยใช้มาตรวัดแบบ Semantic Differential Scale ซึ่งเป็นมาตราส่วนที่ใช้หลักความแตกต่างทางด้านความหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว ซึ่งสเกลการวัดข้อมูลเป็นประเภท Interval Scale โดยผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความพึงพอใจออกมาเป็น 5 ระดับด้วยกัน

ตัวอย่างเช่น

ความปลอดภัยของสินค้าระหว่างกระบวนการขนส่ง

ปลอดภัย : : : : ไม่ปลอดภัย

5 4 3 2 1

ในการวิเคราะห์ข้อมูล นำคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่าเพื่อแปลความหมายค่าคะแนน โดยใช้สูตร (รศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ : การวิจัยการตลาด หน้า 129) จากสูตร

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= (\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น} \\ &= (5-1)/5 \\ &= 0.80\end{aligned}$$

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 8 ด้านของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ลูกคามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับ ดีมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง ลูกคามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับ ดี

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ลูกคามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ลูกคามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับ น้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ลูกคามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับ น้อยมาก

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่ใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำนวน 4 ข้อ โดยใช้มาตรวัดแบบ Semantic Differential Scale ซึ่งเป็นมาตราส่วนที่ใช้หลักความแตกต่างทางด้านความหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว ซึ่งสเกลการ

วัดข้อมูลเป็นประเภท Interval Scale โดยผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความพึงพอใจออกมาเป็น 5 ระดับด้วยกัน

ตัวอย่างเช่น

ประเมินความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ

พอใจอย่างมาก : : : : ไม่พอใจอย่างมาก

5 4 3 2 1

ในการวิเคราะห์ข้อมูล นำคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่าเพื่อแปลความหมายค่าคะแนน โดยใช้สูตร (รศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ : การวิจัยการตลาด หน้า 129) จากสูตร

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= (\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น} \\ &= (5-1)/5 \\ &= 0.80\end{aligned}$$

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายระดับความพึงพอใจ ของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ลูกคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับ พึงพอใจอย่างมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง ลูกคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับ พอใจ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ลูกคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับ เฉยๆ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ลูกคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ไม่พอใจ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ลูกคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ไม่พอใจอย่างมาก

2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

2.2.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสารตำรางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและคู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2.2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและนำเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงแก้ไข

- 2.2.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงให้มีความถูกต้องก่อนนำไปใช้
- 2.2.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ตัวอย่าง และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) อ้างใน กัลยา วาณิชยปัญญา (2548: 499-450)

$$\text{Cronbach's Alpha } (\alpha) = \frac{k \overline{\text{COVARIANCE}} / \overline{\text{VARIANCE}}}{1 + (K - 1) \overline{\text{COVARIANCE}} / \overline{\text{VARIANCE}}}$$

โดยที่	Cronbach's Alpha (α) แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	K แทน	จำนวนคำถามของแบบสอบถาม
	$\overline{\text{COVARIANCE}}$ แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถาม
	$\overline{\text{VARIANCE}}$ แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

ผลลัพธ์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

ในการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของการวัด (Reliability) ของแบบสอบถาม ได้นำเฉพาะแบบสอบถามในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 มาตรวจสอบความเชื่อถือได้ ดังนี้

ในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านต่างๆ ที่มีการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด นำมาทำการทดสอบ ได้ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของการวัดในแต่ละด้าน ดังนี้

ค่าความเชื่อถือได้ของการวัดความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านการให้บริการ (Service) มีค่าเท่ากับ 0.708

ค่าความเชื่อถือได้ของการวัดความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านราคา (Price) มีค่าเท่ากับ 0.946

ค่าความเชื่อถือได้ของการวัดความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านสถานที่ให้บริการ (Location) มีค่าเท่ากับ 0.894

ค่าความเชื่อถือได้ของการวัดความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านการสื่อสาร (Communication) มีค่าเท่ากับ 0.736

ค่าความเชื่อถือได้ของการวัดความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านกระบวนการให้บริการ (Process) มีค่าเท่ากับ 0.702

ค่าความเชื่อถือได้ของการวัดความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation) มีค่าเท่ากับ 0.715

ค่าความเชื่อถือได้ของการวัดความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านพนักงาน (People) มีค่าเท่ากับ 0.878

ค่าความเชื่อถือได้ของการวัดความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพ การให้บริการ (Productivity & Quality) มีค่าเท่ากับ 0.868

ในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวม ที่มีต่อการให้บริการ งานพิธีการ ศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสেস จำกัด นำมาทำการทดสอบ ได้ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของการวัด มีค่าเท่ากับ 0.702

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด โดยในการเก็บข้อมูลในแต่ละครั้งผู้วิจัยได้มีการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย ตลอดจนลักษณะของแบบสอบถามให้กับประชากรทราบเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน แล้วจึงทำการตอบแบบสอบถาม โดยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการกรอกด้วยตนเอง

4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังต่อไปนี้

- 4.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
- 4.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
- 4.3 การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วจะนำมาทำการบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อทำการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

- ใช้ตารางแจกแจงความถี่ คือ อธิบายลักษณะของข้อมูลในแบบสอบถามในทั้ง 4 ส่วนของแบบสอบถามทั้งหมด
- ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุดแสดงลักษณะการให้บริการและระดับความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจโดยรวม

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

- ใช้สถิติ t-Test เพื่อทดสอบความแตกต่าง ระหว่างประเภทของลูกค้าที่แตกต่าง กัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศและบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน
- ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกันหรือความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อมูล 2 ชุด ได้แก่ พฤติกรรมการใช้บริการ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการ ให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) และ ความ คิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

5.1 สถิติพื้นฐานเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย

5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage of frequency) เป็นการเปรียบเทียบสัดส่วนของข้อมูล โดยใช้สูตร

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

โดยที่	P	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	f	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 39)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตรสำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งใช้ทดสอบสมมติฐานดังนี้

5.2.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t-Test (Independent t-Test)

สถิติ Independent t-Test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549 : 108)

ในการทดสอบ t-Test หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances assumed และถ้าค่าแปรปรวน

ของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่ม ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances not assumed โดยจะทำการทดสอบค่าแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's test

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ $\bar{X}_i$ แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ i ; $i = 1, 2$

S_p แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม

n_i แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ i

S_i^2 แทน ค่าแปรปรวนของตัวอย่างกลุ่มที่ i ; $i = 1, 2$

$$S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ = V

$$V = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right)}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2} \right)}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$\bar{X}_1$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\bar{X}_2$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
S_1^2	แทน ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
S_2^2	แทน ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
n_1	แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
V	แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

5.2.2 ทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย

ของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระกันต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 311-312) โดยใช้สูตรดังนี้

$$r_{xy} = r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
		$\sum X$	แทน ผลรวมของคะแนน X
		$\sum Y$	แทน ผลรวมของคะแนน Y
		$\sum X$	แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
		$\sum Y$	แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
		$\sum XY$	แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่
		n	แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ความหมายของ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 280) ความหมายของ r มีดังนี้

1. ถ้าค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ถ้าค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย
3. ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมี

ความสัมพันธ์กันมาก

4. ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้าค่า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ถ้าค่า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (สากล จริยวิทยานนท์.2542 :508)

- ถ้าค่า r มีค่าอยู่ระหว่าง $0.01 - 0.20$ แสดงว่าตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ต่ำ
- ถ้าค่า r มีค่าอยู่ระหว่าง $0.21 - 0.40$ แสดงว่าตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
- ถ้าค่า r มีค่าอยู่ระหว่าง $0.41 - 0.60$ แสดงว่าตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ปานกลาง
- ถ้าค่า r มีค่าอยู่ระหว่าง $0.61 - 0.80$ แสดงว่าตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง
- ถ้าค่า r มีค่าอยู่ระหว่าง $0.81 - 1.00$ แสดงว่าตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์สูง

ตารางแสดงความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าระดับความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81-1.00	สูงมาก (Very strong)
0.61-0.80	ค่อนข้างสูง (Strong)
0.41-0.60	ปานกลาง (Moderate)
0.21-0.40	ค่อนข้างต่ำ (Weak)
0.01-0.20	ต่ำ (Very weak)

5.2.3 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) โดยดูค่าความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances และจะใช้สถิติวิเคราะห์จากค่าANOVA (F) หรือค่า Brown-Forsythe (B) ใช้สมมุติฐานข้อที่ 1 โดยใช้สูตรดังนี้

5.2.3.1 ตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's Test (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 144) โดยใช้สูตรดังนี้

$$F = \frac{MSTrt}{MSE}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
 MSTrt แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างทรีทเมนต์
 MSE แทน ค่าความแปรปรวนภายในทรีทเมนต์

5.2.3.2 วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA (F) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549 : 114-115) โดยใช้สูตรดังนี้

$$F = \frac{MSB}{MSW}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
 MSB แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
 MSW แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

โดย df หรือ ชั้นแห่งความเป็นอิสระระหว่างกลุ่มเท่ากับ (k-1) และภายในกลุ่ม เท่ากับ (n-k)

ตาราง 1 ตารางการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS = (SS/DF)	F
ระหว่างกลุ่ม	(k-1)	SSB	MSB	MSB/MSW
ภายในกลุ่ม	(n-k)	SSW	MSW	
ผลรวม	(n-1)	SST		

$$\begin{aligned}
\text{โดยที่ } SST &= \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_j} (x_{ij} - \bar{X})^2 \\
SSB &= \sum_{i=1}^k (\bar{x}_i - \bar{X})^2 \\
SSW &= SST - SSB \\
\bar{x}_i &= \text{ค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามในกลุ่มย่อยที่ } i; i = 1, 2, \dots, k \\
\bar{X} &= \text{ค่าเฉลี่ยของข้อมูลทั้งหมด}
\end{aligned}$$

5.2.3.3 วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown-forsythe (B) (Hartung. 2001 : 300) ใช้ในกรณีที่ค่าความแปรปรวนของกลุ่มไม่เท่ากัน โดยใช้สูตรดังนี้

$$\beta = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

โดยค่า $MS_{(W)} = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_j}{N}\right) S_1^2$

เมื่อ	β	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-forsythe
	$MS_{(B)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between group)
	$MS_{(W)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within group) สำหรับ Brown-Forsythe
	K	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวอย่าง
	n_i	แทน	จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ i
	N	แทน	ขนาดของประชากร
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ i

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett T3 (กัลยา วาณิชย์บัญชา.2545: 322-333)

5.2.3.4 วิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ LSD (กัลยา วานิชย์บัญชา.2545 : 322-333) โดยใช้สูตรดังนี้

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่		$n_i \neq n_j$
เมื่อ	LSD	แทน แทนผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j
$t_{1-\alpha/2; n-k}$	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-distribution ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม = n - k
MSE	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_w)
n_i	แทน	จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม i
n_j	แทน	จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม j
α	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

หรือวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (Keppel.1982: 153-155) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\bar{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}}$$

$\bar{d}_D$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test
q_D	แทน	ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test
$MS_{S/A}$	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
S	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การทดสอบสมมติฐาน

1. ลูกค้าที่มีลักษณะต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน
สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Independent T-Test

2. พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Pearson Product Moment Correlation Coefficient
หมายเหตุ : ใช้คำถามข้อที่ 4 ตอนที่ 2 ปริมาณการนำเข้าส่งออกเฉลี่ยต่อครั้ง ในการทดสอบสมมติฐานข้อนี้

3. ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อ การให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
n	แทน	จำนวนลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
Sig.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านต่างๆ ที่มีต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด
- 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยรวม ที่มีต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด
- 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1.1 ลูกค้าประเภททั่วไป (Individual Customer) ประกอบด้วยอาชีพ ของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงเป็นค่าความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) ได้ดังนี้

ตาราง 2 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพของลูกค้าประเภททั่วไป	ความถี่ (ราย)	ร้อยละ
นักท่องเที่ยว	81	40.50
พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง	79	39.50
นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ	30	15.00
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	5.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	200	100.00

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าประเภทลูกค้าทั่วไป ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 200 คน จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคืออาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 และรองลงมามีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

4.1.2 ลูกค้าประเภทธุรกิจ (ลูกค้าประเภท องค์กร / บริษัท / ห้างร้าน) ประกอบด้วยประเภทของธุรกิจ และตำแหน่ง/หน้าที่ของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงเป็นค่าความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) ได้ดังนี้

ตาราง 3 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าประเภทธุรกิจ (ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ ห้างร้าน) ที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามประเภทธุรกิจ และตำแหน่ง/หน้าที่

ประเภทธุรกิจ / ตำแหน่งหน้าที่	ความถี่ (ราย)	ร้อยละ
1. ประเภทธุรกิจ		
โรงแรม / รีสอร์ท	96	48.00
จำหน่ายสินค้า อุปโภค / บริโภค	38	19.00
จำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ / โทรคมนาคม	18	9.00
ธุรกิจการเกษตร	8	4.00
อื่นๆ	40	20.00
รวม	200	100.00
2. ตำแหน่ง/ หน้าที่		
เจ้าหน้าที่ประสานงานด้านการส่งออก - นำเข้า	72	36.00
เจ้าหน้าที่ด้านการเงิน	72	36.00
เจ้าของกิจการ	52	26.00
พนักงานตรวจรับสินค้า - ขนส่งสินค้า	4	2.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	200	100.00

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าประเภทธุรกิจ (ลูกค้าประเภท องค์กร / บริษัท / ห้างร้าน) ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 200 ราย จำแนกตามประเภทของธุรกิจ และตำแหน่ง/หน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้

ประเภทธุรกิจ ลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศและบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทโรงแรม / รีสอร์ท จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาประกอบธุรกิจอื่นๆ จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 และรองลงมาประกอบธุรกิจประเภทจำหน่ายสินค้า อุปโภค/

บริโภค จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.00 และรองลงมาประกอบธุรกิจประเภทจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์/โทรคมนาคม และธุรกิจการเกษตร จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

ตำแหน่ง/หน้าที่ ของลูกค้าประเภทธุรกิจที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ส่วนใหญ่มีตำแหน่ง/หน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ประสานงานด้านการส่งออก – นำเข้า จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.00 เช่นเดียวกับตำแหน่ง/หน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ด้านการเงิน รองลงมามีตำแหน่ง/หน้าที่ เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.00 และรองลงมา มีตำแหน่ง/หน้าที่เป็นพนักงานตรวจรับสินค้า - ขนส่งสินค้าจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ได้แก่ ประเภทของการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของสินค้าที่ใช้บริการ ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ ปริมาณการส่งออก-นำเข้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง และเหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งทางอากาศ

ตาราง 4 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ของประเภทการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ประเภทของการบริการ					
ส่งออก		นำเข้า		บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ	
ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
252	63.00	249	62.25	238	59.50

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้ที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการในแต่ละส่วน ซึ่งได้แก่บริการด้านการส่งออก บริการด้านนำเข้า และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศใกล้เคียงกัน โดยมีการใช้บริการด้านการส่งออกเป็นจำนวน 252 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.00 ใช้บริการด้านนำเข้า เป็นจำนวน 249 ราย คิด

เป็นร้อยละ 62.25 และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ เป็นจำนวน 238 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.50 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

	n	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	$\bar{X}$	S.D.
ความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย (ครั้ง/เดือน)	400	1	22.00	3.58	4.99

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่ในการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) พบว่าจำนวนครั้งในการใช้บริการสูงสุดต่อเดือนเป็น 22 ครั้ง และต่ำสุดเป็น 1 ครั้งต่อเดือน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.99

ตาราง 6 แสดงความถี่และค่าร้อยละของประเภทของสินค้าที่ใช้บริการส่งออก-นำเข้าทางอากาศ ของลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ประเภทของสินค้าที่ใช้บริการ ส่งออก – นำเข้าทางอากาศ	ความถี่ (ราย)	ร้อยละ
เฟอร์นิเจอร์	140	35.00
สินค้าอุปโภคบริโภค	113	28.25
สัตว์เลี้ยง	95	23.75
สินค้าเกษตร ไม่มีชีวิต เช่น พืช ผัก ผลไม้ ดอกไม้ อาหาร ทะเล (ไม่มีชีวิต)	90	22.50
สินค้าเกษตร (มีชีวิต) เช่น อาหารทะเลสด	82	20.50
อื่น ๆ	52	13.00
เครื่องมือแพทย์ / ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์	26	6.50

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทของสินค้าที่ใช้บริการ ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ ของลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า

ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต) พบว่า สินค้าที่ถูกค้าส่วนใหญ่ใช้ บริการส่งออก-นำเข้าทางอากาศได้แก่ เพอร์นิเจอร์ เป็นจำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นจำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.25 สัตว์เลี้ยง เป็นจำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.75 สินค้าเกษตร ไม่มีชีวิต เช่น พืช ผัก ผลไม้ ดอกไม้ อาหารทะเล (ไม่มีชีวิต) เป็นจำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.50 สินค้าเกษตร (มีชีวิต) เช่น อาหารทะเลสด เป็นจำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.50 สินค้าประเภทอื่นๆ เป็นจำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.00 และเครื่องมือแพทย์ / ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์เป็นจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงความถี่และค่าร้อยละของปริมาณการส่งออก-นำเข้าทางอากาศ โดยเฉลี่ยต่อครั้งของ ลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายใน ประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ปริมาณการ ส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้ง (หน่วย : กิโลกรัม)	ความถี่ (ราย)	ร้อยละ
11 – 100 กิโลกรัม	138	34.50
ไม่เกิน 10 กิโลกรัม	111	27.75
101 – 1000 กิโลกรัม	94	23.50
มากกว่า 1000 กิโลกรัม	57	14.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปริมาณการส่งออก-นำเข้าทางอากาศโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต) พบว่า ปริมาณการส่งออก-นำเข้า ทางอากาศโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 11-100 กิโลกรัม เป็นจำนวน 138 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาปริมาณไม่เกิน 10 กิโลกรัม จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.72 ปริมาณ 101-1,000 กิโลกรัม จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และปริมาณ มากกว่า 1,000 กิโลกรัม จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงความถี่และค่าร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ	ความถี่ (ราย)	ร้อยละ
ต้องการความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า	320	80.00
ต้องการความความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า	215	53.75
สะดวก เนื่องจากอยู่ใกล้พื้นที่ให้บริการ	108	27.00
บริการที่ประทับใจและมีคุณภาพ	106	26.50
ราคาเหมาะสม	95	23.75
อื่น ๆ	28	7.00

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) พบว่าเหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ ต้องการความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า เป็นจำนวน 320 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ ต้องการความความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า จำนวน 215 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.75 สะดวก เนื่องจากอยู่ใกล้พื้นที่ให้บริการ จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.00 บริการที่ประทับใจและมีคุณภาพ จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.75 และเหตุผลอื่นๆ จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านต่างๆ ที่มีต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านต่างๆ ประกอบด้วย ความคิดเห็นต่อส่วนการตลาดด้านการให้บริการ (Service) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ให้บริการ (Location) ด้านการสื่อสาร (Communication) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation) ด้านพนักงาน (People) และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ (Productivity & Quality) โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผลข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 9 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อส่วน
 ประสมการตลาดที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และ
 บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในแต่ละด้าน

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการให้บริการ (Service)	3.67	0.789	ดี
ด้านราคา (Price)	3.31	1.055	ปานกลาง
ด้านสถานที่ให้บริการ (Place)	3.99	0.844	ดี
ด้านการสื่อสาร (Communication)	3.55	0.665	ดี
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	3.52	0.565	ดี
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation)	3.32	0.491	ปานกลาง
ด้านพนักงาน (People)	3.35	0.828	ปานกลาง
ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ (Productivity&Quality)	3.29	0.797	ปานกลาง
ผลรวมความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ในแต่ละด้าน	3.47	0.510	ดี

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทาง
 อากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มี
 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.47 และค่า
 เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .510

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านสถานที่ให้บริการ (Place) มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด
 เท่ากับ 3.99 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .844 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี รองลงมาได้แก่ ด้านการ
 ให้บริการ (Service) มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .789 มีความ
 คิดเห็นอยู่ในระดับดี ด้านการสื่อสาร (Communication) มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ค่า
 เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .665 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) มี
 ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .565 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี
 ด้านพนักงาน (People) มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .828 มี
 ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation) มีระดับค่า
 คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .491 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านราคา (Price) มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.055 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ (Productivity & Quality) มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .797 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อส่วน
 ประสมการตลาดที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และ
 บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้านการ
 ให้บริการ (Service)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทาง การตลาดด้านการให้บริการ (Service)	ดีมาก %	ดี %	ปานกลาง %	น้อย %	น้อยมาก %	ระดับความคิดเห็น		
						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความหลากหลายของบริการ (หลายหลาย -> ไม่หลากหลาย)	60 15.00	113 28.25	153 38.25	52 13.00	22 5.50	3.34	1.057	ปานกลาง
เงื่อนไขการให้บริการ (ชัดเจน -> ไม่ชัดเจน)	69 17.25	121 30.25	136 34.00	74 18.50	0 0.00	3.46	0.983	ดี
ช่วงเวลาในการให้บริการ (08.00-20.00 น) (สะดวก -> ไม่สะดวก)	87 21.75	111 27.75	150 37.50	52 13.00	0 0.00	3.58	0.970	ดี
ความรับผิดชอบในการให้บริการ (มาก -> น้อย)	203 50.75	101 25.25	44 11.00	52 13.00	0 0.00	4.14	1.056	ดี
เส้นทางทางการขนส่งสินค้า (ครอบคลุม -> ไม่ครอบคลุม)	137 34.25	123 30.75	88 22	30 7.5	22 5.5	3.81	1.151	ดี
ผลรวมความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการ (Service)						3.67	0.789	ดี

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มีความคิดเห็นในด้านการให้บริการ (Service) โดยรวมอยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.67 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .789

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความรับผิดชอบในการให้บริการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.056 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี รองลงมาได้แก่ เส้นทางทางการขนส่งสินค้า มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.151 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ช่วงเวลาในการให้บริการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ค่าเบี่ยงเบน

มาตรฐานเท่ากับ .970 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี เงื่อนไขการให้บริการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .983 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ความหลากหลายของบริการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.057 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อส่วน
 ประสมการตลาดที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และ
 บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้านราคา
 (Price)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทาง	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	ระดับความคิดเห็น		
การตลาดด้านราคา (Price)	%	%	%	%	%	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความเหมาะสมของอัตราการใช้บริการ	56	126	134	48	36	3.30	1.127	ปานกลาง
(ถูกเกินไป -> แพงเกินไป)	14.00	31.50	33.50	12.00	9.00			
คุณภาพของการบริการคุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่าย	40	172	94	66	28	3.32	1.083	ปานกลาง
(คุ้มค่าอย่างมาก -> ไม่คุ้มค่าอย่าง	10.00	43.00	23.50	16.50	7.00			
มาก)								
ผลรวมความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (Price)						3.31	1.055	ปานกลาง

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มีความคิดเห็นในด้านราคา (Price) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.31 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.055

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คุณภาพของการบริการคุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่าย มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.083 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมของอัตราการใช้บริการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.127 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 12 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อส่วน
 ประสมการตลาดที่ถูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และ
 บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้าน
 สถานที่ให้บริการ (Location)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสม ทางการตลาดด้านสถานที่ ให้บริการ (Location)	ดีมาก %	ดี %	ปานกลาง %	น้อย %	น้อยมาก %	ระดับความคิดเห็น $\bar{X}$	S.D.	แปลผล
สถานที่ตั้งของอาคารสำนักงาน (เข้าถึงง่าย -> เข้าถึงยาก)	122 30.50	146 36.50	108 27.00	24 6.00	0 0.00	3.92	0.900	ดี
ความสะดวกของสถานที่ ให้บริการ / อาคารสำนักงาน (สะดวก -> ไม่สะดวก)	116 29.00	144 36.00	116 29.00	24 6.00	0 0.00	3.88	0.899	ดี
ผลรวมความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ						3.99	0.844	ดี

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทาง
 อากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มี
 ความคิดเห็นในด้านสถานที่ให้บริการ (Location) โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99
 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .844

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สถานที่ตั้งของอาคารสำนักงาน มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด
 เท่ากับ 3.92 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .900 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี รองลงมาได้แก่ ความ
 สะดวกของสถานที่ให้บริการ/อาคารสำนักงาน มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.88 ค่าเบี่ยงเบน
 มาตรฐานเท่ากับ .899 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

ตาราง 13 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อส่วน
 ประสมการตลาดที่ถูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และ
 บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้านการ
 สื่อสาร (Communication)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทาง การตลาดด้านการสื่อสาร (Communication)	ดีมาก %	ดี %	ปาน กลาง %	น้อย %	น้อยมาก %	ระดับความคิดเห็น		
						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/ เสียหายหรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการ ส่งออก-นำเข้าสินค้า	97	120	149	34	0	3.70	0.931	ดี
(รวดเร็ว -> ล่าช้า)	24.25	30.00	37.25	8.50	0.00			
การติดตามสถานะวันส่งออก - นำเข้าสินค้า	99	152	115	34	0	3.79	0.931	ดี
(รวดเร็ว -> ล่าช้า)	24.75	38.00	28.75	8.50	0.00			
ความสะดวกในการติดต่อทาง โทรศัพท์	108	224	68	0	0	4.10	0.657	ดี
(สะดวก -> ไม่สะดวก)	27.00	56.00	17.00	0.00	0.00			
ความสะดวกในการติดต่อทาง E-mail หรือ Internet	34	58	95	149	64	2.62	1.165	ปานกลาง
(สะดวก -> ไม่สะดวก)	8.50	14.50	23.75	37.25	16.00			
ผลรวมความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสื่อสาร						3.55	0.665	ดี

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทาง
 อากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มี
 ความคิดเห็นในด้านการสื่อสาร (Communication) โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.55
 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .665

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ มีระดับค่าคะแนน
 เฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .657 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี รองลงมา
 ได้แก่ การติดตามสถานะวันส่งออก - นำเข้าสินค้า มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ค่าเบี่ยงเบน
 มาตรฐานเท่ากับ .931 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายหรือ
 เกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งออก-นำเข้าสินค้า มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 เท่ากับ .931 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ความสะดวกในการติดต่อทาง E-mail หรือ Internet มีระดับ

ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.165 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อส่วน
 ประสมการตลาดที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และ
 บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้าน
 กระบวนการให้บริการ (Process)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทาง การตลาดด้านการให้บริการ (Process)	ดีมาก	ดี	ปาน กลาง	น้อย	น้อยมาก	ระดับความคิดเห็น		
	%	%	%	%	%	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ขั้นตอนการให้บริการ	51	165	115	35	34	3.41	1.089	ดี
(รวดเร็ว -> ล่าช้า)	12.75	41.25	28.75	8.75	8.50			
ความปลอดภัยของสินค้าระหว่าง กระบวนการขนส่ง	74	207	119	0	0	3.89	0.686	ดี
(ปลอดภัย -> ไม่ปลอดภัย)	18.50	51.75	29.75	0.00	0.00			
การเตรียมเอกสารประกอบการผ่าน พิธีการศุลกากร	48	125	135	71	21	3.27	1.054	ดี
(รวดเร็ว -> ล่าช้า)	12.00	31.25	33.75	17.75	5.25			
วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ค่าบริการ	79	132	123	56	10	3.53	1.038	ดี
(สะดวก -> ไม่สะดวก)	19.75	33.00	30.75	14.00	2.50			
ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียก เก็บค่าบริการ	72	122	157	28	21	3.49	1.033	ดี
(เร็วมาก -> ช้ามาก)	18.00	30.50	39.25	7.00	5.25			
ความผิดพลาดของการเรียกเก็บ ค่าบริการ	63	183	85	39	30	3.53	1.101	ดี
(ไม่มีข้อผิดพลาด -> มีข้อผิดพลาด)	15.75	45.75	21.25	9.75	7.50			
ผลรวมความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการ						3.52	0.565	ดี

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทาง
 อากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มี

ความคิดเห็นในด้านกระบวนการให้บริการ (Process) โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .565

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความปลอดภัยของสินค้าระหว่างกระบวนการขนส่ง มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.89 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .686 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี รองลงมาได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บค่าบริการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.038 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ความผิดพลาดของการเรียกเก็บค่าบริการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.101 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บค่าบริการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.033 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ขั้นตอนการให้บริการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.089 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.054 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อส่วน
 ประสมการตลาดที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และ
 บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้าน
 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทาง การตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation)	ดีมาก %	ดี %	ปาน กลาง %	น้อย %	น้อยมาก %	ระดับความคิดเห็น		
						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความเพียงพอของอุปกรณ์และ เครื่องมือ	24	164	157	55	0	3.39	0.797	ปานกลาง
(เพียงพอ -> ไม่เพียงพอ)	6.00	41.00	39.25	13.75	0.00			
การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการ ให้บริการ	9	107	208	76	0	3.12	0.731	ปานกลาง
(มาก -> น้อย)	2.25	26.75	52.00	19.00	0.00			
ความสะอาดเรียบร้อยของอาคาร สำนักงาน	10	156	156	78	0	3.25	0.792	ปานกลาง
(สะอาด -> ไม่สะอาด)	2.50	39.00	39.00	19.50	0.00			
สถานที่รองรับลูกค้าภายในอาคาร สำนักงาน	25	86	171	117	1	3.04	0.876	ปานกลาง
(เพียงพอ -> ไม่เพียงพอ)	6.25	21.50	42.75	29.25	0.25			
บริเวณที่จอดรถเพื่อติดต่อบริการ ต่างๆ	71	190	131	8	0	3.81	0.742	ดี
(สะดวก -> ไม่สะดวก)	17.75	47.50	32.75	2.00	0.00			
ผลรวมความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ						3.32	0.491	ปานกลาง

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทาง
 อากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มี
 ความคิดเห็นในด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง
 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .491

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บริเวณที่จอดรถเพื่อติดต่อบริการต่างๆ มีระดับค่าคะแนน
 เฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.81 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .742 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี รองลงมา
 ได้แก่ ความเพียงพอของอุปกรณ์และเครื่องมือ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ค่าเบี่ยงเบน
 มาตรฐานเท่ากับ .797 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ความสะอาดเรียบร้อยของอาคาร

สำนักงาน มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .792 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการให้บริการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .731 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง สถานที่รองรับลูกค้าภายในอาคารสำนักงาน มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .876 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อส่วน
 ประสมการตลาดที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และ
 บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้าน
 พนักงาน (People)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทาง การตลาดด้านพนักงาน (People)	ดีมาก %	ดี %	ปานกลาง %	น้อย %	น้อยมาก %	ระดับความคิดเห็น		
						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
กิจกรรมารยาทของพนักงาน (สุภาพ -> ไม่สุภาพ)	47	131	126	76	20	3.27	1.056	ปานกลาง
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ (มาก -> น้อย)	44	118	166	61	11	3.31	0.951	ปานกลาง
ความรู้และความชำนาญของ พนักงานด้านการดำเนินพิธีการ ศุลกากร ส่งออก - นำเข้า (มาก -> น้อย)	35	151	158	56	0	3.41	0.836	ดี
ความรับผิดชอบของพนักงานใน งานพิธีการศุลกากรและการจัดส่ง สินค้า (สูง -> ต่ำ)	45	110	174	61	10	3.30	0.944	ปานกลาง
มนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่มีต่อ ลูกค้าที่ติดต่อขอรับบริการงานพิธี การศุลกากร (ยิ้มแย้ม -> ไม่ยิ้มแย้ม)	59	127	158	56	0	3.47	0.909	ดี
ผลรวมความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงาน (People)						3.35	0.828	ปานกลาง

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มีความคิดเห็นในด้านพนักงาน (People) โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .828

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานที่มีต่อลูกค้าที่ติดต่อขอรับบริการงานพิธีการศุลกากร มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .909 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี รองลงมาได้แก่ ความรู้และความชำนาญของพนักงานด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร ส่งออก – นำเข้า มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .836 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .951 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ความรับผิดชอบของพนักงานในงานพิธีการศุลกากรและการจัดส่งสินค้า มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .944 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง กิริยามารยาทของพนักงาน มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.056 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อส่วน
 ประสมการตลาดที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และ
 บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในด้าน
 ประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ (Productivity & Quality)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทาง การตลาดด้านประสิทธิภาพและ คุณภาพการให้บริการ (Productivity & Quality)	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	ระดับความคิดเห็น		
	%	%	%	%	%	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความสามารถในการผ่านพิธีการ ศุลกากร	30	163	111	76	20	3.27	1.014	ปานกลาง
(รวดเร็ว -> ล่าช้า)	7.50	40.75	27.75	19.00	5.00			
ความถูกต้องในการกำหนดพิกัดอัตรา ภาษี และการขอใช้สิทธิประโยชน์	37	126	166	61	10	3.30	0.923	ปานกลาง
(ถูกต้อง -> ไม่ถูกต้อง)	9.25	31.50	41.50	15.25	2.50			
ความตรงต่อเวลาในการรับ - ส่งสินค้า	18	167	158	56	1	3.36	0.786	ปานกลาง
(ตรงต่อเวลา -> ไม่ตรงต่อเวลา)	4.50	41.75	39.50	14.00	0.25			
ความสามารถในการแก้ปัญหา	29	125	175	61	10	3.26	0.890	ปานกลาง
(มาก -> น้อย)	7.25	31.25	43.75	15.25	2.50			
ผลรวมความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน ประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ						3.29	0.797	ปานกลาง

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทาง
 อากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มี
 ความคิดเห็นในด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ (Productivity & Quality) โดยรวมอยู่ใน
 ระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .797

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความตรงต่อเวลาในการรับ - ส่งสินค้า มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ย
 สูงสุด เท่ากับ 3.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .786 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา
 ได้แก่ ความถูกต้องในการกำหนดพิกัดอัตราภาษี และการขอใช้สิทธิประโยชน์ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ย
 เท่ากับ 3.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .923 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ความสามารถในการ
 ผ่านพิธีการศุลกากร มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.014 มี
 ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ความสามารถในการแก้ปัญหา มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.26
 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .890 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ งานพิธีการ ศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ โดยแจกแจง
ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผลข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจโดยรวม
ของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า
ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ความพึงพอใจโดยรวม	พึงพอใจ อย่างมาก	พึงพอใจ เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ อย่างมาก	ระดับความพึงพอใจ			แปลผล
	%	%	%	%	%	$\bar{X}$	S.D.	
คุณภาพการให้บริการเทียบกับความ คาดหวัง	28	130	162	80	0	3.27	0.858	เฉยๆ
(ต่ำกว่าที่คาดหวังเอาไว้ -> มากกว่าที่ คาดหวังเอาไว้)	7.00	32.50	40.50	20.00	0.00			
การตอบสนองความต้องการ	48	161	169	22	0	3.59	0.771	พอใจ
(ตอบสนองความต้องการได้มาก -> ตอบสนองความต้องการได้น้อย)	12.00	40.25	42.25	5.50	0.00			
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการ ให้บริการงานพิธีการศุลกากรส่งออก- นำเข้า	59	175	134	32	0	3.65	0.827	พอใจ
(พอใจอย่างมาก -> ไม่พอใจอย่างมาก)	14.75	43.75	33.50	8.00	0.00			
ความคุ้มค่าในการให้บริการงานพิธีการ ศุลกากร ส่งออก - นำเข้า	77	176	147	0	0	3.83	0.728	พอใจ
(คุ้มค่าอย่างมาก -> ไม่คุ้มค่าอย่างมาก)	19.25	44.00	36.75	0.00	0.00			
ผลรวมความพึงพอใจโดยรวม						3.58	0.599	พอใจ

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการ
ศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค

เซอร์วิส เซล จำกัด (จ.ภูเก็ต) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .599

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคุ้มค่าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้า มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.83 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .728 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .827 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ การการตอบสนองของความต้องการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .771 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ คุณภาพการให้บริการเทียบกับความคาดหวัง มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .858 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ ตามลำดับ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลูกค้ายที่มีลักษณะต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้อที่ 1 แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ลูกค้าประเภททั่วไปและลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าประเภททั่วไปและลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าประเภททั่วไปและลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

การทดสอบทางสถิติเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยของลูกค้า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน มี 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การตรวจสอบค่าความแปรปรวนของ 2 กลุ่มตัวอย่างว่าเท่ากันหรือไม่ ด้วยสถิติทดสอบ Levene's Test for Equality of Variances ซึ่งการวิเคราะห์จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 เมื่อค่า Sig. 2-tailed น้อยกว่า 0.05

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ของลูกค้าประเภททั่วไปและลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ของลูกค้าประเภททั่วไปและลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน แตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามลักษณะของลูกค้า (ลูกค้าประเภททั่วไป และ ลูกค้าประเภทธุรกิจ)

ความพึงพอใจโดยรวม			Levene's Test of Equality of Variances		Test for Equality of Means	
ต่อการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	t	Sig.(2 tailed)
ลูกค้าประเภททั่วไป	3.66	0.871	2.473	0.117	0.121	0.904
ลูกค้าประเภท องค์การ / บริษัท / ห้างร้าน	3.65	0.781				

จากตาราง 19 ซึ่งแสดงการทดสอบเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามลักษณะของลูกค้า (ลูกค้าประเภททั่วไป และ ลูกค้าประเภทธุรกิจ) ในการทดสอบ Levene's Test of Equality of Variances พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.117 ซึ่งมากกว่า .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ของลูกค้าประเภททั่วไปและลูกค้าประเภทองค์การ/บริษัท/ห้างร้าน ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

ขั้นที่ 2 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยของลูกค้า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติทดสอบ Independent Sample t-Test ซึ่งจากขั้นตอนที่ 1 ยอมรับสมมติฐานรอง H_1 นั่นคือต้องใช้ค่าสถิติทดสอบ t แบบที่มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน (Equal Variance not assumed) และการทดสอบสมมติฐานระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อค่า Sig. 2-tailed มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 20

ตาราง 20 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามลักษณะของลูกค้า (ลูกค้าประเภททั่วไป และ ลูกค้าประเภทธุรกิจ)

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	t-Test for Equality of Means	
			t	Sig.(2 tailed)
ลูกค้าประเภททั่วไป	3.66	0.871	0.121	0.904
ลูกค้าประเภท องค์กร / บริษัท / ห้างร้าน	3.65	0.781		

จากตาราง 20 ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามลักษณะของลูกค้า (ลูกค้าประเภททั่วไป และ ลูกค้าประเภทธุรกิจ) ในการทดสอบ Independent t-test (Test of Equality of Means) พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.904 ซึ่งมากกว่า .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลูกค้าประเภททั่วไปและลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 ลูกค้าทั่วไปซึ่งที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าทั่วไปซึ่งที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าทั่วไปซึ่งที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้สถิติทดสอบ Dunnett T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวอย่างว่าเท่ากันหรือไม่ ด้วยสถิติทดสอบ Levene's Test for Equality of Variances ซึ่งการวิเคราะห์จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 เมื่อค่า Sig. 2-tailed น้อยกว่า 0.05

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามอาชีพของลูกค้าประเภททั่วไป

ประเด็นพิจารณา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	6.964**	3	196	0.000

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 21 ซึ่งแสดงการทดสอบเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามอาชีพของลูกค้า

ประเภททั่วไป ในการทดสอบ Levene's Test of Equality of Variances พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_1 หมายความว่า ลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความแปรปรวนของความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ดังนั้นในขั้นที่ 2 การทดสอบสมมติฐานว่าลูกค้าทั่วไปซึ่งที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน จึงต้องใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ขั้นที่ 2 การทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันของลูกค้าประเภททั่วไป กับ คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อค่า Sig. 2-tailed มีค่าน้อยกว่า .05

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

ตาราง 22 แสดงการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) เป็นรายคู่ในแต่ละอาชีพของลูกค้าประเภททั่วไป โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

ประเด็นพิจารณา	Statistic (a)	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	10.754**	3	97.673	0.000

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 22 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท

สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามอาชีพ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_1 หมายความว่า ลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นเพื่อให้ทราบว่าอาชีพใดบ้างที่มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันจึงทำการทดสอบการเปรียบเทียบเชิงซ้อนในขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

ขั้นที่ 3 การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) เพื่อตรวจสอบรายคู่ว่ามีอาชีพใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย โดยใช้สถิติทดสอบ Dunnett T3 ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อค่า Sig. 2-tailed มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 23 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของอาชีพและคะแนนความพึงพอใจของลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามอาชีพของลูกค้าประเภททั่วไป โดยใช้วิธี Dunnett T3

อาชีพ	$\bar{X}$	พนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง	นักธุรกิจ/ เจ้าของกิจการ	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	นักท่องเที่ยว
พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง	4.03	-	.692** (.000)	0.125 (.648)	.630** (.000)
นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ	3.33		-	0.567 (.059)	0.062 (.724)
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.90			-	0.505 (.067)
นักท่องเที่ยว	3.40				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามอาชีพของลูกค้าประเภททั่วไป พบว่าลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพ

พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ และอาชีพนักท่องเที่ยว

ลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีผลต่างเท่ากับ .692

ลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพนักท่องเที่ยว โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างเท่ากับ .630

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1.3 ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีประเภทธุรกิจที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีประเภทธุรกิจที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีประเภทธุรกิจที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่ต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบ

เชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้สถิติทดสอบ Dunnett T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวอย่างว่าเท่ากันหรือไม่ ด้วยสถิติทดสอบ Levene's Test for Equality of Variances ซึ่งการวิเคราะห์จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 เมื่อค่า Sig. 2-tailed น้อยกว่า 0.05

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีประเภทรูทกิจที่แตกต่างกัน มีความแปรปรวนของความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีประเภทรูทกิจที่แตกต่างกัน มีความแปรปรวนของความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามประเภทรูทกิจของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน

ประเด็นพิจารณา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	23.137**	4	195	0.000

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 24 ซึ่งแสดงการทดสอบเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามประเภทรูทกิจของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน ในการทดสอบ Levene's Test of Equality of Variances พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_1 หมายความว่า ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีประเภทรูทกิจที่แตกต่างกัน มีความแปรปรวนของความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้า

ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ดังนั้นในขั้นที่ 2 การทดสอบสมมติฐานว่าลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีประเภทรูทกิจที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน จึงต้องใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ขั้นที่ 2 การทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างประเภทรูทกิจที่แตกต่างกันของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน กับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อค่า Sig. 2-tailed มีค่าน้อยกว่า .05

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีประเภทรูทกิจที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีประเภทรูทกิจที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) เป็นรายคู่ในแต่ละประเภทรูทกิจของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

ประเด็นพิจารณา	Statistic (a)	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	4.452**	4	95.654	0.003

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 25 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามประเภทรูทกิจของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภท

องค์กร/บริษัท/ห้างร้าน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_1 หมายความว่า ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีประเภทธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นเพื่อให้ทราบว่าธุรกิจประเภทใดบ้างที่มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันจึงทำการทดสอบการเปรียบเทียบเชิงซ้อนในขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

ขั้นที่ 3 การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) เพื่อตรวจสอบรายคู่ว่ามีประเภทธุรกิจใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย โดยใช้สถิติทดสอบ Dunnett T3 ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อค่า Sig. 2-tailed มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 26 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของประเภทธุรกิจและคะแนนความพึงพอใจของลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามประเภทธุรกิจของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน โดยใช้วิธี Dunnett T3

อาชีพ	$\bar{X}$	ธุรกิจ การเกษตร	ธุรกิจจำหน่าย อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์/ โทรคมนาคม-	ธุรกิจโรงแรม / รีสอร์ท	ธุรกิจจำหน่าย สินค้า อุปโภค / บริโภค	ธุรกิจอื่นๆ
ธุรกิจการเกษตร	3.50	-	0.278 (.392)	0.063 (.824)	0.447 (.133)	0.300 (.310)
ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์/โทรคมนาคม-	3.22		-	0.340 (.083)	.725* (.001)	.578* (.008)
ธุรกิจโรงแรม / รีสอร์ท	3.56			-	.385 (.009)	0.238 (.099)
ธุรกิจจำหน่ายสินค้า- อุปโภค / บริโภค	3.95				-	0.147 (.394)
ธุรกิจอื่นๆ	3.80					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามประเภทธุรกิจของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน พบว่าลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน ที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค และธุรกิจอื่นๆ ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่ประกอบธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค

ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน ที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างเท่ากับ .725

ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน ที่ประกอบธุรกิจอื่นๆ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างเท่ากับ .578

ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่ประกอบธุรกิจโรงแรม/รีสอร์ท มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน ที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างเท่ากับ .385

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1.4 ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้สถิติทดสอบ Dunnett T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวอย่างว่าเท่ากันหรือไม่ ด้วยสถิติทดสอบ Levene's Test for Equality of Variances ซึ่งการวิเคราะห์จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 เมื่อค่า Sig. 2-tailed น้อยกว่า 0.05

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

ตาราง 27 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ของลูกค้าประเภท ลูกค้ำประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน

ประเด็นพิจารณา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	3.128*	3	196	0.027

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 ซึ่งแสดงการทดสอบเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ของลูกค้าประเภทลูกค้ำประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน ในการทดสอบ Levene's Test of Equality of Variances พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_1 หมายความว่า ลูกค้ำประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีความแปรปรวนของความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นในขั้นที่ 2 การทดสอบสมมติฐานว่าลูกค้ำประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน จึงต้องใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ขั้นที่ 2 การทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกันของลูกค้าประเภทลูกค้ำประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน กับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อค่า Sig. 2-tailed มีค่าน้อยกว่า .05

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

ตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) เป็นรายคู่ในแต่ละตำแหน่งหน้าที่ของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

ประเด็นพิจารณา	Statistic (a)	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	21.887**	3	58.423	0.000

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 28 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_1 หมายความว่า ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นเพื่อให้ทราบว่าตำแหน่งหน้าที่ของลูกค้าคู่ใดบ้างที่มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบการเปรียบเทียบเชิงซ้อนในขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

ขั้นที่ 3 การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) เพื่อตรวจสอบรายคู่ว่ามีตำแหน่งหน้าที่ใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย โดยใช้สถิติทดสอบ Dunnett T3 ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อค่า Sig. 2-tailed มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของตำแหน่งหน้าที่ของลูกค้าและคะแนนความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน โดยใช้วิธี Dunnett T3

อาชีพ	$\bar{X}$	เจ้าหน้าที่ ประสานงานด้าน การส่งออก - นำเข้า	พนักงานตรวจรับ สินค้า - ขนส่งสินค้า	เจ้าหน้าที่ด้าน การเงิน	เจ้าของกิจการ
เจ้าหน้าที่ประสานงาน	3.86	-	0.111	0.694*	0.139
ด้านการส่งออก - นำเข้า			(.757)	(.000)	(.275)
พนักงานตรวจรับ- สินค้า - ขนส่งสินค้า	3.75		-	0.583	0.250
				(.105)	(.491)
เจ้าหน้าที่ด้านการเงิน	3.17			-	0.833*
					(.000)
เจ้าของกิจการ	4.00				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ของลูกค้าประเภทลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน พบว่าลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานด้านการส่งออก-นำเข้า มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน ที่มีตำแหน่งหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ด้านการเงิน และ ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่มีตำแหน่งหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ด้านการเงิน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่มีตำแหน่งหน้าที่เป็นเจ้าของกิจการ

ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานด้านการส่งออก-นำเข้า มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน ที่มีตำแหน่งหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ด้านการเงิน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างเท่ากับ .694

ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่มีตำแหน่งหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ด้านการเงิน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่มีตำแหน่งหน้าที่เป็นเจ้าของกิจการ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างเท่ากับ .833

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

จากสมมติฐานข้อที่ 2 แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่

H_1 : ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่

ตาราง 30 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความถี่ในการใช้บริการ กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ความถี่ในการใช้บริการ	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	0.550	0.271	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนอง	0.226**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	0.126*	0.011	มีความสัมพันธ์ต่ำในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการ	0.010	0.839	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจโดยรวม	0.138**	0.006	มีความสัมพันธ์ต่ำในทิศทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการ กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ความถี่ในการใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .138 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทาง

เดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่สูงขึ้นด้วยเล็กน้อย ซึ่งสามารถวิเคราะห์เป็นรายด้านได้ดังนี้

ความถี่ในการใช้บริการของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความถี่ในการใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .226 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองสูงขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่สูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความถี่ในการใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศและบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .126 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมด้านบริการสูงขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่สูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความถี่ในการใช้บริการของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2 ปริมาณการส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปริมาณการส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

H_1 : ปริมาณการส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ตาราง 31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างปริมาณการส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้ง กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้ามีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้ง	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ เทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	0.223**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนอง	0.215**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	0.128*	0.011	มีความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการ	0.277**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวม	0.264**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 31 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้ง กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปริมาณการส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .264 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้งสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย ซึ่งสามารถวิเคราะห์เป็นรายด้านได้ดังนี้

ปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .223 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังสูงขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้งสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .215 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการสูงขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้งสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศและบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .128 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการสูงขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้งสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศและบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .277 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการสูงขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้งสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

สมมติฐานข้อที่ 3 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

จากสมมติฐานข้อที่ 3 แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

H_1 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ตาราง 32 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการ กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศและบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการ	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	0.189**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนอง	0.265**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	0.158**	0.002	มีความสัมพันธ์ต่ำในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการ	-0.017	0.732	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจโดยรวม	0.201**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการ กับ ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .201 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการสูงขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย ซึ่งสามารถวิเคราะห์เป็นรายด้านได้ดังนี้

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .189 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการสูงขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .265 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการสูงขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .158 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการสูงขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 3.2 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

H_1 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ตาราง 33 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านราคา กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านราคา	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ เทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	-0.020	0.685	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนอง	-.135**	0.007	มีความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางตรงกันข้าม
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	-0.037	0.460	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการ	-.239**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ ในทิศทางตรงกันข้าม
ความพึงพอใจโดยรวม	-.135**	0.007	มีความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางตรงกันข้าม

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านราคา กับ ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการ

ศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.135 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาสูงขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมลดลงเล็กน้อย ซึ่งสามารถวิเคราะห์เป็นรายด้านได้ดังนี้

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.135 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาสูงขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการลดลง

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทาง

อากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.239 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาสูงขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการลดลงเล็กน้อย

สมมติฐานที่ 3.3 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

H_1 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ตาราง 34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ให้บริการ	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ เทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	-0.032	0.529	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนอง	-.181**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางตรงกันข้าม
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	-0.001	0.986	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการ	-.245**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ ในทิศทางตรงกันข้าม
ความพึงพอใจโดยรวม	-.141**	0.005	มีความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางตรงกันข้าม

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ กับ ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.141 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ใน

ระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านสถานที่ให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ซึ่งสามารถวิเคราะห์เป็นรายด้านได้ดังนี้

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.181 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดสถานที่ให้บริการสูงขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการลดลงเพียงเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านสถานที่ให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.245 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดสถานที่ให้บริการสูงขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการลดลงเพียงเล็กน้อย

สมมติฐานที่ 3.4 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการสื่อสารไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

H_1 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ตาราง 35 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการสื่อสาร กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการสื่อสาร	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	-0.143**	0.004	มีความสัมพันธ์ต่ำในทิศทางตรงกันข้าม
ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนอง	.210**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	.161**	0.001	มีความสัมพันธ์ต่ำในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการ	.222**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวม	.139**	0.005	มีความสัมพันธ์ต่ำในทิศทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสื่อสาร กับ ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .139 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสื่อสารสูงขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย ซึ่งสามารถวิเคราะห์เป็นรายด้านได้ดังนี้

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.143 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสื่อสารสูงขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังลดลงเพียงเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .210 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสื่อสารสูงขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .161 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการสื่อสารสูงขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .222 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการสื่อสารสูงขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

สมมติฐานที่ 3.5 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

H_1 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ตาราง 36 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ เทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	-0.089	0.075	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนอง	-.020	0.693	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	.075	0.137	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการ	.042	0.404	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจโดยรวม	.001	0.979	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง 36 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ กับ ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมพันธ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสามารถวิเคราะห์เป็นรายด้านได้ดังนี้

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 3.6 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

H_1 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ตาราง 37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ เทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	0.076	0.128	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนอง	0.197**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	0.146**	0.003	มีความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการ	.068	0.172	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจโดยรวม	.162**	0.001	มีความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ กับ ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมพันธ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ แลบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .162 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพสูงขึ้น ก็จะมีการพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย ซึ่งสามารถวิเคราะห์เป็นรายด้านได้

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซล จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซล จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .197 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพสูงขึ้น ก็จะมีการพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซล จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .146 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพสูงขึ้น ก็จะมีการพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซล จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 3.7 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านพนักงานไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

H_1 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ตาราง 38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงาน กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านพนักงาน	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ เทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	0.057	0.259	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนอง	0.333**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	0.205**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการ	0.108*	0.030	มีความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวม	.229**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงาน กับ ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .229 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานสูงขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย ซึ่งสามารถวิเคราะห์เป็นรายด้านได้

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .333 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานสูงขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .205 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับ

ค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานสูงขึ้น ก็มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .108 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานสูงขึ้น ก็มีความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

สมมติฐานที่ 3.8 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

H_1 : ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ตาราง 39 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ เทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	0.018	0.720	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนอง	0.294**	0.000	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ	0.119*	0.017	มีความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการ	0.039	0.442	ไม่มีความสัมพันธ์
ความพึงพอใจโดยรวม	.152**	0.002	มีความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ กับ ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการ

จัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .152 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการสูงขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย ซึ่งสามารถวิเคราะห์เป็นรายด้านได้

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .294 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการสูงขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .119 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อลูกค้าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการสูงขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 40 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานข้อที่ 1 ลูกค้าที่มีลักษณะต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน		
สมมติฐานที่ 1.1 ลูกค้าประเภททั่วไปและลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	t-test
สมมติฐานที่ 1.2 ลูกค้าทั่วไปซึ่งที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.3 ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีประเภทธุรกิจที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.4 ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	One-Way ANOVA

ตาราง 40 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)		
สมมติฐานที่ 2.1 ความถี่ในการใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Pearson Correlation
สมมติฐานที่ 2.2 ปริมาณการส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Pearson Correlation

ตาราง 40 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานข้อที่ 3 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)		
สมมติฐานที่ 3.1 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Pearson Correlation
สมมติฐานที่ 3.2 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Pearson Correlation
สมมติฐานที่ 3.3 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Pearson Correlation
สมมติฐานที่ 3.4 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้	Pearson Correlation

ตาราง 40 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 3.5 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Pearson Correlation
สมมติฐานที่ 3.6 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Pearson Correlation
สมมติฐานที่ 3.7 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Pearson Correlation
สมมติฐานที่ 3.8 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า ทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Pearson Correlation

บทที่ 5

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ระหว่างเดือน มกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2551

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายของการวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่ใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
2. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ปรับแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันกับธุรกิจประเภทเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งสามารถนำข้อมูลความพึงพอใจ

ของลูกค้าในด้านต่างๆ อันได้แก่ ด้านการให้บริการ, ด้านราคา, ด้านสถานที่ให้บริการ, ด้านการสื่อสาร, ด้านกระบวนการให้บริการ, ด้านลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ, ด้านการให้บริการของพนักงาน, ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและการบริการให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ดังรายละเอียดดังนี้

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)
2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากประชากรที่ใช้ในการศึกษาโดยผู้ทำการวิจัย ซึ่งสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ในช่วงเดือน มกราคม – มีนาคม

การสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างของการทำวิจัยในครั้งนี้ เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1. ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า
 - 1.1 อาชีพ (สำหรับลูกค้าทั่วไป)
 - 1.2 ประเภทธุรกิจ (สำหรับลูกค้าประเภท องค์กร / บริษัท / ห้างร้าน)
 - 1.3 ตำแหน่ง / หน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม(สำหรับลูกค้าประเภท องค์กร/บริษัท/ห้างร้าน)
2. พฤติกรรมการใช้บริการ
 - 2.1 ประเภทของการใช้บริการ

2.2 ความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย (ครั้ง / เดือน)

2.3 ประเภทของสินค้าที่ใช้บริการ ส่งออก – นำเข้า ทางอากาศ

3. ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด

3.1 ด้านการให้บริการ (Service)

3.2 ด้านราคา (Price)

3.3 ด้านสถานที่ให้บริการ (Place)

3.4 ด้านการสื่อสาร (Communication)

3.5 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

3.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation)

3.7 ด้านพนักงาน (People)

3.8 ด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพ การให้บริการ (Productivity & Quality)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยออกแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้าและสร้างขึ้นเอง รวมทั้งมีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และศึกษาจากการให้คำนิยาม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามสำหรับข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ ของลูกค้าที่ใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ได้แก่ ด้าน การให้บริการ (Service), ด้านราคา (Price), ด้านสถานที่ให้บริการ (Location), ด้านการสื่อสาร (Communication), ด้านกระบวนการ

ให้บริการ (Process) , ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation) และ ด้านพนักงาน (People)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่ใช้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้อำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วจะนำมาทำการบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อทำการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
 - ใช้ตารางแจกแจงความถี่ คือ อธิบายลักษณะของข้อมูลในแบบสอบถามในทั้ง 4 ส่วนของแบบสอบถามทั้งหมด
 - ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุดแสดงลักษณะการใช้บริการและระดับความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจโดยรวม
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)
 - ใช้สถิติ t-Test เพื่อทดสอบความแตกต่าง ระหว่างประเภทของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

- การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้ทดสอบ
- ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกันหรือความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด ได้แก่ พฤติกรรมการใช้บริการ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศและบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) และ ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ได้ผลสรุปดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่พบว่า จากลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ราย แบ่งเป็นลูกค้าทั่วไป 200 ราย และลูกค้าประเภทธุรกิจ (องค์กร/บริษัท/ห้างร้าน) จำนวน 200 ราย สำหรับลูกค้าทั่วไปส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 81 รายและพนักงานบริษัทจำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.50 และ ร้อยละ 39.50 ตามลำดับ ส่วนลูกค้าประเภทธุรกิจ (องค์กร/บริษัท/ห้างร้าน) ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภท โรงแรม/รีสอร์ท จำนวน 96 ราย และจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 48 และ ร้อยละ 20 ตามลำดับ และผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ประสานงานด้านการส่งออก-นำเข้า และเจ้าหน้าที่การเงินจำนวน 72 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 36

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

ด้านประเภทการให้บริการ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการทั้งการส่งออก นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าในประเทศในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือใช้บริการส่งออกจำนวน 252 ราย ใช้

บริการนำเข้า 249 รายและให้บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศจำนวน 238 ราย คิดเป็นร้อยละ 63, ร้อยละ 62.5 และร้อยละ 59.5 ตามลำดับ

ด้านความถี่ในการใช้บริการ พบว่าลูกค้ามีความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 3.58 ครั้งต่อเดือน ซึ่งโดยส่วนใหญ่ประเภทของสินค้าที่ใช้บริการส่งออก-นำเข้า ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ คิดเป็นร้อยละ 53 สินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 28.25 สัตว์เลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 23.75 และสินค้าเกษตร (ไม่มีชีวิต) เช่น พืช ผัก ผลไม้ ดอกไม้ อาหารทะเล คิดเป็นร้อยละ 22.5 และสินค้าเกษตรมีชีวิต เช่นอาหารทะเลสด คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตามลำดับ

ด้านปริมาณการส่งออก-นำเข้าในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 11 – 100 กิโลกรัม เป็นจำนวน 138 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาปริมาณไม่เกิน 10 กิโลกรัม จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.72 ปริมาณ 101 – 1000 กิโลกรัม จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และปริมาณมากกว่า 1000 กิโลกรัม จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 ตามลำดับ

ด้านเหตุผลที่เลือกใช้บริการ พบว่าเหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ ต้องการความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า เป็นจำนวน 320 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ ต้องการความความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า จำนวน 215 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.75 สะดวกเนื่องจากอยู่ใกล้พื้นที่ให้บริการ จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.00 บริการที่ประทับใจและมีคุณภาพ จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.75 และเหตุผลอื่น จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ข้อมูลความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.47 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .510 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในระดับดี ในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านสถานที่ให้บริการ (Place) โดยมีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาได้แก่ ด้านการให้บริการ (Service) ด้านการสื่อสาร (Communication) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในระดับปานกลาง ในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านพนักงาน (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation) ด้านราคา (Price) ด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพ การให้บริการ (Productivity & Quality) ตามลำดับ

ข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มาใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.

ภูเก็ต) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .599 โดยพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านความคุ้มค่ามากที่สุดโดยมีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.83 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .728 รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .827 รองลงมาได้แก่การการตอบสนองความต้องการ มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .771 ตามลำดับ และลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ ด้านคุณภาพการให้บริการ เทียบกับความคาดหวัง โดยมีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .858

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลูกค้าที่มีลักษณะต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ลูกค้าประเภททั่วไปและลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าประเภททั่วไปและลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ลูกค้าทั่วไปซึ่งที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า พบว่าลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภททั่วไปที่มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ และอาชีพนักท่องเที่ยว ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

สมมติฐานที่ 1.3 ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีประเภทธุรกิจที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน ที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค และธุรกิจอื่นๆ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่ประกอบธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1.4 ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานด้านการส่งออก-นำเข้า มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน ที่มีตำแหน่งหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ด้านการเงิน และลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่มีตำแหน่งหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ด้านการเงิน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างจากลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้านที่มีตำแหน่งหน้าที่เป็นเจ้าของกิจการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สมมติฐานที่ 2.1 ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรด เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่

ผลการวิจัย พบว่า ความถี่ในการใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ

ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่สูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

สมมติฐานที่ 2.2 ปริมาณการส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้านี้มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการ จัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ผลการวิจัย พบว่า ปริมาณการส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการ ปริมาณการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อครั้งสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

สมมติฐานข้อที่ 3 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก - นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสেস จำกัด (จ.ภูเก็ต)

สมมติฐานที่ 3.1 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซลส์ จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการสูงขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

สมมติฐานที่ 3.2 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาสูงขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมลดลงเล็กน้อย

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อถูกค่าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพสูงขึ้น ก็มีความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

สมมติฐานที่ 3.7 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อถูกค่าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานสูงขึ้น ก็มีความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

สมมติฐานที่ 3.8 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อถูกค่าความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการสูงขึ้น ก็มีความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้นด้วยเล็กน้อย

การอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์และได้นำเสนอข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ข้างต้น ผลจากการศึกษาวิจัยจะเห็นได้ว่าสำหรับลูกค้าประเภททั่วไปส่วนใหญ่ของบริษัทสกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) เป็นนักท่องเที่ยวและพนักงานบริษัท และสำหรับลูกค้าประเภทธุรกิจ (องค์กร/ บริษัท/ ห้างร้าน) ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทโรงแรม/รีสอร์ท เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวดังนั้นลูกค้าส่วนใหญ่จึงเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

ด้านเหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการขนส่งสินค้าและต้องการความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ ฉันทิษฐ์ วิบูลยารุณ. (2547 : 67-70) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด พบว่าความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งผู้วิจัยมองว่าลูกค้ายอมจ่ายเงินค่าบริการที่สูงกว่าการขนส่งด้วยวิธีการอื่น เช่น ทางรถยนต์ หรือทางเรือ เพื่อแลกกับความต้องการความสะดวกรวดเร็วและความปลอดภัยของสินค้าระหว่างการขนส่ง ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างที่สินค้าเดินทางไปถึงปลายทาง ดังนั้นแม้ว่าอัตราค่าบริการจะสูงแต่ถ้าบริษัทสามารถส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้ทันตามกำหนดเวลาและสินค้าส่งถึงปลายทางอย่างปลอดภัยลูกค้าก็ยังคงเลือกใช้บริการขนส่งทางอากาศของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

ด้านประเภทของสินค้าที่ใช้บริการส่งออก-นำเข้าทางอากาศ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ และสินค้าอุปโภคบริโภคและสัตว์เลี้ยง ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวกับรีสอร์ทและโรงแรม ดังนั้นสินค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมนำเข้าและส่งออกส่วนใหญ่จึงเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว ซึ่งการจากเก็บข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเข้ามาพักอาศัยอยู่ที่จังหวัดภูเก็ตเป็นระยะเวลานานๆ บ้างก็เป็นเดือน บ้างก็เป็นปี บ้างก็มีการซื้อบ้านหรือปลูกบ้านอยู่ที่จังหวัดภูเก็ตเป็นการถาวร ดังนั้นจึงมีการขนย้ายเฟอร์นิเจอร์ที่มีราคาแพงและไม่สามารถซื้อในประเทศไทยได้จึงต้องมีการนำเข้ามาจากต่างประเทศ ในขณะที่นักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งมาเที่ยวเมืองไทยแล้วเกิดความประทับใจในเฟอร์นิเจอร์ของไทยเมื่อย้ายกลับประเทศของตนก็ต้องการขนย้ายกลับไปด้วย ส่วนในด้านการนำเข้า-ส่งออก สัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะสุนัขและแมว การขนส่งสัตว์เลี้ยงทางอากาศเป็นการขนส่งที่ปลอดภัยและมีความเสี่ยงน้อยที่สุดสำหรับสัตว์เลี้ยงตัวโปรดของนักท่องเที่ยวที่ค่อนข้างมีฐานะและมีความผูกพันกับสัตว์เลี้ยงของตนเป็นอย่างมาก

ซึ่งนอกจากนี้สินค้าประเภทสินค้าเกษตรไม่มีชีวิต เช่น พืช ผัก ผลไม้ ดอกไม้ อาหารทะเลสด จากผลการวิจัยก็มีการขนส่งทางอากาศมากพอสมควรเนื่องจากเป็นสินค้าประเภทที่เน่าเสียง่าย และต้องการความสดเสมอเมื่อถึงปลายทาง ดังนั้นลูกค้าจึงนิยมเลือกที่จะใช้บริการขนส่งทางอากาศมากกว่าขนส่งทางรถยนต์และทางเรือ

ด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด จากการวิจัยพบว่าลูกค้ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ในด้านการให้บริการ (Service) ด้านสถานที่ให้บริการ (Location) ด้านการสื่อสาร (Communication) และด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านราคา (Price) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation) ด้านพนักงาน (People) และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ (Productivity & Quality) ซึ่งผู้วิจัยมองว่า

ลูกค้ารับรู้ถึงและให้ความสำคัญในด้านการให้บริการ สถานที่การให้บริการ การสื่อสาร และกระบวนการให้บริการ มากกว่า ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านพนักงาน ส่วนในด้านประสิทธิภาพการให้บริการและคุณภาพการให้บริการนั้นลูกค้ามีความต้องการด้านประสิทธิภาพการและคุณภาพการให้บริการสูงขึ้นตลอดเวลาแม้ว่าจะได้รับการดีมากน้อยเพียงไรก็ตาม ความคาดหวังในใจของลูกค้าก็คงสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการรับรู้คุณภาพการบริการของ กรอนรูส (Gronross. 1990)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านความคุ้มค่าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากรส่งออก-นำเข้า, ด้านความพึงพอใจโดยรวม และการตอบสนองความต้องการ อยู่ในระดับดี ในขณะที่ด้านคุณภาพการให้บริการเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่ลูกค้าเลือกใช้บริการนำเข้า-ส่งออกทางอากาศแทนการให้บริการนำเข้า-ส่งออก ด้วยวิธีการอื่น เช่น ทางเรือ ลูกค้าย่อมมีความคาดหวังต่อการให้บริการอยู่ในระดับที่สูงอยู่แล้ว ดังนั้นเมื่อลูกค้ามีความคาดหวังสูงแต่ผู้ให้บริการไม่สามารถตอบสนองความต้องการให้มีความสูงกว่าความคาดหวังของลูกค้าได้ ลูกค้าจึงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 พบว่าลูกค้าที่มีลักษณะต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทิพย์ วิบูลยารุณ. (2547 : 67-70) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด พบว่า กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะทั้งลูกค้าประเภททั่วไปส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว และลูกค้าประเภทธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทโรงแรม/รีสอร์ท ซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ดังนั้นความพึงพอใจในการให้บริการของลูกค้าประเภททั่วไปและลูกค้าประเภทองค์กรจึงไม่ต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะลักษณะ/ประเภทของสินค้าและความถี่ในการใช้บริการของลูกค้าที่ประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกัน ดังนั้นความคาดหวังในการบริการจึงแตกต่างกันด้วยเช่นกัน จึงทำให้ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน และจากการวิจัยพบว่า อาชีพนักธุรกิจ มีความพอใจต่อการ

ให้บริการต่ำกว่าอาชีพอื่นๆ ทั้งนี้เป็นเพราะลูกค้าที่ประกอบอาชีพนักธุรกิจมีมุมมองในภาพรวมของการบริหารมากกว่าอาชีพอื่นๆ ดังนั้นในการพิจารณาความพึงพอใจในการให้บริการ นักธุรกิจจึงพิจารณาโดยละเอียดในทุกๆ ด้าน และมีความคาดหวังในการบริการมากกว่าอาชีพอื่นๆ ซึ่งหากผู้รับบริการมีความคาดหวังสูง ในขณะที่ผู้ให้บริการไม่สามารถตอบสนองได้สูงกว่าความคาดหวัง ผู้รับบริการก็จะยังไม่พึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังของพาราสุรามัน (Parasuraman . 1988 :16)

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.3 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะธุรกิจที่แตกต่างกัน มีลักษณะของสินค้าที่ลูกค้าใช้บริการนำส่งออก-นำเข้า แตกต่างกัน เช่นลูกค้าที่ประกอบธุรกิจ ส่งออก-นำเข้าสินค้าประเภทอาหารทะเลสด สัตว์เลี้ยง พืชผัก ผลไม้ และดอกไม้สด มักต้องการความรวดเร็วและความตรงต่อเวลามากกว่าสินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากสินค้าประเภทสิ่งมีชีวิตมีโอกาสที่เกิดความเสียหายหากการจัดส่งมีความล่าช้าได้มากกว่าสินค้าประเภทอื่นๆ ดังนั้นลูกค้าที่ประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันจึงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน และจากการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ อิเลคทรอนิกส์/โทรคมนาคม มีความพึงพอใจต่ำกว่าลูกค้าที่ประกอบธุรกิจอื่นๆ ทั้งนี้เป็นเพราะการส่งออก-นำเข้าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ต้องการความปลอดภัยของสินค้าระหว่างการจัดส่งมาก ซึ่งจะต้องมีการระมัดระวังในการบรรจุหีบห่อระหว่างการจัดส่งเป็นอย่างดี ซึ่งได้แก่ อุปกรณ์กันกระแทกและป้องกันการเปียกน้ำ การวางชั้นทับกล่อง ซึ่งในบางครั้งพนักงานอาจจะละเลยถึงความปลอดภัยในจุดดังกล่าว เนื่องจากเห็นว่าเป็นสินค้าธรรมดาประเภทไม่มีชีวิต และไม่ได้ต้องการความสดเท่ากับสินค้าเกษตร ดังนั้นจึงทำให้ลูกค้าที่ประกอบธุรกิจประเภทจำหน่ายอุปกรณ์ อิเลคทรอนิกส์/โทรคมนาคม มีความพึงพอใจต่ำกว่าลูกค้าที่ประกอบธุรกิจประเภทอื่น

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.4 พบว่า ลูกค้าที่มีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด (จ.ภูเก็ต) แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะตำแหน่งหน้าที่ที่รับผิดชอบที่แตกต่างกัน มีฟังก์ชันการทำงานแตกต่างกัน ทำให้ลูกค้ามีทัศนคติ มุมมองและความคาดหวังในการให้บริการแตกต่างกัน ดังนั้นจึงทำให้ลูกค้าที่มีตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ แตกต่างกันด้วยเช่นกัน และจากการวิจัยพบว่า อาชีพทางการเงินมีความพึงพอใจโดยรวมต่ำกว่าอาชีพอื่น ทั้งนี้เป็นเพราะอาชีพการเงิน ต้องการความถูกต้องสูงกว่าอาชีพอื่น ดังนั้นความคาดหวังในเรื่องความถูกต้อง รวดเร็ว และตรงต่อเวลาจึงค่อนข้างสูง และหากระบบการเรียกเก็บค่าบริการซึ่งเป็นเรื่องที่ค่อนข้างสำคัญในมุมมองของอาชีพการเงินมีความ

ผิดพลาด ก็จะทำให้ความน่าเชื่อถือในบริการในด้านอื่นๆ ลดลงด้วยด้วย ดังนั้นจึงทำให้อาชีพการเงินมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการต่ำกว่าอาชีพอื่น

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทิชย์ วิบูลยารุณ. (2547 : 67-70) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด พบว่า ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันชัย แอนลอย. (2545 : 47-52) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนในบริการของด่านศุลกากรประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ความถี่ในการใช้บริการมีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน และจากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการด้านปริมาณการส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยรรยง เหล่าตระกูลงาม. (2546 : 90-99) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยมองว่าพฤติกรรมการใช้บริการทั้งด้านความถี่ในการใช้บริการและปริมาณการนำเข้าส่งออกโดยเฉลี่ยต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ หรืออาจกล่าวได้ว่าหากลูกค้ามีความถี่ในการใช้บริการบ่อยๆ และปริมาณการขนส่งโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากๆ ลูกค้าก็มีความคาดหวังในการบริการในด้านการตรงต่อเวลาและความปลอดภัยในการขนส่งมากขึ้น

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการให้บริการ ด้านการสื่อสาร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านพนักงาน และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ ซึ่งการที่ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าในระดับค่อนข้างต่ำนั้น อาจเป็นเพราะงานด้านบริการดำเนินพิธีการศุลกากร นำเข้า-ส่งออก มีลักษณะเฉพาะของเพราะต้องดำเนินการตามขั้นตอนและต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กรมศุลกากรกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการ กับ ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ดังนั้นหากบริษัทให้ความสำคัญและปรับปรุงพัฒนาการงานด้านการให้บริการเสริมอื่นๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น และมีบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งมากขึ้น ลูกค้าก็จะมีความคิดเห็นด้านการให้บริการสูงขึ้น ลูกค้าก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มสูงขึ้น

ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสื่อสารอยู่ในระดับพอใจและ
 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของ
 ลูกค้าในระดับค่อนข้างต่ำนั้น อาจเป็นเพราะลูกค้าที่ใช้บริการส่งออก-นำเข้าทางอากาศ โดยส่วนใหญ่
 ลูกค้าต้องการความรวดเร็วในการขนส่งสินค้าอยู่แล้ว ดังนั้นการสื่อสารในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการ
 รายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/เสียหาย หรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งออก-นำเข้า การติดตามสถานะวัน
 ส่งออก-นำเข้า ที่สินค้าจะถึงปลายทาง ลูกค้ามักต้องการความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม
 ตลอดเวลา และในกรณีที่สินค้าส่งถึงปลายทางตามกำหนดเวลาปกติ บริษัทมักไม่ติดต่อกลับไปยัง
 ลูกค้า แต่บริษัทจะติดต่อกลับหาลูกค้าทันทีในกรณีที่สินค้าไม่สามารถส่งถึงปลายทางได้ตาม
 กำหนดเวลาที่ลูกค้าต้องการ จึงทำให้ความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ดังนั้น หากบริษัทเพิ่มการ
 ติดต่อกลับหาลูกค้าเพื่อรายงานสถานะ การส่งออก-นำเข้า ในกรณีที่สามารถส่งออก-นำเข้าสินค้าได้
 ตามกำหนดเวลาหรือก่อนกำหนดเวลาดำเนินการ ก็จะทำให้ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทาง
 การตลาดด้านการสื่อสารสูงขึ้น ลูกค้าก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มสูงขึ้น

ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับ
 เฉยๆ และความคิดเห็นด้านลักษณะทางกายภาพดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม
 ของลูกค้าในระดับค่อนข้างต่ำนั้น อาจเป็นเพราะลูกค้าของบริษัทแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ลูกค้าทั่วไปซึ่ง
 ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งใช้บริการเป็นครั้งแรก โดยมักจะติดต่อรับบริการที่สำนักงานย่อยซึ่งตั้งอยู่
 ภายในบริเวณสนามบินนานาชาติจังหวัดภูเก็ต และมีข้อจำกัดด้านพื้นที่และสถานที่พอสมควร ดังนั้น
 ลูกค้าจึงมีความพึงพอใจในเรื่องความพอเพียงของอุปกรณ์และเครื่องมือ การนำเทคโนโลยีมาช่วยใน
 การให้บริการ ความสะอาดเรียบร้อยของอาคารสำนักงานและความพอเพียงของสถานที่รองรับลูกค้า
 อยู่ในระดับเฉยๆ ส่วนลูกค้าประเภทธุรกิจ (บริษัท/ ห้างร้าน/ องค์กร) ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำซึ่งมัก
 ติดต่อที่สำนักงานใหญ่ หรือสื่อสารทางโทรศัพท์เพื่อแจ้งความต้องการเพื่อให้บริษัทดำเนินพิธีการ
 ศุลกากร ส่งออก-นำเข้า และจัดส่งสินค้าให้ตามกำหนดเวลา ดังนั้นลูกค้าจึงไม่มีความคิดเห็นที่ไม่
 พอใจในเรื่องของความพอเพียงของอุปกรณ์และเครื่องมือ การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการให้บริการ
 ความสะอาดเรียบร้อยของอาคารสำนักงานและความพอเพียงของสถานที่รองรับลูกค้า แต่อย่างไรก็
 ตามหากบริษัทสามารถทำให้ลักษณะทางกายภาพของอาคารสำนักงานโดดเด่นขึ้นมาได้ ก็จะทำให้
 ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพสูงขึ้น ลูกค้าก็จะมี ความพึง
 พอใจโดยรวมสูงขึ้น

ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานอยู่ในระดับพอใจและ
 ความคิดเห็นด้านพนักงานดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าในระดับ
 ค่อนข้างต่ำนั้น อาจเป็นเพราะลักษณะของงานที่ต้องประสานงานการนำเข้า-ส่งออกทางอากาศซึ่งต้อง

ทำงานแข่งกับเวลาและตรงต่อเวลา ซึ่งพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ในแต่ละส่วนงานที่ตนเองรับผิดชอบ ตระหนักดีว่าความผิดพลาดในการขนส่งในแต่ละเที่ยวบินอาจจะก่อให้เกิดความเสียหายกับลูกค้าได้ จึงมีความกระตือรือร้นในการให้บริการอยู่ตลอดเวลา ซึ่งความรับผิดชอบและความกระตือรือร้นในการให้บริการด้วยมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานจึงทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ อย่างไรก็ตามหากบริษัท สามารถพัฒนาบุคลากรในด้านต่างๆ อันได้แก่ กิริยามารยาท มนุษยสัมพันธ์ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความรับผิดชอบในงาน และความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น ก็จะทำให้ลูกค้า มีความคิดเห็นด้านพนักงานสูงขึ้น ลูกค้าก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น

ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการ ให้บริการอยู่ในระดับเฉยๆ และความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการดังกล่าวมี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าในระดับค่อนข้างต่ำนั้น ผู้วิจัยมองว่า ความคิดเห็น ในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ อันได้แก่ ความสามารถในการผ่านพิธี การศุลกากร ความถูกต้องในการกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์ ความตรงต่อเวลา ในการรับส่งสินค้า และความสามารถในการแก้ปัญหา โดยปกติแล้วลูกค้ามักมีความคาดหวังสูงอยู่ แล้ว ในเรื่องความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร ลูกค้ามีความคาดหวังว่าต้องการผ่านพิธีการ ศุลกากรให้สำเร็จ การที่บริษัทสามารถดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากรได้สำเร็จตามที่ลูกค้า คาดหวัง ลูกค้าจึงมีความพึงพอใจในระดับพอใจเท่านั้น เช่นเดียวกับความถูกต้องในการกำหนด พิกัดอัตราภาษี อย่างไรก็ตามลูกค้าก็ต้องการจ่ายภาษีศุลกากรในอัตราที่ต่ำที่สุด ดังนั้นไม่ว่าบริษัทจะ ดำเนินการอย่างไรลูกค้าก็มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ ด้านความตรงต่อเวลาก็เช่นเดียวกัน เนื่องจากการที่ลูกค้าเลือกการขนส่งทางอากาศเพราะลูกค้าต้องการความสะดวกรวดเร็ว ดังนั้นการ จัดส่งสินค้าได้ตามกำหนดเวลาลูกค้าจึงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจเท่านั้น ส่วนในด้าน ความสามารถในการแก้ปัญหา เนื่องจากลูกค้าไม่ได้คาดหวังว่าจะเกิดปัญหาระหว่างการส่งออก - นำเข้าสินค้า ดังนั้นในกรณีที่เกิดปัญหาขึ้น หากบริษัทสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ ลูกค้าจึงมี ความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจเท่านั้น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าความพึงพอใจต่อเรื่องต่างๆ ที่กล่าวมาจึงเป็น การยากที่ลูกค้าจะมีความพึงพอใจสูงกว่าที่คาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังของพารา สุรามัน (Parasuraman . 1988 :16)

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ ผู้วิจัยมองว่า แม้ว่าลูกค้ารับรู้ว่าการใช้บริการส่งออก-นำเข้า ทางอากาศ มีความคุ้มค่ามากขึ้น แต่ลูกค้าก็ยังมีความพึงพอใจโดยรวมลดลง เนื่องจากลูกค้าทุก รายต้องการและคาดหวังที่จะใช้บริการในราคาที่ถูกลงกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเสมอ

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ ผู้วิจัยมองว่า แม้ว่าลูกค้าจะรู้สึกว่าคุณภาพของสถานที่ให้บริการไม่สะดวกเท่าที่ควร และสำนักงานเข้าถึงยาก แต่ลูกค้าก็ยังคงมีความพึงพอใจในการให้บริการ แต่เนื่องจากบริษัทมีบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ก็สามารถเป็นทางเลือกให้ลูกค้าสะดวกสบายในการใช้บริการมากขึ้น

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ เนื่องจากกระบวนการเดินพิธีการศุลกากรทางอากาศมีขั้นตอนปฏิบัติที่กำหนดโดยกรมศุลกากรอย่างชัดเจน ซึ่งบริษัทต้องปฏิบัติตามระเบียบอย่างเคร่งครัดอยู่แล้ว และลูกค้าก็ตระหนักในกระบวนการและพิธีการดังกล่าวเป็นอย่างดี ดังนั้นกระบวนการให้บริการจึงไม่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ

จากผลการวิจัย พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเฮส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ได้แก่ ด้านความถี่ในการส่งออก-นำเข้าเฉลี่ยต่อเดือน ปริมาณการส่งออก-นำเข้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการสื่อสาร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านพนักงาน และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับการบริการของ พาราสุรามัน และ เบอริ (Parasuraman and Berry, 1985 : 79-81) และแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการกรอนรูส (Gronroos, 1990) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ลูกค้าที่ใช้บริการบ่อยมักพิจารณาความพึงพอใจจากจำนวนครั้งที่เกิดความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ หากมีความผิดพลาดบ่อยลูกค้าก็จะมีความรู้สึกและความพึงพอใจลดลง ดังนั้นปัจจัยด้านความถี่ในการใช้บริการจึงส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า แต่อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปธุรกิจด้านบริการมีหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นผู้บริหารสามารถใช้ประโยชน์จากพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามาสร้างเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ดียิ่งขึ้นไป ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงขึ้น และสามารถสร้างความได้เปรียบจากคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกันได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยพบว่าลูกค้าประเภททั่วไปของบริษัทสกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว ดังนั้นบริษัทควรศึกษาถึงความต้องการเชิงลึกของลูกค้ากลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งโดยส่วนใหญ่จะให้บริการเพียงครั้งเดียวและใช้บริการเป็นครั้งแรก ซึ่งการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในคุณภาพการบริการในครั้งแรกนั้น (First Impression) จะก่อให้เกิดการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Buzz Marketing) ซึ่งถือเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์บริษัทอีกทางหนึ่งด้วย

สำหรับกลุ่มลูกค้าประเภทองค์กร/บริษัท/ห้างร้าน ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจโรงแรม/รีสอร์ท ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของจังหวัดที่ให้การสนับสนุนด้านธุรกิจท่องเที่ยว ดังนั้นจึงเป็นโอกาสอันดีที่บริษัทจะพัฒนาคุณภาพและบริการให้ตอบสนองความต้องการกับลูกค้ากลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยว โดยศึกษาถึงความต้องการเชิงลึกของลูกค้าในกลุ่มนี้ เพื่อที่จะสามารถพัฒนาคุณภาพของการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มดังกล่าวซึ่งถือเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ของบริษัท

2. สำหรับกลุ่มลูกค้าประเภทธุรกิจ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทโรงแรม / รีสอร์ท และธุรกิจประเภทจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค และข้อมูลที่ได้จากการวิจัยยังพบว่าลูกค้ากลุ่มนี้มีความถี่ในการใช้บริการในแต่ละเดือนค่อนข้างสูง ซึ่งมีลูกค้าบางรายใช้บริการส่งออก-นำเข้าสูงสุดถึง 22 ครั้งต่อเดือน ดังนั้นบริษัทควรพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละรายให้ดียิ่งขึ้นโดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นลูกค้าประจำเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้นและเลือกใช้บริการของบริษัทต่อไป

3. จากผลการวิจัยพบว่าเหตุผลที่ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้าทางอากาศ และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) เพราะความต้องการความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า และต้องการความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า ดังนั้นบริษัทควรตระหนักถึงการตรงต่อเวลา ความรวดเร็วในการขนส่งสินค้าและความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าถึงปลายทางตามกำหนดเวลาที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงสร้างให้พนักงานทุกคนเข้าใจถึงเหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการ เพื่อให้พนักงานบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ให้ความสำคัญกับการตรงต่อเวลา และความปลอดภัยระหว่างการขนส่งสินค้ามากขึ้น ซึ่งหากบริษัทสามารถให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้าได้ ลูกค้าก็จะมี ความพึงพอใจมากขึ้นและบริษัทก็จะได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

4. จากผลการวิจัย พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพการให้บริการ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นบริษัทจึงควรพิจารณาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างเร่งด่วน อันได้แก่ปรับปรุงความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากรให้เร็วขึ้น กำหนดพิภักดิ์อัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์

ให้มีความถูกต้องมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าประทับใจในด้านการจ่ายภาษีมากขึ้น ปรับปรุงด้านการตรงต่อเวลาในการรับ-ส่งสินค้า และพัฒนาทักษะในการแก้ปัญหาให้รวดเร็วขึ้น

ด้านพนักงาน บริษัทควรให้การฝึกอบรมกับพนักงานที่ปฏิบัติงานให้มีความรู้ความเข้าใจและตระหนักในประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ และกระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรับผิดชอบต่อการให้บริการ เพิ่มทักษะด้านกิริยามารยาทของพนักงาน รวมถึงการอบรมพัฒนาด้านการสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อพนักงานเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพการให้บริการอีกทั้งสามารถสื่อสารไปยังลูกค้าได้เป็นอย่างดีแล้วลูกค้าก็น่าจะมีความพอใจในบริการมากยิ่งขึ้น

ด้านลักษณะทางกายภาพ บริษัทควรมีการรักษาความสะอาดและปรับปรุงสถานที่รองรับลูกค้าให้พอเพียงกับลูกค้า และนำเครื่องมืออุปกรณ์ รวมถึงนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการเพื่อช่วยสามารถบริการลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น

ด้านราคา แม้ว่าการปรับลดราคาจะกระทำได้ยากเนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องส่งผลกระทบต่อต้นทุนการให้บริการ เช่นราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ต้นทุนการขนส่งสินค้าสูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมด้านความคุ้มค่าในการให้บริการอยู่ในระดับดี ดังนั้นบริษัทสามารถทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงความคุ้มค่าในการรับบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ ความรวดเร็วตรงต่อเวลาและความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าถึงปลายทางตามที่ลูกค้าต้องการได้ แทนที่จะใช้กลยุทธ์ด้านราคาซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อบริษัทในระยะยาวได้

5. จากผลการวิจัย พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมด้านคุณภาพการให้บริการเมื่อเทียบกับความคาดหวังอยู่ในระดับเฉยๆ ดังนั้นบริษัทควรเร่งพัฒนาคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าให้สูงกว่าความคาดหวังของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการสูงขึ้น ซึ่งอาจจะพัฒนาโดยการสอบถามลูกค้าถึงความคาดหวังของลูกค้าในแต่ละรายโดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าที่เป็นลูกค้าประจำ หากบริษัท ทราบถึงความคาดหวังของลูกค้าเป็นอย่างดีและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้สามารถตอบสนองลูกค้าได้สูงกว่าความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าก็必将มีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากขึ้น

6. จากผลการวิจัยพบว่านักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจโดยรวมต่ำกว่าอาชีพอื่น ดังนั้นบริษัทควรทำการศึกษา/สำรวจ/สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมถึงความต้องการของนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ ถึงความคาดหวัง ความพึงพอใจ โดยอาจจะมีการส่งเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ไปสอบถามข้อมูลถึงข้อบกพร่องของการบริการ รับข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะจากลูกค้า เพื่อที่จะได้นำข้อมูลตอบกลับจากลูกค้ามาปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

7. จากผลการวิจัยพบว่าลูกค้าที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์/โทรคมนาคม มีความพึงพอใจต่อการให้บริการน้อยกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้นบริษัทควรจะเพิ่มความสำคัญกับการให้บริการลูกค้ากลุ่มดังกล่าวโดยการจัดส่งสินค้าให้ตรงตามกำหนดเวลา และเนื่องจากสินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และคมนาคมต้องการความปลอดภัยระหว่างการจัดส่งสินค้าค่อนข้างสูงดังนั้นบริษัทควรเพิ่มความปลอดภัยระหว่างขนส่งสินค้าโดยอาจจะมีการประกันกระแทกเพิ่มขึ้นสำหรับการจัดส่งสินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม

8. จากผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ด้านการเงินมีความพึงพอใจในการให้บริการต่ำที่สุด ดังนั้นบริษัทควรเพิ่มมาตรการในการเรียกเก็บค่าบริการที่ชัดเจนขึ้น ตรวจสอบความถูกต้องอย่างละเอียดทุกครั้งเพื่อลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นให้ได้มากที่สุด และเรียกเก็บค่าบริการโดยมีการแจ้งลูกค้าล่วงหน้าซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่การเงินให้ทราบเพื่อที่ลูกค้าจะได้เตรียมจัดทำเอกสารเพื่อจ่ายค่าบริการไว้ให้พร้อมล่วงหน้าก่อนที่จะเจ้าหน้าที่ของบริษัทจะเข้าไปรับชำระค่าบริการ

9. จากผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการ ด้านการสื่อสาร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านพนักงาน และด้านประสิทธิภาพ/คุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นบริษัทสามารถนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านดังกล่าวมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์เชิงการบริหารจัดการขององค์กรเพื่อเพิ่มศักยภาพและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการมากขึ้น ซึ่งสามารถพัฒนาไปเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดีกับบริษัทต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อไป

ในการวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเชิงลึกถึงพฤติกรรมและแนวโน้มการให้บริการและความจงรักภักดีของลูกค้าในกลุ่มที่เป็นลูกค้าประเภทองค์กร บริษัท ห้างร้าน เนื่องจากลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเป็นลูกค้าระยะยาวของบริษัทซึ่งมีโอกาสที่จะใช้บริการอย่างต่อเนื่องและเป็นกลุ่มที่สามารถสร้างรายได้ส่วนใหญ่ให้กับบริษัท ซึ่งการเข้าใจพฤติกรรมและแนวโน้มการให้บริการและความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้จะทำให้บริษัทมีลูกค้าประจำซึ่งเป็นพันธมิตรกับบริษัทในระยะยาวได้ ซึ่งอาจจะทำให้บริษัทได้เห็นแนวทางในการนำกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ได้เป็นอย่างดี

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2545). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2548). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิต
- นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2545). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. สุพาดา สิริกุตตา และคณะ. (2549). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- อภิรัฐ ตั้งกระจำง. (2543). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธนรัชการพิมพ์ จำกัด
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ถ่ายเอกสาร
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ : บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.
- ฉันทิพย์ วิบูลยารุณ. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากร นำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด*. สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ยรรยง เหล่าตระกูลงาม (2546). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)* สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- วันชัย แอน์ลอย (2545). *ความพึงพอใจของประชาชนในบริการของด่านศุลกากรประจวบคีรีขันธ์* สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ศรีศักดิ์ แสงงาม (2546). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการตรวจสินค้าส่งออก สำนักงานศุลกากรกรุงเทพ กรณีศึกษา สถานีตรวจสินค้า 5(E) ฝ่ายตรวจสินค้านอกเขตท่า รพท. การรถไฟฯ ลาดกระบัง* สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยบูรพา.

- จิรัชยา เลิศวิทย์วรเทพ (2549). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ศูนย์ฝึกอบรมของ Bangkok Advance Learning*. สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สิทธิพัฒน์ พิพิทกุล (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มการลงทุนในทองคำแท่งของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. (2006). *Marketing Management 12e, Twelfth Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L and Pararuraman, A. (1990). *Delivering Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation*. New York : The Free Press – A Division of Macmillan, Inc.
- Schiffman, Leon G. ; & Leslie Lazar Kanuk. (2000). *Consumer Behavior*. 7th ed. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Hellriegel Don and John, W. Slocum, Jr. (1992). *Management*. 6th edition . New York . Addison-Wesley Publishing.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามประกอบการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ

งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า ทางอากาศ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต)

แบบสอบถามชุดนี้ ผู้วิจัยจัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า ทางอากาศ บริษัท สกายเทรค เซอร์วิส เซส จำกัด (จ.ภูเก็ต) ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต วิชาเอก การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือท่านในการกรอกแบบสอบถาม เพราะทุกความคิดเห็นของท่านมีคุณค่าอย่างยิ่ง ที่จะช่วยให้งานวิจัยครั้งนี้ สำเร็จได้ตามเป้าหมาย

ผู้วิจัย ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ได้เสียสละเวลาเข้าร่วมโครงการวิจัย และแสดงความคิดเห็นในครั้งนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. โปรดระบุประเภทของลูกค้าที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

☐ 1.1 อาชีพ (สำหรับลูกค้าทั่วไป)

- () พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง
- () นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ
- () ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- () นักท่องเที่ยว
- () อื่นๆ โปรดระบุ

☐ ประเภทธุรกิจ (สำหรับลูกค้าประเภท องค์กร / บริษัท / ห้างร้าน)

2.1 โปรดระบุประเภทของธุรกิจของท่าน

- () ธุรกิจการเกษตร
- () จำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์/โทรคมนาคม
- () โรงแรม / รีสอร์ท
- () จำหน่ายสินค้า อุปโภค / บริโภค
- () อื่นๆ โปรดระบุ

2.2 โปรดระบุตำแหน่ง/หน้าที่ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

- () เจ้าหน้าที่ประสานงานด้านการส่งออก - นำเข้า
- () พนักงานตรวจรับสินค้า - ขนส่งสินค้า
- () เจ้าหน้าที่ด้านการเงิน
- () เจ้าของกิจการ
- () อื่นๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. โปรดระบุประเภทของการใช้บริการของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
() ส่งออก () นำเข้า () บริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ
2. โปรดระบุความถี่ในการใช้บริการของท่านโดยเฉลี่ย ครั้ง / เดือน
3. โปรดระบุประเภทของสินค้าที่ท่านใช้บริการ ส่งออก – นำเข้า ทางอากาศ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
() สินค้าเกษตร ไม่มีชีวิต เช่น พืช ผัก ผลไม้ ดอกไม้ อาหารทะเล (ไม่มีชีวิต)
() สินค้าเกษตร (มีชีวิต) เช่น อาหารทะเลสด
() สัตว์เลี้ยง
() เครื่องมือแพทย์ / ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์
() สินค้าอุปโภคบริโภค
() เฟอร์นิเจอร์
() อื่น ๆ (โปรดระบุ)
4. โปรดระบุปริมาณการ ส่งออก-นำเข้า โดยเฉลี่ยต่อครั้ง หน่วย : กิโลกรัม (ตอบได้เพียง 1 คำตอบ)
() ไม่เกิน 10 กิโลกรัม
() 11 – 100 กิโลกรัม
() 101 – 1000 กิโลกรัม
() มากกว่า 1000 กิโลกรัม
5. โปรดระบุเหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเซส จำกัด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
() ต้องการความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า
() ต้องการความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า
() สะดวก เนื่องจากอยู่ใกล้พื้นที่ให้บริการ
() ราคาเหมาะสม
() บริการที่ประทับใจและมีคุณภาพ
() อื่น ๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในด้านต่างๆ ที่มีต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสেস จำกัด

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน **เพียงช่องเดียวเท่านั้น**

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น			
1. ด้านการให้บริการ (Service)				
1.1 ความหลากหลายของบริการ (งานพิธีการศุลกากร, ส่งออก-นำเข้า และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ)	หลากหลาย	 : : : :	5 4 3 2 1	ไม่ หลากหลาย
1.2 เงื่อนไขการให้บริการ ด้านพิธีการศุลกากร, ส่งออก-นำเข้า และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ	ชัดเจน	 : : : :	5 4 3 2 1	ไม่ชัดเจน
1.3 ช่วงเวลาในการให้บริการ (08:00 น.- 20:00 น.)	สะดวก	 : : : :	5 4 3 2 1	ไม่สะดวก
1.4 ความรับผิดชอบในการให้บริการ	มาก	 : : : :	5 4 3 2 1	น้อย
1.5 เส้นทางทางการขนส่งสินค้า	ครอบคลุม	 : : : :	5 4 3 2 1	ไม่ ครอบคลุม
2. ด้านราคา (Price)				
2.1 ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	ถูกเกินไป	 : : : :	5 4 3 2 1	แพงเกินไป
2.2 คุณภาพของการบริการคุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่าย	คุ้มค่าอย่าง มาก	 : : : :	5 4 3 2 1	ไม่คุ้มค่า อย่างมาก
3. ด้านสถานที่ให้บริการ (Location)				
3.1 สถานที่ตั้งของอาคารสำนักงาน	เข้าถึงง่าย	 : : : :	5 4 3 2 1	เข้าถึงยาก
3.2 ความสะดวกของสถานที่ให้บริการ / อาคารสำนักงาน	สะดวก	 : : : :	5 4 3 2 1	ไม่สะดวก
4. ด้านการสื่อสาร (Communication)				
4.1 การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/ เสียหาย หรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งออก-นำเข้าสินค้า	รวดเร็ว	 : : : :	5 4 3 2 1	ล่าช้า
4.2 การติดตามสถานะวันส่งออก-นำเข้าสินค้า	รวดเร็ว	 : : : :	5 4 3 2 1	ล่าช้า
4.3 ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์	สะดวก	 : : : :	5 4 3 2 1	ไม่สะดวก
4.4 ความสะดวกในการติดต่อทาง E-mail หรือ Internet	สะดวก	 : : : :	5 4 3 2 1	ไม่สะดวก

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
5. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)		 : : : :			
5.1 ขั้นตอนการให้บริการ	รวดเร็ว	5 4 3 2 1			ล่าช้า
5.2 ความปลอดภัยของสินค้าระหว่างกระบวนการขนส่ง	ปลอดภัย	 : : : :	5 4 3 2 1		ไม่ปลอดภัย
5.3 การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร	รวดเร็ว	 : : : :	5 4 3 2 1		ล่าช้า
5.4 วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บค่าบริการ	สะดวก	 : : : :	5 4 3 2 1		ไม่สะดวก
5.5 ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บค่าบริการ	เร็วมาก	 : : : :	5 4 3 2 1		ช้ามาก
5.6 ความผิดพลาดของการเรียกเก็บค่าบริการ	ไม่มีข้อผิดพลาด	 : : : :	5 4 3 2 1		มีข้อผิดพลาด
6.ด้าน ลักษณะทางกายภาพ (Physical Presentation)		 : : : :			
6.1 ความเพียงพอของอุปกรณ์และเครื่องมือ	เพียงพอ	 : : : :	5 4 3 2 1		ไม่เพียงพอ
6.2 การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการให้บริการ	มาก	 : : : :	5 4 3 2 1		น้อย
6.3 ความสะอาดเรียบร้อยของอาคารสำนักงาน	สะอาด	 : : : :	5 4 3 2 1		ไม่สะอาด
6.4 สถานที่รองรับลูกค้าภายในสำนักงาน	เพียงพอ	 : : : :	5 4 3 2 1		ไม่เพียงพอ
6.5 บริเวณที่จอดรถเพื่อติดต่อบริการต่างๆ	สะดวก	 : : : :	5 4 3 2 1		ไม่สะดวก
7. ด้านพนักงาน (People)		 : : : :			
7.1 กิริยามารยาทของพนักงานในการให้บริการและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินพิธีการศุลกากรส่งออก-นำเข้า และการจัดส่งสินค้า	สุภาพ	 : : : :	5 4 3 2 1		ไม่สุภาพ
7.2 ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	มาก	 : : : :	5 4 3 2 1		น้อย
7.3 ความรู้และความชำนาญของพนักงานด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า	มาก	 : : : :	5 4 3 2 1		น้อย
7.4 ความรับผิดชอบของพนักงานในงานพิธีการศุลกากร และ การจัดส่งสินค้า	สูง	 : : : :	5 4 3 2 1		ต่ำ
7.5 มนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่มีต่อลูกค้าที่ติดต่อขอรับบริการงานพิธีการศุลกากร	ยิ้มแย้ม	 : : : :	5 4 3 2 1		ไม่ยิ้มแย้ม

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
ด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพ การให้บริการ (Productivity & Quality) 8.1 ความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร	รวดเร็ว	 : : : : 5 4 3 2 1	ล่าช้า
8.2 ความถูกต้องในการกำหนดพิกัดอัตราภาษี และการขอใช้สิทธิประโยชน์	ถูกต้อง	 : : : : 5 4 3 2 1	ไม่ถูกต้อง
8.3 ความตรงต่อเวลาในการรับ-ส่งสินค้า	ตรงต่อเวลา	 : : : : 5 4 3 2 1	ไม่ตรงต่อเวลา
8.4 ความสามารถในการแก้ปัญหา	มาก	 : : : : 5 4 3 2 1	น้อย

**ตอนที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวม ที่มีต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า และบริการ
จัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด**

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน เพียงช่องเดียวเท่านั้น

1. โปรดประเมินคุณภาพการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า และบริการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ
ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ท่านคาดหวังเอาไว้

ต่ำกว่าที่คาดหวังเอาไว้ :..... : : : : : มากกว่าที่คาดหวังเอาไว้

5 4 3 2 1

2. การใช้บริการ ส่งออก-นำเข้าสินค้า ผ่าน บริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด สามารถตอบสนองความต้องการ
ของท่านได้เป็นอย่างดี

ตอบสนองความต้องการได้มาก :..... : : : : : ตอบสนองความต้องการได้น้อย

5 4 3 2 1

3. โปรดประเมินความพึงพอใจโดยรวมของท่านที่มีต่อการให้บริการ งานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า และบริการ
จัดส่งสินค้าภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด

พอใจอย่างมาก :..... : : : : : ไม่พอใจอย่างมาก

5 4 3 2 1

4. โปรดประเมินความคุ้มค่าในการให้บริการงานพิธีการศุลกากร ส่งออก-นำเข้า และบริการจัดส่งสินค้า
ภายในประเทศ ของบริษัท สกายเทรค เซอร์วิสเชส จำกัด

คุ้มค่าอย่างมาก :..... : : : : : ไม่คุ้มค่าอย่างมาก

5 4 3 2 1

ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา	ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)
2. รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์	คณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาว สุมาลี โขมศิริ
วัน เดือน ปี เกิด	29 มิถุนายน 2519
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	581/206 ซิตีโฮม รัชดา อาคาร แวนด้า 3 ถ.รัชดาภิเษก ซอย รัชดาภิเษก 10 เขต ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	System Integration Test Manager and Defect Manager Customer Site : Hutchison Account Hewlett Packard (Thailand) Co., Ltd.
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	อาคารไทยซัมมิท เทาวเวอร์ ถ. เพชรบุรีตัดใหม่ แขวง-เขต ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2540	คณะวิทยาศาสตร์ จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
พ.ศ. 2551	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)