

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ
บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

สารนิพนธ์
ของ
นายยรรยง เหล่าตระกูลงาม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

658,8343

ยพ43ค

ร.3

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ
บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

บทคัดย่อ

ของ

นายยรรยง เหล่าตระกูลงาม

17 เม.ย. 2546



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2546

h 156855

ยรรยง เหล่าตระกูลงาม. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของลูกค้าจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของลูกค้า คลังสินค้าที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ และปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง รวมถึงการรวบรวม ข้อเสนอแนะในการใช้บริการของลูกค้าต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่มารับบริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 360 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูล โดยใช้ค่าสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าที่มารับบริการเป็น เพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ลูกค้าประเภททั่วไป ระยะเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 1 – 5 ปี และปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 10 – 100 กิโลกรัม

2. ความพึงพอใจบริการของลูกค้า ต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับพอใจ โดยแยกพิจารณารายด้านดังนี้ ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ ส่วนด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ เฉย ๆ

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของลูกค้า จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของลูกค้า คลังสินค้าที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ และปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง

3.1 ลูกค้าที่มีเพศ อายุ ประเภทลูกค้า และคลังสินค้าที่ท่นมาใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

3.2 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ระยะเวลาที่มาใช้บริการ และลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ข้อเสนอแนะในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) ควรมีการประชาสัมพันธ์แผนผัง ขั้นตอนการให้บริการตลอดจนระบบการให้บริการทุกๆ ครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงโดยติดป้ายประกาศของแต่ละคลังสินค้า ควรให้ขั้นตอนการให้บริการที่คลังสินค้า 1 และคลังสินค้า 2 เหมือนกัน ควรให้มีการตรวจสอบสินค้าได้ตลอดเวลาจนกว่าจะส่งขึ้นเครื่อง บริเวณหน้าเคาน์เตอร์ควรมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้เพียงพอ ได้แก่ โทรศัพท์ เอกสารต่าง ๆ ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่รับ-ส่งสินค้าในช่วงเร่งด่วน เพิ่มบริเวณจอดรถให้มากขึ้นและจัดระเบียบการจอดรถรวมทั้งจัดคิวผู้ที่นำรถมารับหรือส่งสินค้า ควรมีสถานที่นั่งพักรอให้เพียงพอต่อผู้ให้บริการและควรมีโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ตลอดจนวารสารต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้บริการได้นั่งอ่าน ก่อนถึงเวลารับส่งสินค้า ควรปรับปรุงระบบถ่ายเทอากาศ ในบริเวณรับส่งสินค้าเมื่อมีการใช้บริการหนาแน่นจะทำให้อากาศถ่ายเทไม่เพียงพอและห้องน้ำ สมควรให้ใช้ ได้ทุกอาคาร ไม่สมควรปิดและให้แม่บ้านทำความสะอาดทุก ๆ 1 ชั่วโมง

**CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS CARGO SERVICE OF THAI
AIRWAYS' INTERNATIONAL (PUBLIC) COMPANY LIMITED**

AN ABSTRACT

BY

MR. YANYONG LAOTRAKOONNGAM

**Presented in Partial Fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University**

March 2003

Yanyong Laotrakoonngam. (2003). *Customer satisfaction towards cargo service of Thai Airways'*

International (Public) Company Limited. Master Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok :

Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Assist. Prof. Supada Sirikudta.

The purpose of this research was to study the customer satisfaction towards cargo service of Thai Airways' International (Public) Company Limited regarding information service, service system, service process, service staff and service place. To compare the customer satisfaction towards company's cargo service, the research method was done by classifying data in accordance with the factors of sex, age, education level, cargo terminal, service period and average amount of cargo delivery per time as well as collecting customers' recommendations concerning the company's service.

The sampling group of the research comprised 360 customers utilizing cargo service provided by Thai Airways' International (Public) Company Limited. The questionnaires were used as the tools for collecting information, using the statistical means to analyze the data as percentage, average mean, standard deviation, the analysis of the differences by using t-test, and one way analysis of variance.

The research result revealed that:

1. Most of the customers utilizing cargo service were males at age of less than 26 with completing bachelor degree. Those customers were general customers who had the range of service period between 1 - 5 years and the average amount of cargo delivery per time between 10 – 100 kilograms.

2. Customer satisfaction towards cargo service of Thai Airways' International (Public) Company Limited. The findings are that majority of the users showed a satisfaction level toward the service as whole. To the service system, service process, and service place had showed a satisfaction level; while, for information service and service staff had showed a lower than the satisfactory level.

3. To compare the customer satisfaction towards cargo service of Thai Airways' International (Public) Company Limited, the research method was done by classifying data in accordance with the factors of sex, age, education level, cargo terminal, service period and average amount of cargo delivery per time.

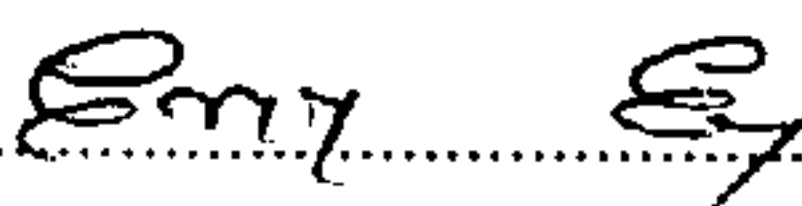
3.1 The research showed that there was no difference in the satisfaction towards cargo service of Thai Airways' International (public) Company limited among the customers who had the differences in sex, age, customer types, and cargo terminal in contrast

3.2 The customer with the differences in the factors of education level, service period, and average amount of cargo delivery per time demonstrated the differences in satisfaction towards cargo service of Thai Airways' International (Public) Company Limited at the significant level of 0.05

4. Collecting customers' recommendations concerning the cargo service of Thai Airways International (Public) Company Limited. The system should be announced at once at each cargo terminal, the steps of service at cargo terminal 1 should be organized the same as at cargo terminal 2, cargo should be inspected at any time until loading. Also, tools and other equipment such as telephone and documents for serving customers should be managed to smooth the service process, more staff in charge of receiving – forwarding cargo, the enlargement of parking area including organizing rules and queues for parking is needed. In addition, service space should be portioned enough for all customers waiting for service. For creation, television, newspapers and magazines should be supplied for serving customer during waiting for receiving – forwarding cargo. Finally, the ventilation system at the area for receiving – forwarding cargo should be improved and toilets in all buildings should be opened and every one hour to be ready for serving customers.

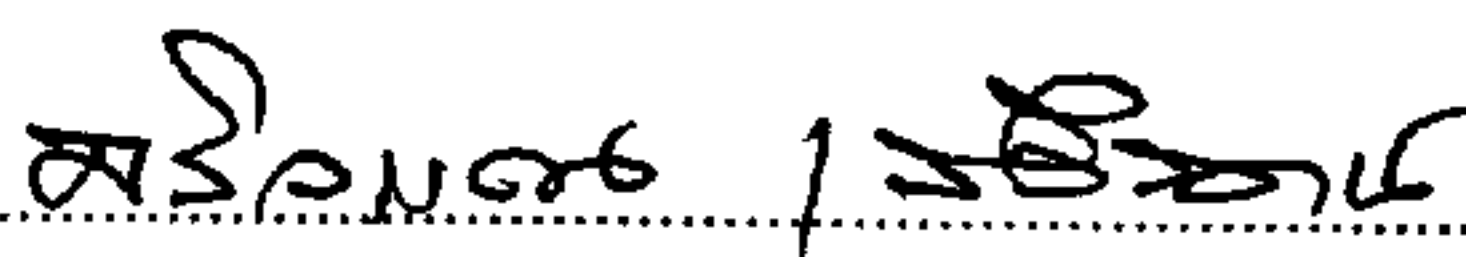
อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



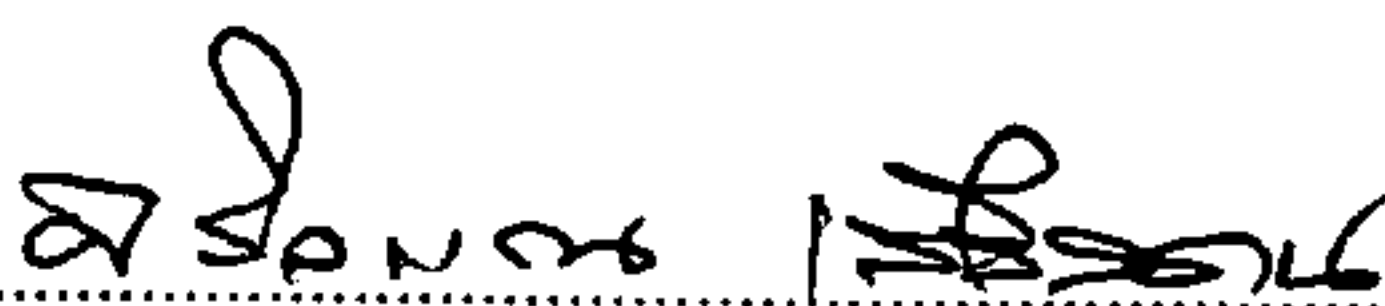
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



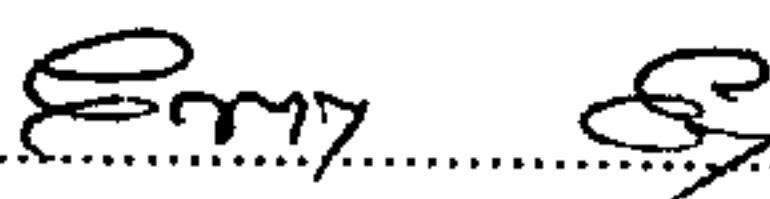
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ



ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)



กรรมการ

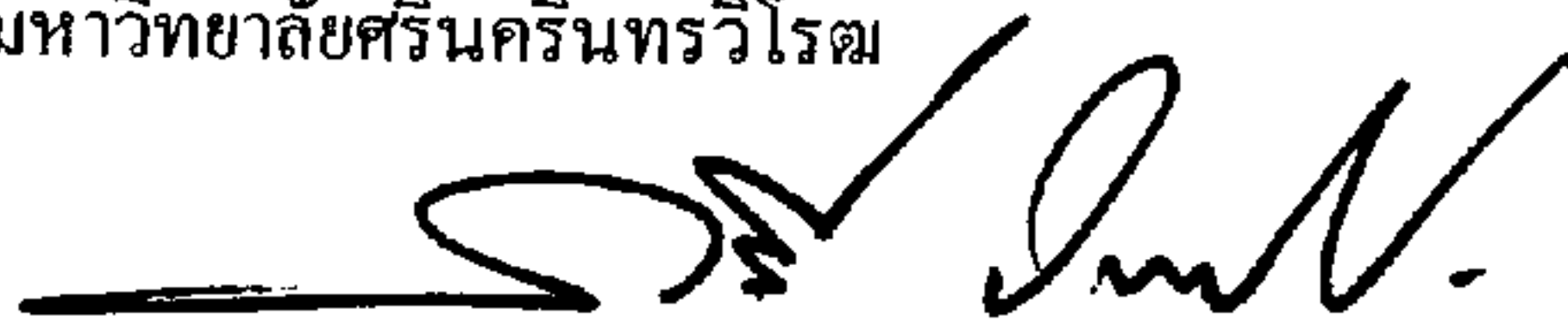
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจำ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)

วันที่ 6 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานและบุคคลหลายฝ่าย ซึ่งให้การสนับสนุน ให้ข้อคิดเห็นและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเป็นอย่างมาก ผู้ศึกษาได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำปรึกษาแนะนำตลอดจนให้ข้อเสนอแนะในการศึกษา และแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น นอกจากนั้นผู้ศึกษายังได้รับความกรุณาเป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และอาจารย์ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง ซึ่งกรุณาให้คำปรึกษาลดจนได้ให้คำแนะนำเพิ่มเติมเพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ทุกท่านในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ที่ให้ความอนุเคราะห์จนสำเร็จในครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่บิดามารดาและคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา อบรมสั่งสอนแก่ผู้วิจัยจนประสบความสำเร็จ

บรรยง เหล่าตระกูลงาม

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	2
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	2
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบความคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	5
สมมุติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ความหมายของความพึงพอใจ.....	7
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ.....	8
ความหมายของการบริการ.....	25
แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ.....	27
ข้อมูลคลังสินค้าการบินไทย.....	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	36
การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	36
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
สถิติที่ใช้.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค้นคว้า.....	44
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	85
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	85
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	90
อภิปรายผล.....	93
ข้อเสนอแนะ.....	100
บรรณานุกรม.....	102
ภาคผนวก.....	105
ภาคผนวก ก.....	106
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	107
ภาคผนวก ข.....	110
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม.....	111
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	114

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตาม เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ประเภทลูกค้า คลังสินค้า ระยะเวลา และปริมาณการขนส่งสินค้า.....	44
2	แสดงระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ โดยรวมและรายด้าน.....	48
3	แสดงระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง.....	49
4	แสดงระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ในด้านระบบการให้บริการ.....	50
5	แสดงระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ในด้านกระบวนการให้บริการ.....	51
6	แสดงระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ.....	52
7	แสดงระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ในด้านสถานที่.....	54
8	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการ จำแนกตาม เพศ.....	57
9	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการ จำแนกตาม อายุ.....	59
10	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการให้บริการ จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	62
11	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อการบริการด้านรวม ด้านรวม.....	63
12	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ.....	64
13	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ ด้านสถานที่.....	65
14	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการให้บริการ จำแนกตาม ประเภทลูกค้าที่มาใช้บริการ.....	67
15	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการให้บริการ จำแนกตาม คลังสินค้าที่ใช้บริการ.....	69
16	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการให้บริการ จำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้บริการ.....	71
17	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ ด้านรวม.....	72

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ด้านระบบการให้บริการ.....	73
19 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการให้บริการ จำแนกตามปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง.....	76
20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน กับ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ด้านรวม.....	77
21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ด้านระบบการให้บริการ.....	79
22 ข้อควรปรับปรุงจากการให้บริการ.....	82
21 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ จากการให้บริการ.....	84

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความจำเป็นความต้องการความพอใจ.....	8
2	แสดงความต้องการของมนุษย์.....	10
3	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความพอใจ ไม่พอใจ.....	13
4	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์จิตใจของ Maslow และ Herzberg.....	14
5	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีของ Maslow และ Herzberg.....	15
6	เปรียบเทียบแนวความคิด ความต้องการของ Maslow และ Herzberg.....	18
7	แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของมนุษย์ จากทฤษฎีจิตใจของ Maslow, Alderfer, Mc Clelland และ Herzberg.....	19
8	ทฤษฎีความคาดหวังของมูลเหตุแรงจูงใจ.....	21
9	ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของทฤษฎีความคาดหวัง.....	22
10	แสดงการเปรียบเทียบความเสมอภาคทางสังคม.....	24

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

โลกของการแข่งขัน ทางธุรกิจที่มีพัฒนาการจากอดีตที่เรียบง่าย เป็นการประกอบธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาลมีสินค้าหลากหลาย ประเภทเพื่อสนองต่อความต้องการของมนุษย์ที่มีอยู่อย่างไม่จำกัดได้อย่างที่ไม่เคยมีมาก่อนในอดีต บริษัทข้ามชาติสามารถมีอิทธิพลครอบคลุม ไปยังทุกภูมิภาคแม้ว่าจะมีพื้นฐานในการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิงองค์กรข้ามชาติขนาดใหญ่สามารถแผ่ขยายเครือข่ายของตนไปทั่วทุกมุมโลก แม้กระทั่งในโลกของคอมพิวเตอร์ซึ่งพบกับความล้มเหลวและถึงแก่การล่มสลายของค่ายคอมพิวเตอร์ในยุโรปตะวันออกในปี ค.ศ. 1989 อันหมายถึงการสิ้นสุดยุคสงครามเย็น และเริ่มเปิดศักราชของยุคหลังสงครามเย็น (Post Cold War Era) นั้นจึงเป็นสัญลักษณ์ของการเปิดพรมแดนในด้าน การเชื่อมโยงทางการค้าการลงทุนการบริการและอื่นๆ โดยไม่มีข้อจำกัดอันเกิดจากความตึงเครียดหรือเส้นแบ่งเขตทางการเมืองดังแต่ก่อน สิ่งเหล่านี้เองจึงเป็นเงื่อนไขสู่การขยายตัวของโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งมีอัตราเร่งที่สูงขึ้นทั้งนี้ นอกเหนือจากปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงของ ระบบโลกที่มีส่วนช่วยกระตุ้นการขยายตัวของโลกาภิวัตน์แล้ว การพัฒนาของเทคโนโลยีทางการสื่อสาร การคมนาคม และสารสนเทศนับเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งในการทำให้โลกาภิวัตน์เป็นรูปธรรม (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. 2543 : 27-29)

การขยายตัวของปรากฏการณ์โลกาภิวัตน์ อันเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศนั้น ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของเศรษฐกิจและธุรกิจภายในของแต่ละประเทศอย่างกว้างขวาง ต่อเนื่อง และเป็นลูกโซ่ โลกไร้พรมแดนเป็นตัวสะท้อนถึงอุปสรรคในด้านการค้า การลงทุน บริการและอื่น ๆ มีแนวโน้มลดลงไปด้วย การเปลี่ยนแปลงมาในรูปลักษณะของการลดกฎเกณฑ์หรือขั้นตอนต่าง ๆ ลงเพื่อเปิดประตูการค้า การลงทุน ตลอดจนการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตให้มีความเสรีมากขึ้น อีกทั้งธุรกิจการค้าข้ามชาติที่เฟื่องฟูตามกระแสโลกไร้พรมแดนได้ส่งผลในทางบวกมายังธุรกิจ ด้านการบินธุรกิจการขนส่งสินค้าข้ามชาติโดยตรงที่สุดและมีอัตราความเจริญเติบโตอย่างมากแม้ในช่วงระยะเวลานั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับการเจริญเติบโตของธุรกิจคลังสินค้าของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ได้เปิดดำเนินการเมื่อปี พ.ศ. 2526 ซึ่งสามารถขนถ่ายสินค้าในปริมาณถึง 125,990 ตันต่อปี และจากปริมาณการขนส่งสินค้าที่เพิ่มขึ้นสูงกว่าที่ทุกฝ่ายคาดคิด จึงเป็นที่มาของการเปิดทำการคลังสินค้าใหม่ในปี 2528 ซึ่งปริมาณการขนถ่ายสินค้าในปีดังกล่าวเพิ่มเป็น 167,054 ตัน ซึ่งนับเป็นอัตราการเพิ่มกว่าร้อยละ 30 จากปีแรกที่เปิดดำเนินการ และนอกจากนั้นแล้วในปีต่อ ๆ มาสถิติอัตราการขนถ่ายสินค้าของคลังสินค้าการบินไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี จนถึงปัจจุบัน สถิติ ณ สิ้นปี 2543 ปริมาณการขนถ่ายสินค้ามีอัตราสูงถึง 752,202 ตัน และแม้ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวเช่นปัจจุบัน คลังสินค้าการบินไทยยังคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2549 จะมีปริมาณการขนถ่ายสินค้าของการบินไทยสูงถึง 967,681 ตันซึ่งนับเป็นปริมาณที่สูงมากหลายเท่าตัวเมื่อเปรียบเทียบกับอดีตในระยะเริ่มต้น

ภาวะการขยายตัวในอัตราที่สูงมากของธุรกิจการขนส่งสินค้าของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ส่งผลให้องค์กรต้องเตรียมการรองรับและขยายคลังสินค้าที่จะมีขึ้นในอนาคตอันใกล้นี้ เพื่อให้การบริการกับลูกค้าได้อย่างทั่วถึง มีความสะดวกสบาย และมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยเฉพาะความพึงพอใจของลูกค้า นับเป็นปัจจัยสำคัญสูงสุดประการหนึ่งที่ส่งผลให้องค์กรธุรกิจต่าง ๆ กลายเป็นองค์กรดีเด่น ประสบความสำเร็จในระดับสูง ดังที่ คณบดี เทียน พุฒ (2543 : 10) ที่กล่าวไว้ว่า การมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการหรือชนะใจลูกค้านั้น ควรเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง และตอบสนองลูกค้าด้วยบริการเป็นเลิศ โดยเสนอสิ่งที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงความสามารถในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสม สรุปได้ว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นการนำเสนอบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ไปยังลูกค้า โดยบริการเหล่านั้นควรเป็นบริการที่มีคุณภาพ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับความคาดหวังหรือความต้องการของ ลูกค้ามากที่สุดจนทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจใน บริการและกลับมาใช้บริการอีกในโอกาสต่อไป

จากความสำคัญของ ความพึงพอใจของลูกค้าที่จะส่งผลต่อ ความสำเร็จของธุรกิจดังที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในระดับนานาชาติ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าคลังสินค้าบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้วยเหตุผลสำคัญใน ด้านการขยายตัวอย่างมากของธุรกิจดังกล่าวของบริษัทฯ ส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กรในภาพรวม ผู้วิจัยเห็นว่าการสนองตอบต่อความต้องการและความพึงพอใจอย่างเพียงพอ ทั่วถึง และเหมาะสมจะเป็นปัจจัยส่งเสริมให้ธุรกิจคลังสินค้าเติบโตยิ่ง ๆ ขึ้นไปได้ต่อไป

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

- 1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสถานที่
- 2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของ ลูกค้าจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของลูกค้าคลังสินค้าที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง
- 3 เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการให้บริการของลูกค้าต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ จะทำให้ได้ข้อมูลพื้นฐานในการบริหารจัดการ เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ ทั้งในด้านการให้ข้อมูล ระบบการให้บริการ กระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ สถานที่ให้บริการ และอื่น ๆ ของฝ่ายคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้ายที่ใช้บริการขนส่งทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่บริเวณ อาคารคลังสินค้าที่ 2 และอาคารคลังสินค้าที่ 3 จำนวน 5434 ราย [2544: บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)]

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษา เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากการที่ใช้ในการศึกษา โดยผู้ศึกษากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 360 ราย และจำแนกกลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ผู้ที่ใช้บริการที่อาคารคลังสินค้าที่ 2 จำนวน 180 ราย และอาคารคลังสินค้าที่ 3 จำนวน 180 ราย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามลักษณะสถานที่ของคลังสินค้าในสัดส่วนที่เท่ากัน เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ของลูกค้ายทั้งสองกลุ่ม

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

3.1.1 เพศ

3.1.1.1 เพศชาย

3.1.1.2 เพศหญิง

3.1.2 อายุ

3.1.2.1 อายุต่ำกว่า 26 ปี

3.1.2.2 อายุ 26-35 ปี

3.1.2.3 อายุ 36-45 ปี

3.1.2.4 อายุ 46-55 ปี

3.1.2.5 อายุ 56 ปีขึ้นไป

3.1.3 ระดับการศึกษา

3.1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

3.1.3.2 ปริญญาตรี

3.1.3.2 สูงกว่าปริญญาตรี

3.1.4 ประเภทของลูกค้าย

3.1.4.1 ลูกค้ายในกลุ่มตัวแทน (Agent)

3.1.4.2 ลูกค้ายทั่วไป

3.1.5 คลังสินค้าที่ท่านมาใช้บริการ

3.1.5.1 คลังสินค้าที่ 2

3.1.5.2 คลังสินค้าที่ 3

3.1.6 ระยะเวลาที่ใช้บริการ

3.1.6.1 ต่ำกว่า 1 ปี

3.1.6.2 1-5 ปี

3.1.6.3 6-10 ปี

3.1.6.4 มากกว่า 10 ปี

3.17 ปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง

3.1.7.1 ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์เบ็ดเตล็ด ไม่เกิน 10 กิโลกรัม/ครั้ง

3.1.7.2 ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์ประมาณ 10-100 กิโลกรัม/ครั้ง

3.1.7.3 ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์ประมาณ 101-1,000 กิโลกรัม/ครั้ง

3.1.7.4 ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์ประมาณ 1,001-5,000 กิโลกรัม/ครั้ง

3.1.7.5 ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์มากกว่า 5,000 กิโลกรัม/ครั้ง

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยแบ่งออกเป็น

3.2.1 ความพึงพอใจด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 ความพึงพอใจด้านระบบการให้บริการ

3.2.3 ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ

3.2.4 ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

3.2.5 ความพึงพอใจด้านสถานที่

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การขนส่งสินค้าทางอากาศ หมายถึง การนำวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องการขนส่งไปยังสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศ โดยใช้เครื่องบินเป็นยานพาหนะ ซึ่งอาจจะขนส่งไปพร้อมกับเครื่องบิน ที่มีผู้โดยสาร หรือเครื่องบินขนส่งโดยเฉพาะก็ได้

2. คลังสินค้า หมายถึง คลังสินค้าของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ สนามบินดอนเมือง

3. ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

3.1 ลูกค้าในกลุ่มตัวแทน หมายถึง ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในลักษณะตัวแทน (Agent) ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหญ่ มียอดใช้บริการจำนวนมาก มีสภาพเป็นนิติบุคคล และมีลูกค้ารายย่อยใช้บริการผ่านบริษัทตัวแทนดังกล่าว

3.2 ลูกค้าทั่วไป หมายถึง ลูกค้าที่เป็นทั้ง บุคคลธรรมดา และนิติบุคคล ที่เป็นผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยตรง

4. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้านคือ

4.1 การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากได้จากเจ้าหน้าที่ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

4.2 ระบบการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนในการให้บริการ การกำหนดเงื่อนไขการให้บริการ เวลาที่ใช้ในการให้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้ในการให้บริการการปรับเปลี่ยนสถานการณ์ในกรณีฉุกเฉิน

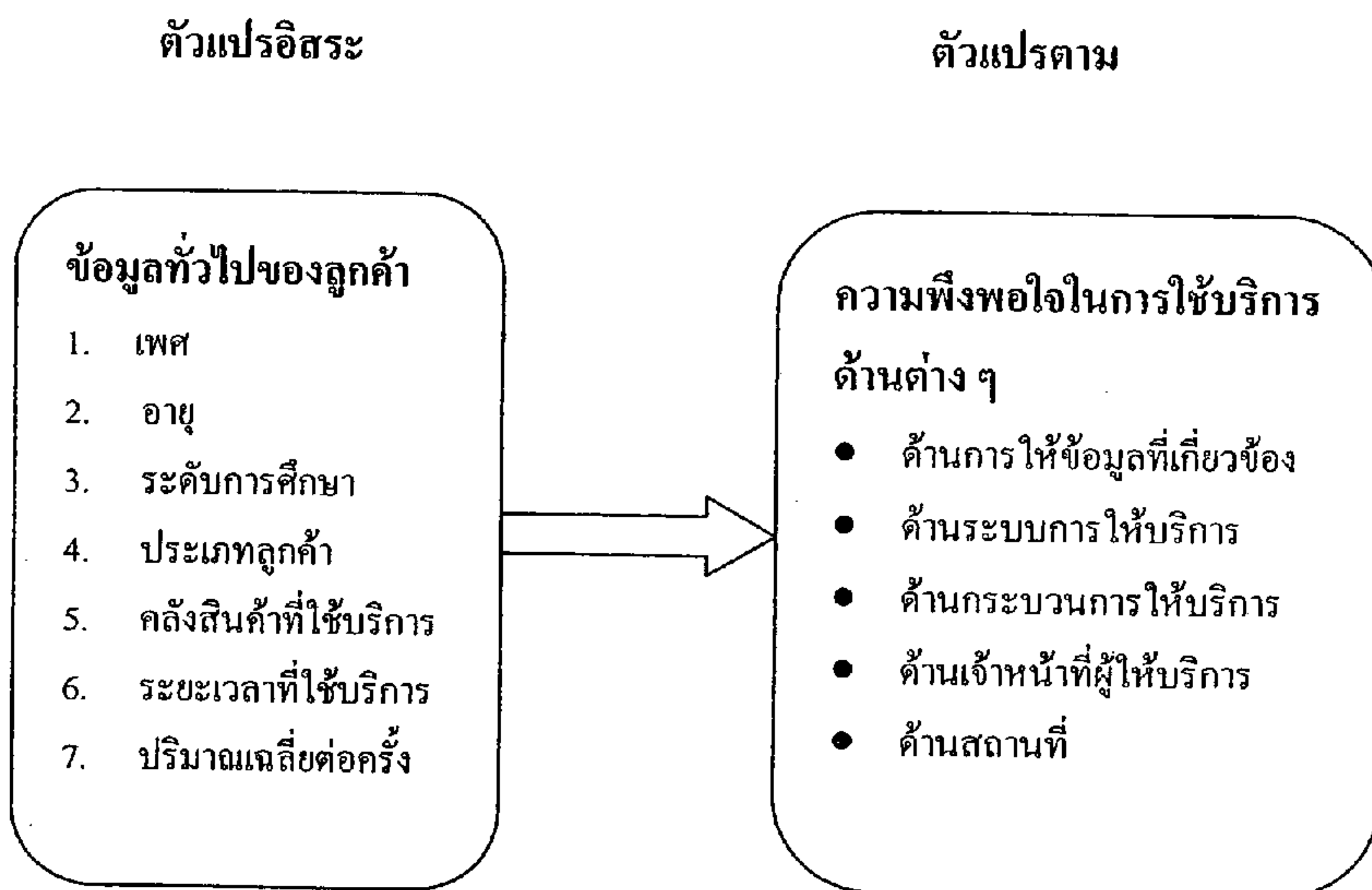
4.3 กระบวนการให้บริการ หมายถึงขั้นตอนการให้บริการ ขั้นตอนการเตรียมการจัดส่งสินค้ากระบวนการทำงาน ขั้นตอนการรับ-ส่งสินค้า ความเสมอภาคในการให้บริการ ความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ

4.4 เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ให้บริการ ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ กับลูกค้า

4.5 สถานที่ หมายถึง บริเวณที่ให้บริการ ได้แก่ เคาน์เตอร์ สถานที่จอดรถ สถานที่ ในการติดต่อใช้บริการ รวมถึงอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้

กรอบความคิดในการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีกรอบความคิดในการศึกษาค้นคว้า (Conceptual Framework) ดังนี้



สมมติฐานในการศึกษากันว่า

- 1 ลูกค้ายี่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
- 2 ลูกค้ายี่อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
- 3 ลูกค้ายี่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
- 4 ประเภทลูกค้ายี่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
- 5 คลังสินค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
- 6 ลูกค้ายี่ใช้บริการในระยะเวลาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
- 7 ลูกค้ายี่มีปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำกรวิจัยและได้นำเสนอแนวทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดย ผู้วิจัยจะมีการแบ่งเอกสารออกเป็นหมวดหมู่ ดังนี้

1. ความหมายของความพึงพอใจ
2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
3. ความหมายของการบริการ
4. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ
5. ข้อมูลคลังสินค้าการบินไทย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของความพึงพอใจ

จรัส มาสุวรรณ (2538 : 5) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ โดยสรุปได้ว่าเป็นความรู้สึกที่รักชอบประทับใจหรือทัศนคติที่ของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ ซึ่งถ้ามีความพึงพอใจต่อสิ่งใดแล้วก็จะมีผลให้อุทิศร่างกาย แรงใจ และสติปัญญาเพื่อที่จะทำในสิ่งนั้น ๆ

ไมตรี วิไลกิจ (2539 : 8) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจพอสรุปได้ว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงประมาณว่า โดยมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

ภักดี วิไลกิจ (2539 : 22) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยจะปรากฏออกมาทางพฤติกรรม ถ้าบุคคลมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมใดแล้วย่อมทำให้นุคคลนั้นเกิดความรู้สึกดี อุทิศร่างกายแรงใจและสติปัญญาที่จะกระทำในกิจกรรมนั้น ๆ

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 27) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่าหมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ เมื่อบุคคลอุทิศร่างกายแรงใจและสติปัญญาเพื่อกระทำสิ่งนั้น ๆ

ศรัทธา วุฒิพงศ์ (2542 : 12) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจพอสรุปได้ว่าเป็นความรู้สึกที่ดีที่ชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ และจะแสดงออกทางพฤติกรรม โดยการพอใจสิ่งใดแล้วก็อยากเข้าร่วมทั้งกายและจิตใจ

ธัญวรัตน์ กฤษณะรัตน์ (2542 : 10) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในลักษณะการประเมินค่าว่าเป็นไปในทิศทางบวก ลบ หรือไม่มีทิศทาง

จุมพล สัตยาภรณ์ (2542 : 9) กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็น องค์ประกอบด้านความรู้สึกด้านทัศนคติซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้แต่เป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า โดยบ่งบอกทิศทางว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก ทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้านั้น

แมคคอร์มิคและไลเกน (McCormick and Ligen . 1980 : 303) ให้ความหมายความพึงพอใจในการปฏิบัติงานว่า เป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติซึ่งมีในสมาชิกขององค์การคือ ทัศนคติที่มีต่องานของเขา กล่าวอีกอย่างก็คือ เป็นความรู้สึกที่มีต่องาน

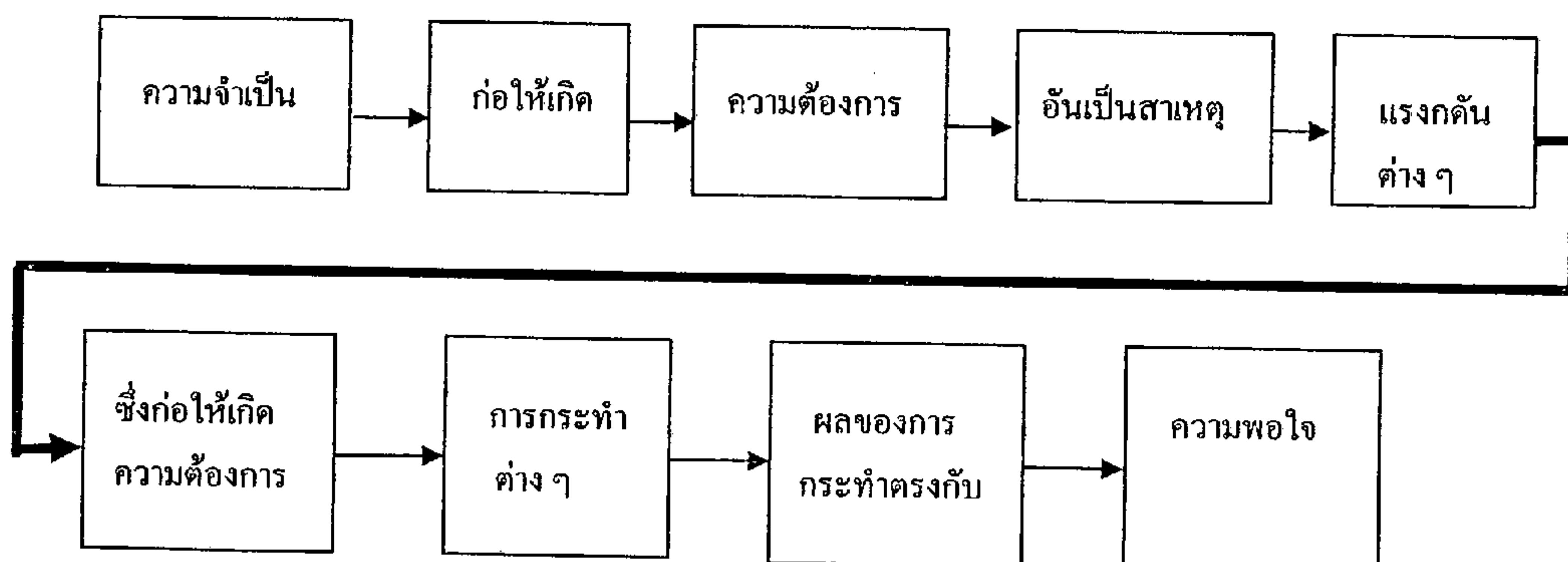
มิลตัน (Milton . 1981 : 151) กล่าวว่าความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน หมายถึงเป็นภาวะของความพึงพอใจหรือภาวะของการมีอารมณ์ในทางบวกที่มีผลเกิดขึ้นจากการประเมินประสบการณ์ในงานของคน ๆ หนึ่ง

จากความหมายของนักวิชาการจำนวนมากดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นสภาพความรู้สึกในทางบวกต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น บุคคล สิ่งของ สินค้าและบริการ กิจกรรม เป็นต้น

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ในการศึกษา พฤติกรรมของบุคคลในองค์การจะเห็นว่าบางคนทำงานหนักด้วยความเต็มอกเต็มใจกว่าคนอื่น บางคนแสดงให้เห็นว่า มีสิ่งจูงใจที่ทำให้เขาใช้ความพยายามมากเพื่อทำงานให้สำเร็จใน ขณะที่บางคนไม่ใช้ความพยายามเลยและเมื่อทราบแล้วว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นไปโดยสมมุติฐานที่สัมพันธ์กันอยู่ 3 ประการ คือพฤติกรรมเกิดขึ้นเพราะมีสาเหตุ มีสิ่งจูงใจและมีจุดมุ่งหมายเสมอ (กรองแก้ว อยู่สุข. 2533 : 71)

ดังนั้น การจูงใจจึงเป็นเรื่องสำคัญ เรื่องหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลในองค์การ โดยพิจารณากระบวนการที่มีผลเกี่ยวเนื่องกับการกระทำที่เกิดขึ้น โดยเริ่มต้นจากความจำเป็นซึ่งก่อให้เกิดความต้องการ และความต้องการนี้จะทำให้เกิดแรงกดดัน ที่จะพยายามหาหนทางตอบสนองความต้องการของคน จึงเกิดการกระทำต่าง ๆ ขึ้น (ไพลิน ผ่องใส. 2531 : 206)



ภาพประกอบ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความจำเป็น-ความต้องการ-ความพอใจ

ที่มา : Davis, K. and Newstrom, W. J. (1985). *Human Behavior at Work : Organizational behavior*. p.373. 7th ed. New York : McGraw-Hill Book.

ดังนั้นความพึงพอใจในการปฏิบัติงานจึงเกี่ยวข้องกับทฤษฎีแรงจูงใจและนักวิชาการได้เสนอแบ่งกลุ่มแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจการทำงาน ดังนี้

1.ทฤษฎีที่เน้นเนื้อหา (Content Theories)

- 1.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's Need Hierarchy)
- 1.2 ทฤษฎีการจูงใจ – คำจุน ของ Herzberg (The Motivation-Hygiene Theory)
- 1.3 ทฤษฎีแรงจูงใจทางด้านความสำเร็จ ของ McClelland (McClelland's- Achievement Motivation Theory)

- 1.4 ทฤษฎี E.R.G. ของ Alderfer (Alderfer's Existence Relatedness-Growth Theory)

2.ทฤษฎีที่เน้นกระบวนการ (Process Theories)

- 2.1 ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของ Vroom
- 2.2 ทฤษฎีความเสมอภาค (Equity Theory) ของ Adams

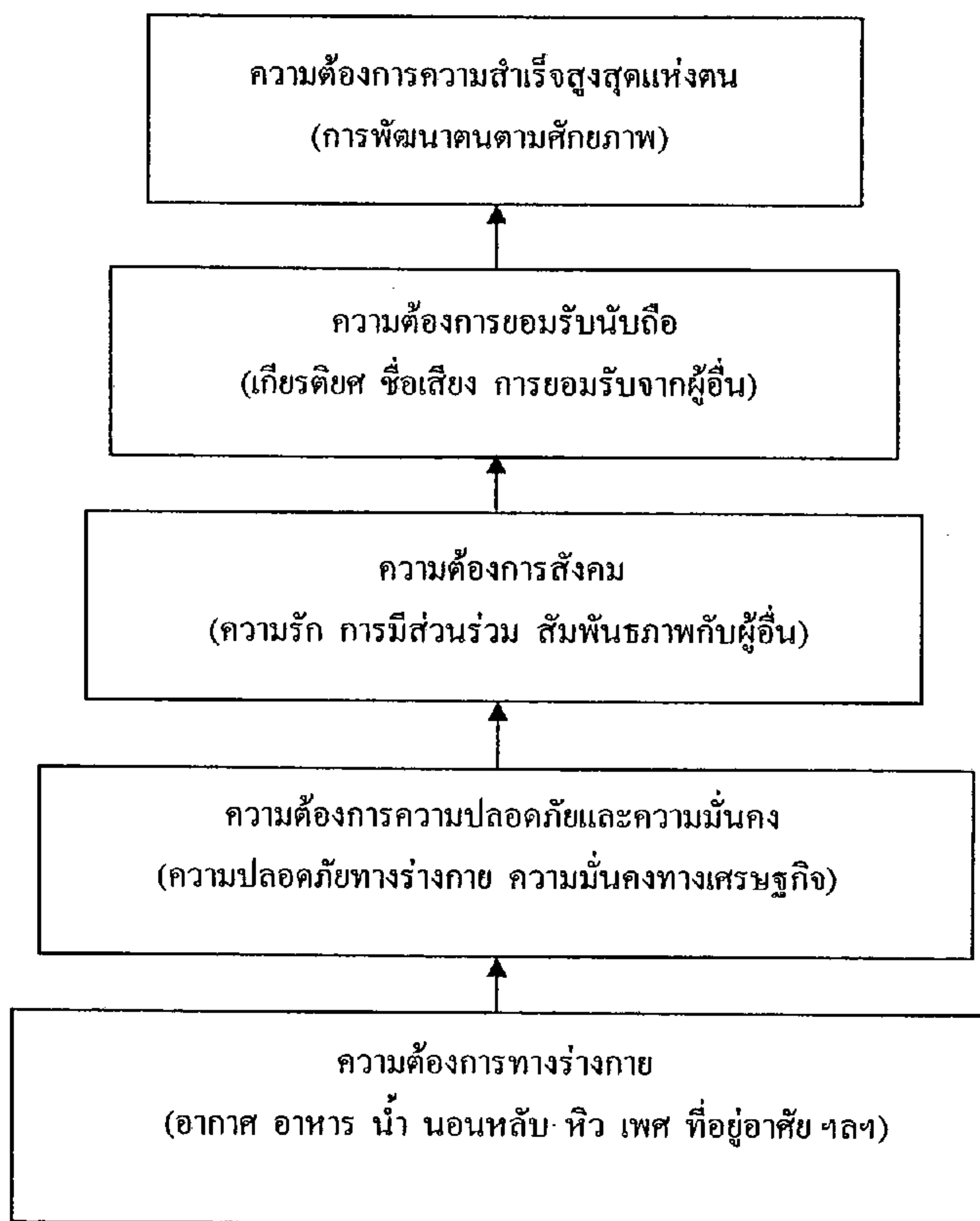
1. ทฤษฎีที่เน้นเนื้อหา (Content Theories)

1.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's Need Hierarchy)

Abraham H. Maslow เป็นนักจิตวิทยาได้ศึกษาค้นคว้าถึงความต้องการของมนุษย์ เป็นผู้ที่เน้นเกี่ยวกับความสามารถของแต่ละบุคคลในการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง (พยอม วงศ์สารศรี. 2531 : 165) Maslow ได้ตั้งสมมุติฐานเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ไว้ดังนี้ (สมพงษ์ เกษมสิน. 2523 : 305)

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีสิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่าเขามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขณะที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้ไม่มีสิ้นสุดและจะเริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม
3. ความต้องการของมนุษย์มีความสำคัญเป็นลำดับขั้นตอน กล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of needs) 5 ขั้นมีดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพประกอบ 2 แสดงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์

ที่มา : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2536). *ประมวลสาระชุดวิชาทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารการศึกษา*
 หน่วยที่ 6. หน้า 136. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นแรกของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ ความง่วง ความปรารถนาทางเพศ ความต้องการทางด้านร่างกายเป็นเสมือนพื้นฐานที่มาก่อนความต้องการสิ่งอื่นทั้งหมด ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนก็ต่อเมื่อความต้องการทั้งหมดของคนไม่ได้รับการตอบสนอง
2. ความต้องการทางด้านความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่จะได้รับการคุ้มครองปลอดภัย จากภัยอันตรายต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับร่างกาย รวมถึงความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ หน้าที่การงานสถานะทางสังคม และการส่งเสริมเพื่อให้เกิดความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ
3. ความต้องการทางด้านสังคมและความรัก (Belongingness and Love Needs) เป็นความต้องการเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกัน การได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นและเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทางสังคม เช่น ความรัก ความเป็นเจ้าของและความรักใคร่ ซึ่งคนเราจะแสวงหาเพื่อปรารถนาจะมีเพื่อนพ้อง
4. ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) เป็นความต้องการที่จะเป็นบุคคลที่มีความมั่นใจในตนเองและมีบุคคลอื่นยอมรับนับถือยกย่องสรรเสริญในความรู้ความสามารถ เมื่อทำงานสิ่งหนึ่งสำเร็จและมีความพึงพอใจในการมีฐานะเด่นทางสังคมซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า
5. ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ เป็นความต้องการที่อยากจะสำเร็จทุกสิ่งทุกอย่างตามความนึกคิดที่ตนเองใฝ่ฝันไว้

สรุปว่าทฤษฎีความต้องการของ Maslow ทั้ง 5 ขั้น มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ ซึ่งจะแสวงหาการตอบสนองความต้องการของตนไม่มีที่สิ้นสุด เพื่อให้ชีวิตดำรงอยู่ในสังคมต่อไปได้อย่างมีความสุข

1.2 ทฤษฎีการจูงใจ-กำลังใจของ Herzberg (The Motivation-Hygiene Theory)

ทฤษฎีการจูงใจของ Herzberg มีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไป เช่น Motivation-Maintenance Theory, Dual Factor Theory, Herzberg's Two-factor Theory

เฮอริเบิร์กและคนอื่น (Herzberg and others. 1959) ได้ศึกษาค้นคว้าวิจัย โดยวิธีการสัมภาษณ์นักบัญชีและวิศวกร 200 คน จากธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เมืองพิทสเบิร์ก มลรัฐเพนซิลเวเนีย สหรัฐอเมริกา (ไพลิน ผ่องใส. 2536 : 216) จากผลการวิเคราะห์คำตอบที่ได้รับ Herzberg ได้ข้อสรุปว่า คนเรามีความต้องการที่แยกออกจากกันโดยอิสระอยู่ 2 ประเภทไม่ขึ้นอยู่ระหว่างกันและมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของคนในการทำงาน เขาค้นพบว่า เมื่อคนมีความรู้สึกไม่พอใจต่องานของพวกเขา พวกเขาจะหลุดถึงสภาพแวดล้อมการทำงานของพวกเขาในทางกลับกัน เมื่อพวกเขามีความรู้สึกที่ดีต่องานของพวกเขาพวกเขาจะหลุดถึงงานโดยตัวของมันเอง Herzberg เรียกความต้องการประเภทแรกว่าปัจจัยคำจูง (Hygiene Factor) เพราะว่าปัจจัยเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมการทำงานของคนและทำหน้าที่ป้องกันไม่ให้ความไม่พอใจในงานเกิดขึ้นเขาเรียกความต้องการประเภทที่สองว่าปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) เนื่องจากว่าปัจจัยเหล่านี้สามารถจูงใจคนให้ทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น (สมยศ นาวิการ. 2538 : 87)

ดังนั้น เฮอริเบิร์ก (Herzberg. 1959 : 44-115) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการจูงใจในการทำงานว่าคนที่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพนั้น มีปัจจัยเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความพอใจที่จะทำงาน ซึ่งเรียกว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) มี 5 ประการคือ

1. ความสำเร็จในงานที่ทำ (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลมีความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้น พอผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพอใจในผลงานสำเร็จของงานนั้นอย่างยิ่ง

2. การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้ บังคับบัญชาจากเพื่อนร่วมงาน จากผู้มาขอคำปรึกษา จากบุคคลในหน่วยงานหรือบุคคลทั่วไป การยอมรับนับถือนี้อาจอยู่ในรูปของการยกย่องชมเชย การแสดงความยินดี การให้กำลังใจหรือการแสดงออกอื่นใดที่ทำให้ถึงการยอมรับในความ สามารถ

3. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (Work Itself) หมายถึง งานที่น่าสนใจ งานที่ต้องอาศัยความริเริ่ม สร้างสรรค์ท้าทายให้ต้องลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะทำตั้งแต่ต้นจนจบได้โดยลำพังผู้เดียว

4. ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ ๆ และมีอำนาจรับผิดชอบอย่างเต็มที่ ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

5. ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง การได้รับเลื่อนระดับขึ้น การเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น มีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม ได้รับการฝึกอบรมและดูงาน

ถ้ามีสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นที่จะทำให้คนอยากที่จะทำงานด้วยความเต็มใจและมีความสุข

Herzberg อธิบายปัจจัยที่จะทำให้คนไม่พอใจที่จะทำงาน เรียกว่าปัจจัยต่ำ (Hygiene) ซึ่งเป็นสาเหตุ อันเกิดจากสภาพแวดล้อมในหน่วยงาน โดยไม่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบของงานมี 10 ประการคือ

1. เงินเดือน (Salary) หมายถึง เงินเดือนและการเลื่อนขึ้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้นเป็นที่พอใจของบุคคลที่ทำงาน

2. โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility Growth) หมายถึง การที่บุคคลได้รับการแต่งตั้ง เลื่อนตำแหน่งภายในหน่วยงาน การได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถและทักษะจากการปฏิบัติงาน

3. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relation Superior, Subordinate, Peers) หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็นปฏิกริยา หรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดี

4. สถานะทางอาชีพ (Status) หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคม มีเกียรติและศักดิ์ศรี

5. วิธีการปกครองบังคับบัญชา (Supervision Technical) หมายถึง ผู้บังคับบัญชามีความรู้ความสามารถในการปกครอง ไม่มีอคติ ยุติธรรม รวมทั้งสามารถเป็นผู้นำทางวิชาการและเทคโนโลยี

6. นโยบายและการบริหาร (Company Policy and Administration) หมายถึง การจัดการและการบริหารงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพ

7. สภาพและเงื่อนไขในการทำงาน (Working Conditions) หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงการนอน รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ

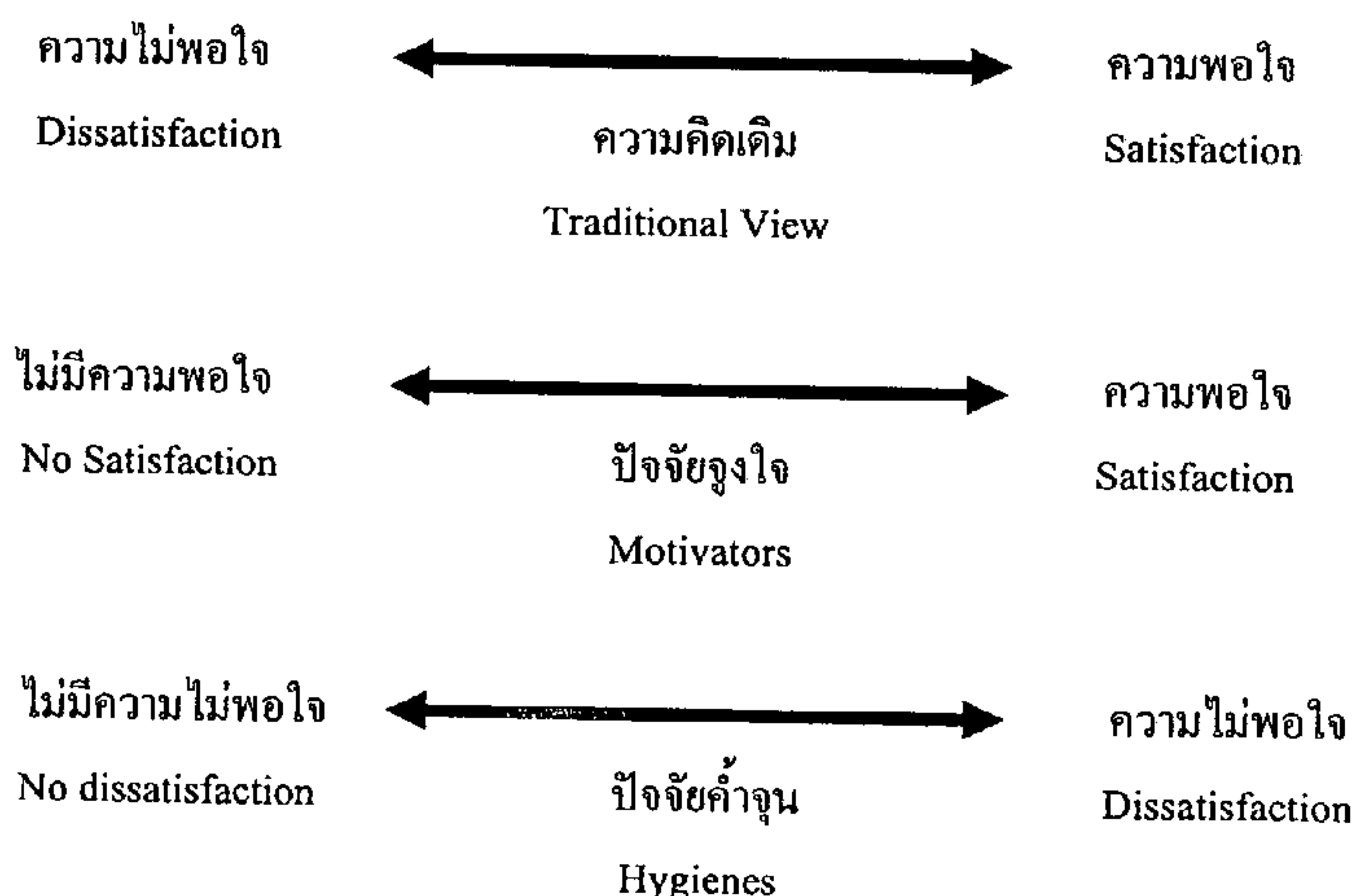
8. ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal Life) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีอันเป็นผลที่ได้รับจากงานในหน้าที่ของเขา เช่น การที่บุคคลต้องถูกย้ายไปทำงานในที่แห่งใหม่ซึ่งห่างไกลจากครอบครัวทำให้เขาไม่มีความสุข และไม่พอใจกับการทำงานในที่แห่งใหม่

9. ความมั่นคงในงาน (Job Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน และยั่งยืนของอาชีพหรือความมั่นคงขององค์กร

10. ความสำเร็จในงาน (Achievement) หมายถึง ความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายจนบรรลุผลสำเร็จ และมีความพอใจในงานนั้น

ปัจจัยเหล่านี้จะเป็นสาเหตุที่ทำให้คนไม่พอใจในการทำงาน โดยที่ปัจจัยเหล่านี้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอกฝ่ายบริหารสามารถป้องกันความไม่พอใจที่จะเกิดขึ้นได้

Herzberg มีความเห็นว่าสิ่งที่ตรงข้ามกับความพอใจ (Satisfaction) ไม่ใช่ความไม่พอใจ (Dissatisfaction) ดังที่เชื่อกันแต่เดิม การขจัดสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่พอใจออกไปได้ไม่จำเป็นว่าจะทำให้เกิดความพอใจขึ้นมาแทนที่เป็น แต่เพียงทำให้เป็นกลางคือยังยินดีที่จะทำงานต่อไปอย่างเดิมเท่านั้น Herzberg ให้ความเห็นว่าสิ่งที่ตรงข้ามกับความพอใจคือ “ไม่มีความพอใจ” (No satisfaction) และสิ่งที่ตรงข้ามกับความไม่พอใจคือ “ไม่มีความไม่พอใจ” (No dissatisfaction) (กรองแก้ว อยู่สุข. 2533 : 77)



ภาพประกอบ 3 แสดงความคิดเกี่ยวกับความพอใจ – ไม่พอใจ

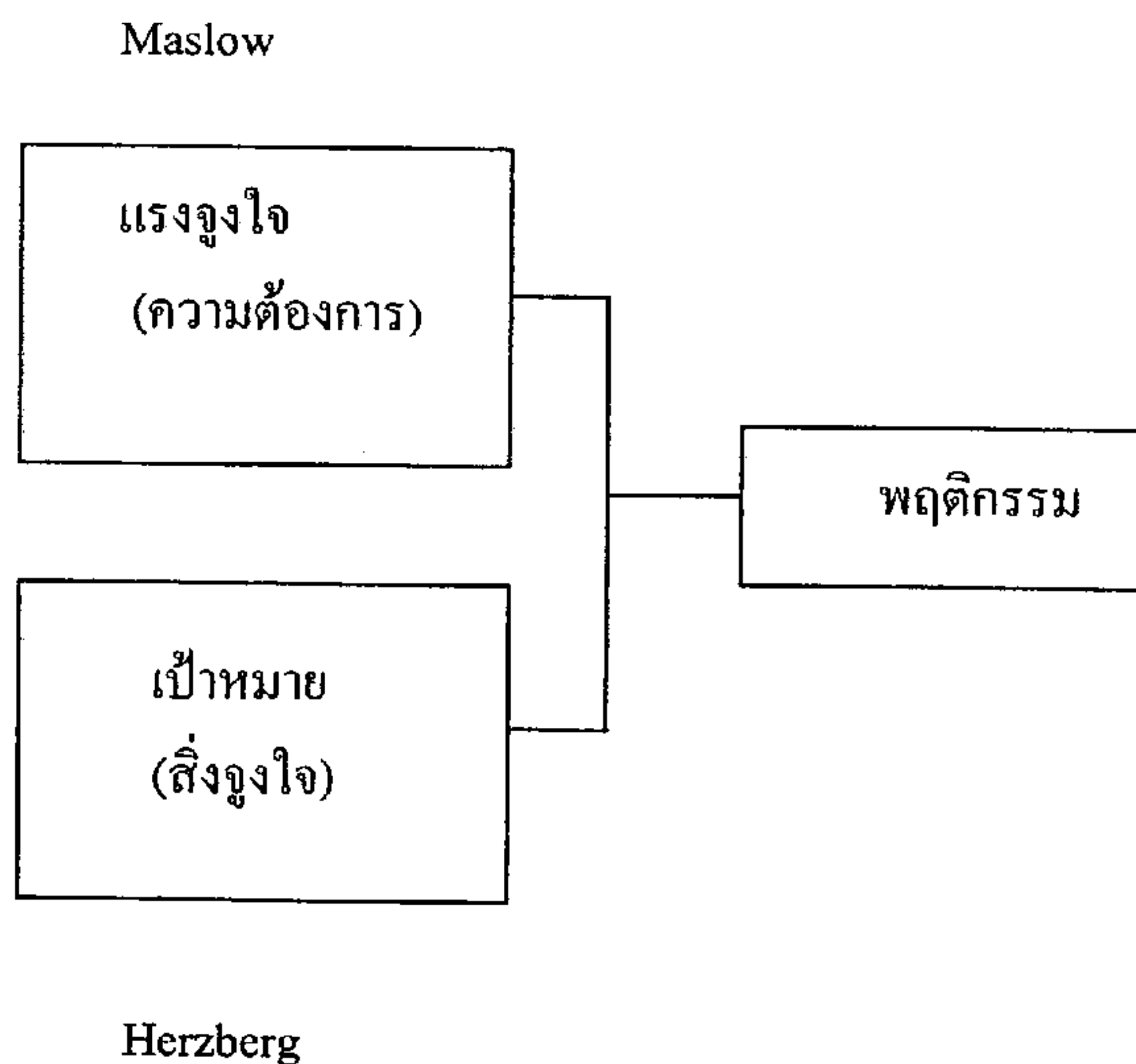
ที่มา : Hellriegel, Don and John, W. Slocum, Jr. (1992). *Management*. p. 43. 6th edition New: York Addison-Wesley Publishing .

แนวความคิดของ Herzberg นี้แยกสิ่งที่ทำให้เกิดความพอใจ กับสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่พอใจในงานออกจากกันอย่างเห็นได้ชัดเจน การลดสิ่งที่ทำให้ไม่พอใจสามารถทำให้เกิดความสงบในองค์กรได้ และอาจสร้างแรงจูงใจได้บ้างเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ไม่ใช่สิ่งจูงใจโดยตรง

สรุปทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ได้กล่าวถึงปัจจัย 2 กลุ่มที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานคือ ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุน โดยปัจจัยจูงใจจะเป็นสิ่งจูงใจให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และมีผลต่อความพึงพอใจงานที่ทำ ส่วน

ปัจจัยคำจูนมิได้เป็นสิ่งจูงใจใน การทำงานแต่ขาดหรือไม่มี ปัจจัยเหล่านี้จะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจแก่ผู้ที่ทำงานซึ่งจะมีหน้าที่ป้องกันหรือคำจูนไม่ให้เกิดอาการเกิดที่ถอยไม่ยอมทำงาน และจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานได้

ความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์การจูงใจของ Maslow และ Herzberg (สมยศ นาวิการ. 2538 : 83-89) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดลำดับขั้นความต้องการของ Maslow มีสาระในการชี้ให้เห็นถึงความต้องการหรือแรงจูงใจของบุคคลได้ ในขณะที่แนวคิดของ Herzberg จะช่วยให้เราเข้าใจถึงเป้าหมาย และจะเป็นสิ่งจูงใจที่จะตอบสนองความต้องการได้มากขึ้นดังแสดงไว้ในแผนภาพ



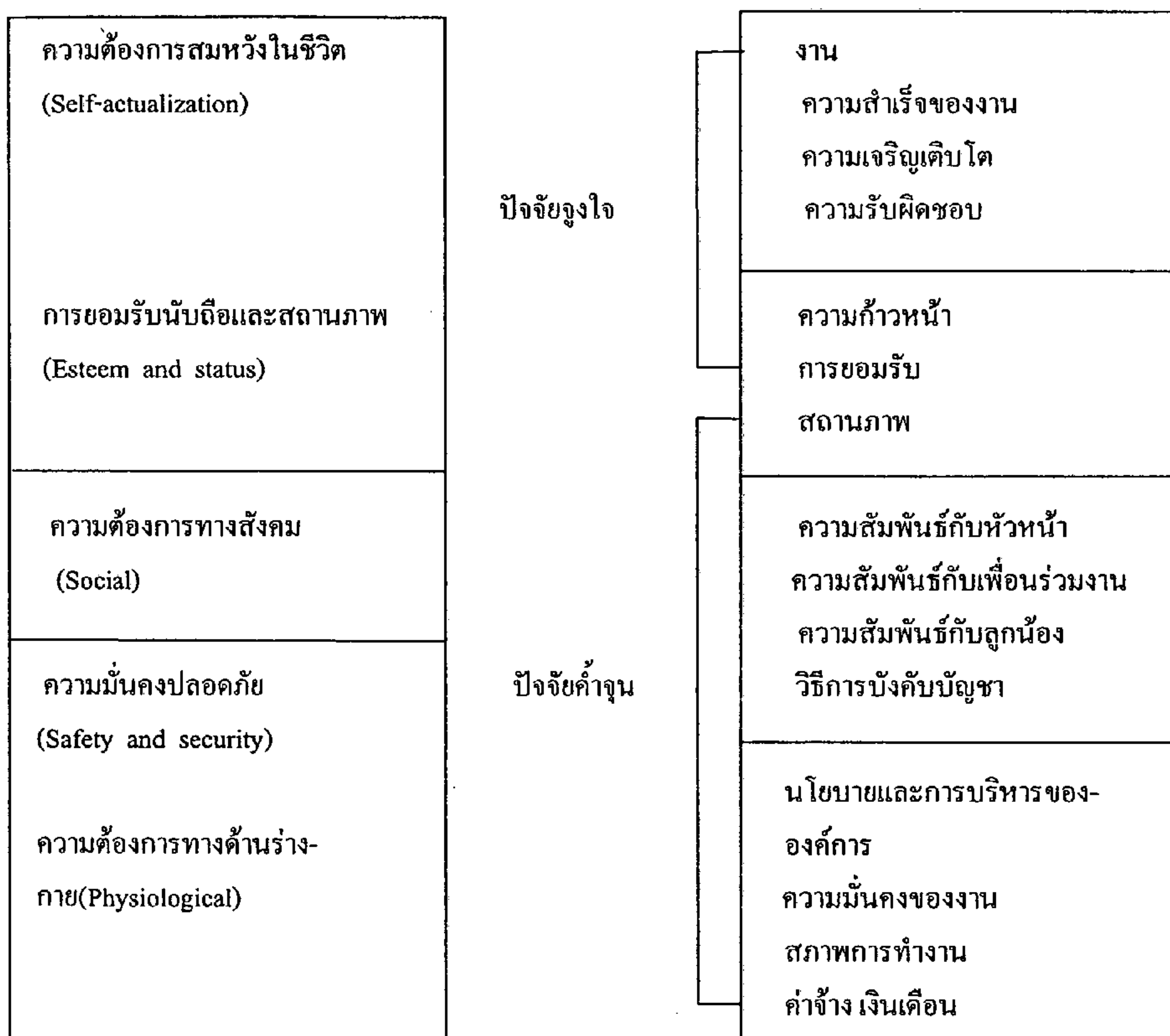
ภาพประกอบ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์จูงใจของ Maslow และ Herzberg

ที่มา : สมยศ นาวิการ. (2538). พฤติกรรมองค์การ. หน้า . 88. กรุงเทพฯ : บริษัทสามัคคี.

ดังนั้นภายในสถานการณ์ของการจูงใจถ้าหากเรารู้ว่าความต้องการอะไร (Maslow) ของบุคคลที่เราต้องการ มีอิทธิพลสูงเราสามารถพิจารณาดังเป้าหมาย (Herzberg) ที่ใช้ในการจูงใจบุคคลได้ ในขณะเดียวกันถ้าหากว่าเรารู้ว่าเป้าหมายอะไรที่บุคคลต้องการตอบสนอง เราสามารถคาดคะเนถึงความต้องการที่สูงของพวกเขาได้ สิ่งเหล่านี้เป็น ไปได้ เพราะว่าเราเคยพบว่าเงินและผลตอบแทนต่างๆ ตอบสนองความต้องการทางร่างกายและความมั่นคงได้ความ สัมพันธ์ส่วนบุคคล และการบังคับบัญชาเป็นตัวอย่าง ของปัจจัยคำจูนที่ตอบสนองความต้องการ ทางสังคมได้ความรับผิดชอบเพิ่มขึ้นงานที่ท้าทายความเจริญเติบโต และความก้าวหน้าเป็นปัจจัยจูงใจที่ตอบสนอง ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและความสมหวังของชีวิตได้

เดวิสและนิวสตรอม (Davis and Newstrom. 1986 : 77) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีของ Herzberg และ Maslow ไว้ดังนี้คือ เมื่อเราย้อนกลับไปพิจารณาถึงการจัดลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ซึ่ง

เป็นความต้องการด้านร่างกายเป็นส่วนใหญ่ ส่วนปัจจัยอื่นๆ นั้นสนองความต้องการลำดับสูงขึ้นไปซึ่งเป็นความต้องการด้านจิต ใจ ดังแสดงไว้ในแผนภาพ



ภาพประกอบ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีของ Herzberg และ Maslow

ที่มา : Davis, K. and Newstrom, W. J. (1985). *Human Behavior at Work : Organizational behavior*. p. 77. 7th ed.
New York : McGraw-Hill Book.

ทั้งสองคนจะมีแนวคิดบางอย่างคล้ายกันแต่ข้อแตกต่างที่สำคัญคือ Maslow เน้นความต้องการด้านจิตวิทยา ส่วนบุคคลโดยทั่วไปว่าคนต้องการอะไรหรืออะไรเป็นสิ่งผลักดันจิตใจให้คนแสดงพฤติกรรม ส่วน Herzberg ช่วยให้เราเข้าใจลึกซึ้ง ไปถึงเป้าหมายของคนและสิ่งจูงใจที่จะตอบสนองความต้องการเหล่านั้นจนเป็นที่พอใจด้วย ดังนั้นในสถานการณ์ที่จะสร้างแรงจูงใจ ถ้าเรารู้ว่าคนปรารถนาสิ่งใดมากที่สุด (Maslow) และเราต้องการจูงใจเขา เราก็จะ

สามารถกำหนดเป้าหมายว่าเราจะสร้างสภาพของการทำงานนั้นอย่างไรจึงจะจูงใจเขาได้ (Herzberg) ทำนองเดียวกัน ถ้าเรารู้ถึงเป้าหมายของคนว่าเขาพอใจหรือไม่สามารถคาดคะเนได้ถึงสิ่งที่เขาต้องการมากที่สุดเช่นกัน

จากภาพการเปรียบเทียบความต้องการด้านร่างกายความมั่นคงปลอดภัยด้านสังคมและส่วนหนึ่งของ Esteem คือ สถานภาพอันได้แก่ ตำแหน่งหน้าที่ถูกจัดให้เป็นปัจจัยจำจุน (Hygiene) เพราะสถานภาพเป็นเรื่องสำคัญมาก สำหรับคนส่วนใหญ่เป็นความกดดันทางสังคม (Social Pressure) ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนมาก ส่วนการยอมรับนับถือ (Recognition) นั้น ถ้าทางองค์กรสามารถให้แก่บุคคลได้จะทำให้คนเกิดความพอใจเป็นอย่างยิ่งจึงถูกจัดให้เป็นปัจจัยจูงใจ

1.3 ทฤษฎีแรงจูงใจทางด้านความสำเร็จของ McClelland (McClelland's Achievement Motivation Theory)

แมกเซแลน (McClelland, 1961 : 43-168) ได้เสนอแนวคิดว่ามีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน 3 อย่างด้วยกันคือ

1. ความต้องการด้านความสำเร็จ (Achievement) คนมีความต้องการประสบผลสำเร็จดีที่สุดเมื่อเทียบกับมาตรฐาน โดยมากมักจะนิยมตั้งเป้าหมายงานไว้ค่อนข้างสูง เป็นความต้องการเพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จที่จะกระทำให้สิ่งใดให้ดีกว่าและมีประสิทธิภาพสูงกว่าและมีผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย

2. ความเป็นพวกพ้อง (Affiliation) เป็นความปรารถนาเพื่อความเป็นมิตรไมตรีและความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างสนิทชิดชอบ หวังจะได้รับการมีน้ำใจตอบแทนจากคนอื่น ๆ ซึ่งเป็นความต้องการเพื่อสร้างและรักษาสัมพันธภาพกับคนอื่น

3. ความต้องการมีอำนาจ (Power) เป็นความต้องการที่อยากจะมีอำนาจเหนือบุคคลอื่น และจะมุ่งพยายามแสดงออกเพื่อมีอำนาจควบคุมในทางสังคมและมีความต้องการให้คนอื่นมีความประพฤติกหรือมีพฤติกรรมตามที่ต้องการไม่ให้มีพฤติกรรมเป็นไปอย่างอื่นหรือผิดไปจากที่ต้องการ

สรุปว่าการเลือกใช้แรงจูงใจจากความต้องการของคนดังกล่าว มีความสำคัญต่อองค์การมาก เช่นคนที่มีความต้องการหรือแรงจูงใจด้านสังคมสูงและด้านอำนาจต่ำแต่ทำงานในตำแหน่งที่ต้องการคนมีอิทธิพล และอำนาจสูงเพื่อประสิทธิภาพของงาน เขาจะทำงานสำเร็จด้วยดีไม่ได้เพราะแรงจูงใจหรือความต้องการไปกันคนละทิศทาง ผู้บริหารที่ดีที่สุดคือคนที่ต้องการด้านอำนาจสูงและความต้องการด้านสังคมต่ำ นอกจากนี้การมีแรงจูงใจด้านอำนาจสูงเป็นเรื่องจำเป็นต่อการที่มีประสิทธิภาพและเน้นว่าผู้ที่มีความต้องการสูงด้านสัมฤทธิ์ผลจะปฏิบัติงานได้ดีถึงแม้จะมีหรือไม่มีสิ่งจูงใจที่เป็นเงินก็ตาม

1.4 ทฤษฎีการจูงใจ E.R.G. ของ Alderfer (Alderfer's Existence Relatedness Growth Theory)

ออนเคอเฟอร์ (Alderfer, 1972 : 9-13) ได้กล่าวถึงทฤษฎี E.R.G. โดยได้จำแนกความต้องการออกเป็น 3 ประการคือ

1. ความต้องการเพื่อการดำรงชีวิต (Existence Needs) ความต้องการที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ รวมความต้องการทางด้านกายภาพกับความต้องการทางด้านความปลอดภัยทางด้านวัตถุที่อธิบายถึงความต้องการสองขั้นตอนแรก ในทฤษฎีการจูงใจของ Maslow เข้าไว้ด้วยกันและความต้องการแบบนี้จะเป็นแบบที่ว่า หากมีผู้หนึ่งได้รับความต้องการที่ว่านี้อีกฝ่ายหนึ่งก็ต้องเป็นฝ่ายเสียความต้องการนี้ไป

2. ความต้องการความสัมพันธ์ (Relatedness Needs) ความต้องการนี้ก็คือความต้องการในด้านการที่จะมีสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ อาทิ กับสมาชิกภายในครอบครัวกับเพื่อนร่วมงานกับเพื่อน กับบุคคลที่ตนเองมีความเกี่ยวข้องกันด้วย ความต้องการนี้ตรงกันข้ามกับความต้องการเพื่อการดำรงชีวิต ความพอใจของพวกเขาจะขึ้นอยู่กับการแบ่งส่วนซึ่งกันและกันความเข้าใจร่วมกันและอิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อกัน

3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth Needs) ความต้องการนี้เป็นผลจากการที่บุคคลเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจังกับสภาพแวดล้อมของเขา อาทิ ครอบครัว งานและกิจกรรมด้านสันติภาพ ความพอใจในการเจริญก้าวหน้าได้มาจากการที่บุคคลนั้นเผชิญปัญหาในสภาพแวดล้อมที่ทำให้เขาได้ใช้ความสามารถที่มีอยู่อย่างเต็มที่หรือได้พัฒนาความสามารถให้เพิ่มมากขึ้น

ทฤษฎีการจูงใจแบบนี้มีสิ่งที่จะต้องพิสูจน์อยู่หลายประการ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. ความต้องการเพื่อการดำรงชีวิตได้รับการตอบสนองให้เกิดความพอใจน้อยเท่าใดความต้องการเพื่อการดำรงชีวิตก็จะเป็นสิ่งที่พึงปรารถนามากยิ่งขึ้นเท่านั้น
2. ความต้องการความสัมพันธ์ได้รับการตอบสนองให้เกิดความพอใจน้อยเท่าใด ความต้องการเพื่อการดำรงชีวิตก็จะเป็นสิ่งที่พึงปรารถนามากยิ่งขึ้นเท่านั้น
3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า ได้รับการตอบสนองให้เกิดความพอใจน้อยเท่าใด ความต้องการความสัมพันธ์ก็จะเป็นสิ่งที่พึงปรารถนามากยิ่งขึ้นเท่านั้น
4. ความต้องการความสัมพันธ์ได้รับการตอบสนองให้เกิดความพอใจมากเท่าใด ความต้องการความเจริญก้าวหน้าก็จะเป็นสิ่งที่พึงปรารถนามากยิ่งขึ้นเท่านั้น
5. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า ได้รับการตอบสนองให้เกิดความพอใจมากเท่าใด ความต้องการความเจริญก้าวหน้าก็จะเป็นสิ่งที่พึงปรารถนามากยิ่งขึ้นเท่านั้น

ทฤษฎี E.R.G. ของ Alderfer มีความแตกต่างจากทฤษฎีความต้องการของ Maslow อยู่ 4 ประการคือ (Alderfer. 1972 : 24-28)

1. เป็นความแตกต่างของการแปลความหมายของความต้องการเหมือนกัน ดังแผนภาพข้างล่างนี้

ความต้องการแบบต่าง ของ Maslow (Maslow Categories)	ความต้องการแบบต่าง ๆ ของ Alderfer (E.R.G. Categories)
ความต้องการทางด้านร่างกาย	ความต้องการเพื่อความอยู่รอด
ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทางวัตถุ	
ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยระหว่างบุคคล	ความต้องการทางด้านความสัมพันธ์
ความต้องการทางด้านสังคม (ความรัก ความเป็นพวกพ้อง)	
ความต้องการมีเกียรติยศชื่อเสียงระหว่างบุคคล	
ความต้องการความมีชื่อเสียงเพื่อความมั่นใจในตนเอง	ความต้องการทางการเจริญเติบโต
ความต้องการทำอะไรสำเร็จสมใจปรารถนา	

ภาพประกอบ 6 เปรียบเทียบแนวคิดความต้องการของ Maslow และ Alderfer

ที่มา : เทพนม เมืองแมน และสรวง สุวรรณ. (2529). พฤติกรรมองค์การ. หน้า. 28. กรุงเทพฯ :

โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

2. ทฤษฎีความต้องการ E.R.G. ไม่ได้ยึดลำดับของความต้องการตายตัวแบบของ Maslow ซึ่ง Maslow กล่าวว่า “คนเราจะมีชีวิตอยู่เพื่อขนมปังเพียงอย่างเดียวเมื่อเขาไม่มีขนมปัง” แต่ Alderfer จะกล่าวว่า เขายังมีแรงจูงใจที่จะอยู่ต่อไปอยู่บ้าง จากความสัมพันธ์ที่มีอยู่กับครอบครัวและคนใกล้ชิด ยิ่งกว่านั้นข้อคิดของ E.R.G. ในข้อที่ 3 และข้อที่ 6 ได้ให้ข้อคิดว่า ความต้องการชนิดต่าง ๆ ของ Alderfer นั้น มีการเน้นหรือมุ่งไปสู่ระดับที่สูงขึ้นไปแต่ไม่ต้องการระดับความพอใจขั้นต่ำซึ่งเป็นเงื่อนไขอันหนึ่งภายใต้ทฤษฎีของ Maslow

3. ความแตกต่างจากการที่ Maslow อ้างว่า ความต้องการต่าง ๆ จะมีแนวโน้มหยุดการเป็นเครื่องกระตุ้นทันทีภายหลังที่ความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองในขั้นที่พอใจแล้ว Alderfer กล่าวว่า ขั้นตอนความต้องการดำเนินไปในรูปตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อความต้องการระดับที่สูงกว่าไม่ได้รับการตอบสนองก็จะเป็นสาเหตุให้ความต้องการในระดับที่ต่ำกว่าถูกกระตุ้นออกมา ดังตัวอย่างเช่น คนที่ผิดหวังในด้านของความรักหรือจิตใจหรือผิดหวังกับเพื่อนมีบ่อย ๆ ที่มีการกินเพิ่มมากขึ้น เป็นการทดแทนหรือชดเชยความต้องการทางด้านสัมพันธ์ดังนี้ เป็นต้น

4. ทฤษฎีความต้องการ E.R.G. พยายามที่จะแสดงความเกี่ยวพันว่าความพอใจมีผลต่อความต้องการอย่างไรทั้งยังได้พยายามที่จะแสดงให้เห็นด้วยว่าความต้องการที่เรื้อรังหรือแฝงอยู่มีผลต่อความพอใจอย่างไรด้วยโดยใช้แนวคิดอย่างเดียวกัน

สรุปทฤษฎีการจูงใจ E.R.G. ของ Alderfer แบ่งความต้องการของมนุษย์ออก 3 กลุ่มคือ ความต้องการดำรงชีวิตความต้องการสัมพันธ์และความต้องการเจริญก้าวหน้าโดยเชื่อว่าคนมีความต้องการมากกว่า 1 อย่างในขณะเดียวกันได้

สรุปกลุ่มทฤษฎีที่เน้นเนื้อหา (Content Theories) ได้ดังนี้

เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงโครงสร้างทางจิตภาพของบุคคลที่เป็นพลังกระตุ้นพฤติกรรมและทำให้มีพฤติกรรมอยู่ต่อไปหรือมุ่งที่จะทราบ ปัจจัยภายในของบุคคลที่มาจูงใจให้บุคคลนั้นๆ เกิดความต้องการเป็นพื้นฐานที่จะทำให้เกิดแรงขับ หรือแรงจูงใจที่จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมไปในทิศทางที่จะสู่เป้าหมาย โดยที่บุคคลแต่ละคนมีความต้องการต่าง ๆ กันปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานย่อมก่อให้เกิดการตอบสนองความพอใจที่ต่างกัน ซึ่งแนวคิดทฤษฎีต่างสามารถประยุกต์ใช้ในองค์การ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรเกิดความพึงพอใจองค์การ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจในทฤษฎีดังกล่าวจึงได้แสดงการเปรียบเทียบดังแผนภาพต่อไปนี้

Maslow	Alderfer	McClelland	Herzberg
ความต้องการสำเร็จตามความนึกคิด	ความต้องการก้าวหน้าเติบโต	ความต้องการด้านความสำเร็จ	ปัจจัยจูงใจ
ความต้องการมีฐานะเด่น		ความต้องการมีอำนาจ	
ความต้องการทางด้านสังคม	มีความสัมพันธ์กับฝ่ายอื่น	ความต้องการมีสายสัมพันธ์	ปัจจัยก้ำจุน
ความต้องการทางด้านความมั่นคง			
ความต้องการทางด้านร่างกาย	ความต้องการการอยู่รอด		

ภาพประกอบ 7 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของมนุษย์จากทฤษฎีการจูงใจของ Maslow, Alderfer, McClelland and Herzberg

ที่มา : ธงชัย สันติวงษ์. (2530). องค์การและการบริหาร. หน้า. 393. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช..

สรุปว่าความต้องการที่จะประสบความสำเร็จตามความนึกคิดของ Maslow จะใกล้เคียงคล้ายกันกับความ ต้องการด้านความสำเร็จของ McClelland ทำนองเดียวกับการที่จะมีฐานะเด่นของ Maslow นั้นดูเหมือนจะ เกี่ยวข้องกับความต้องการด้านอำนาจและ/หรือความสำเร็จของ McClelland ทำนองเดียวกันความต้องการก้าวหน้า เติบโตของ Alderfer ก็จะตรงกับความต้องการจะมีฐานะเด่นและความต้องการประสบความสำเร็จตามความนึกคิด ของ Maslow และที่ชัดเจนที่สุดคือความต้องการทางด้านสังคมของ Maslow จะคล้ายคลึงกับความต้องการมีสาย สัมพันธ์ของ McClelland โดยในเวลาเดียวกันก็จะตรงกับความต้องการมีฐานะที่นับถือของคนอื่น ความต้องการทาง สังคมและความต้องการมีความปลอดภัยจากเพื่อนด้วย โดยท้ายที่สุดความต้องการที่จะมีความมั่นคงปลอดภัยทางกาย และความต้องการทางด้านร่างกายก็จะตรงกับความต้องการการอยู่รอดของ Alderfer และความต้องการของ Herzberg จะครอบคลุมคล้ายคลึงทั้ง 3 คน

2. ทฤษฎีที่เน้นกระบวนการ (Process Theories)

มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงทฤษฎีที่เน้นกระบวนการเอาไว้ว่าเป็นทฤษฎีที่ค้นหาว่าสิ่งใดเป็นตัวกระตุ้น ให้เกิดพฤติกรรมและเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในกระบวนการของการจูงใจ (เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. 2529 : 29) ทฤษฎีที่เน้นกระบวนการนี้เป็นทฤษฎีที่เน้นการหาเหตุผลจูงใจมุ่งที่จะหากระบวนการ ที่จะกระตุ้น นำทางรักษาและพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของคนงานเพื่อให้งานสำเร็จ (ดิน ปรัชญาพฤทธิ์. 2534 : 48) นอกจากนั้น (Gannon. 1982 : 323-324) กล่าวถึงทฤษฎีนี้ว่า ทฤษฎีนี้จะให้ความสนใจกิจกรรมที่เกี่ยวกับการ ทำงานเป็นสำคัญ

ดังนั้นจึงแบ่งกลุ่มทฤษฎีที่เน้นกระบวนการนี้ที่สำคัญได้แก่

- 2.1 ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)
- 2.2 ทฤษฎีความเสมอภาค (Equity Theory)
- 2.3 ทฤษฎีการกำหนดเป้าหมาย (Goal Setting Theory)

2.1 ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

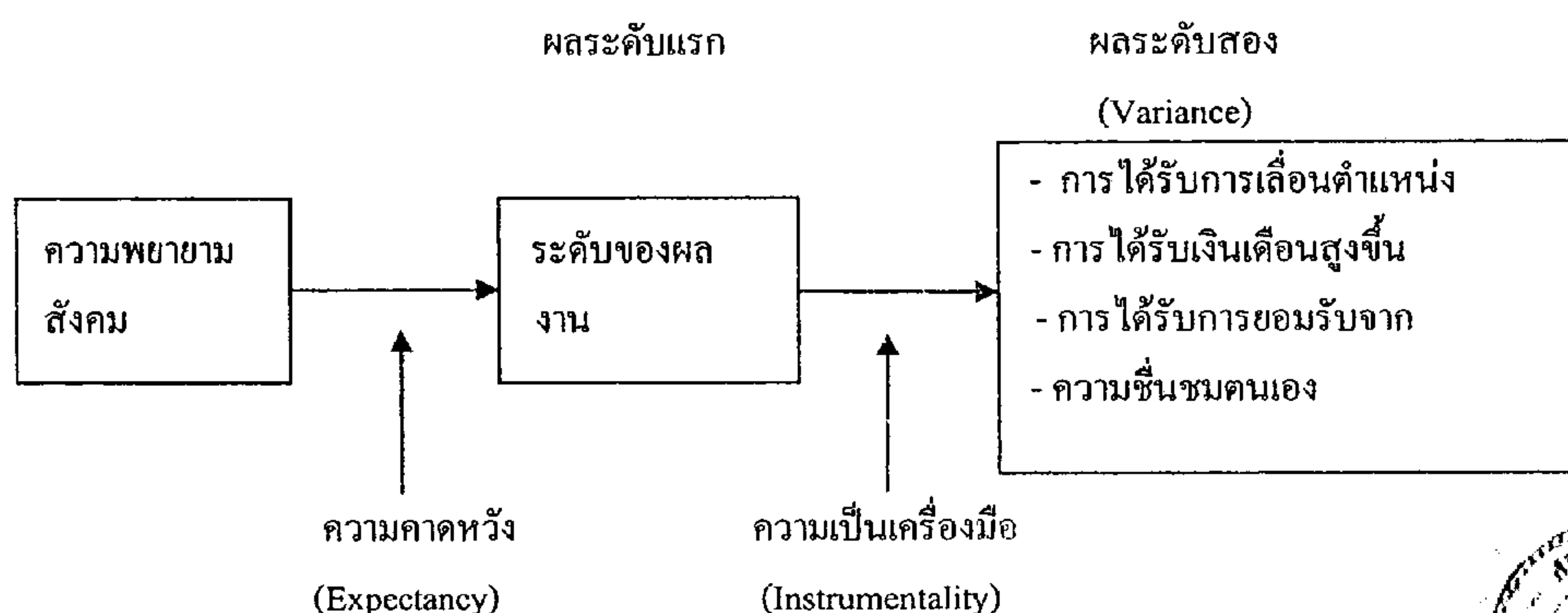
แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีนี้ คือความคิดที่ว่าคนเราทุกคนมีความคาดหวังต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นเนื่องจากผล กระทำที่เขาได้ทำขึ้นมาไปยิ่งกว่านั้น คนทุก ๆ คนต่างมีความชอบในผลสัมพัทธ์ชนิดต่าง ๆ แตกต่างกันด้วย ซึ่ง ความหมายถึงว่ามนุษย์เราได้รับการพิจารณาว่ามีความคิดมีการหาเหตุผล และมีการคาดการณ์เกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในอนาคตและผลที่ตามมาจากสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวคือบุคคลเหล่านี้ก็อาจเลือกวิธีดำเนินการเพียงอย่างเดียวที่เขาคิดว่าดี ที่สุดจากทางเลือกหรือจากวิธีดำเนินการต่าง ๆ ที่มีอยู่ (พนม เมืองแมน. 2529 : 29)

ดิน ปรัชญาพฤทธิ์. (2534 : 49) กล่าวว่า Vroom อธิบายว่าแรงจูงใจคือผลของความสัมพันธ์ของ องค์ประกอบ 3 ประการคือ

1. สิ่งที่แปรออกมา (Variance) คือ ระดับของผลงานของคุณ จะถูกกำหนดโดยความชอบ (Preference) ที่บุคคลนั้นมีต่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งในบรรดาวัตถุประสงค์หลาย ๆ อัน เช่น หากคนประสงค์ จะได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นและรู้สึกว่าการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพสูงเป็นปัจจัยที่สำคัญในอันที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น “ผลลัพธ์แรก” ของเขาก็อาจจะเป็นว่าเขาต้องปฏิบัติงานที่มีคุณภาพสูงกว่าโดยเฉลี่ยหรือมีคุณภาพต่ำแล้วแต่กรณีและ ผลงานระดับที่สองที่เขาชอบคือการได้รับเลื่อนตำแหน่งให้สูง ถึงแม้ว่าผลงานเหล่านั้นจะมีสิ่งอื่น ๆ รวมอยู่ด้วยก็ตาม เช่น เงินเดือนที่สูงขึ้น การยอมรับจากสังคมและความชื่นชมในตนเอง ฯลฯ

2. ความเป็นเครื่องมือ (Instrumentality) หมายถึง ความรู้สึกของคนงานซึ่งเชื่อหรือคาดว่าผลลัพธ์แรก ที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่สอง

3. ความคาดหวัง (Expectancy) เป็นตัวเชื่อมระหว่างความพยายามของบุคคลากับผลลัพธ์แรกจะเห็นว่า ความคาดหวังมีลักษณะคล้าย ๆ กับความเป็นเครื่องมือแต่แตกต่างกันตรงที่ว่าความคาดหวังเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการนำเอาความพยายามมาสัมพันธ์กับผลลัพธ์แรก ส่วนความเป็นเครื่องมือเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการนำเอาผลลัพธ์แรก มาสัมพันธ์กับผลลัพธ์ที่สอง ซึ่งทฤษฎีของ Vroom สรุปเป็นแผนภาพดังนี้



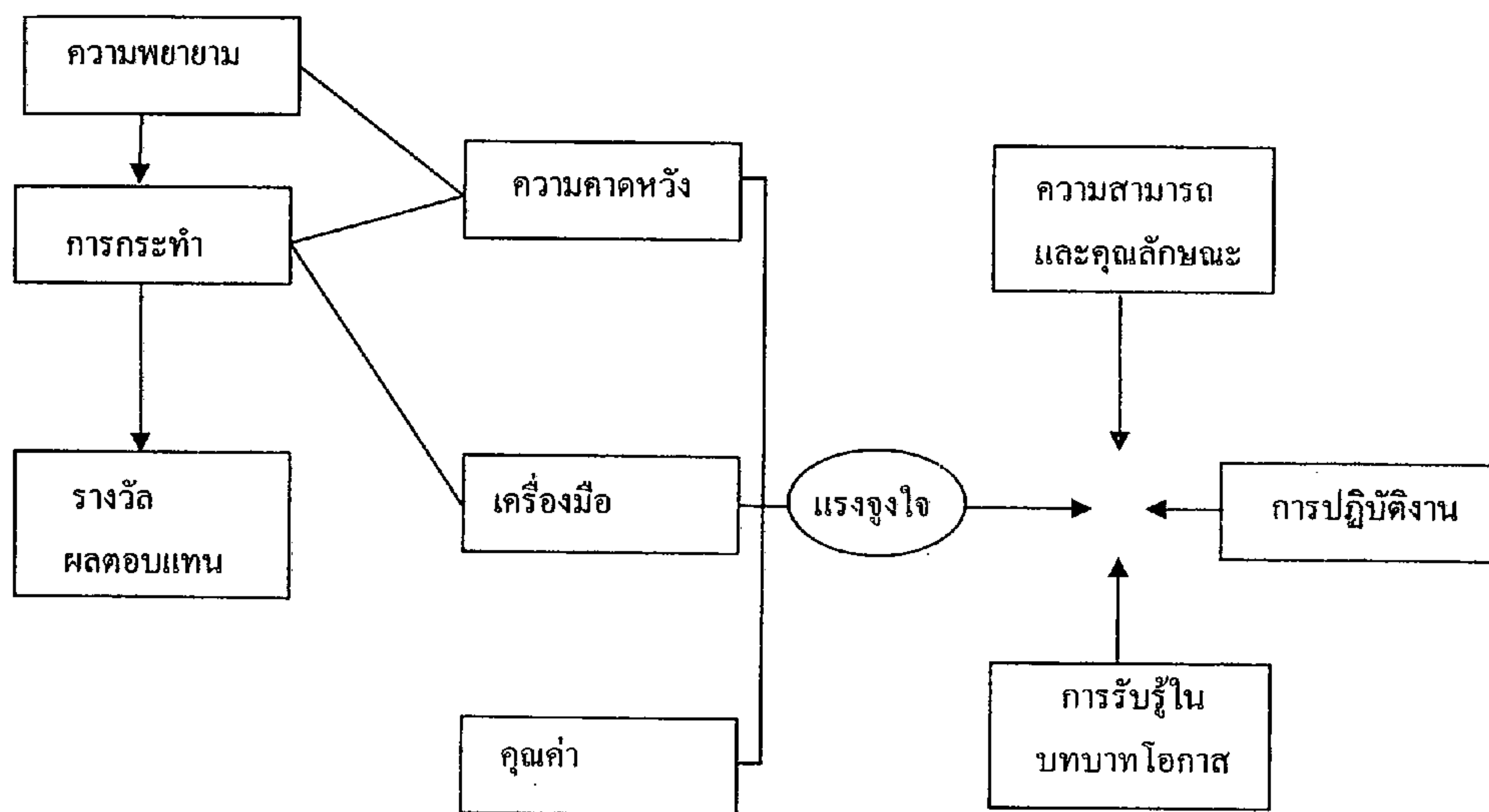
ภาพประกอบ 8 ทฤษฎีความคาดหวังของมูลเหตุแรงจูงใจ

ที่มา : ดิน ปรัชญพฤทธิ. (2534). ทฤษฎีองค์การ. หน้า. 49. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วัฒนาพานิช..

สรุปได้ง่าย ๆ ว่าการที่จะโน้มน้าวจิตใจให้คนทำงานขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่เชื่อว่าความพยายามของตนจะสัมฤทธิ์ผลออกมา เป็นผลลัพธ์แรกและความเป็นเครื่องมือของผลลัพธ์แรกที่มีต่อผลลัพธ์ที่สองซึ่งในที่สุดนั้นการที่คนจะปฏิบัติงานให้สำเร็จหรือไม่ประการใด ย่อมขึ้นอยู่กับจิตภาพและความเชื่อของเขว่าเขาต้องการหรือไม่ต้องการอะไรและจะใช้กลยุทธ์อะไรในอันที่จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายตามที่เขเลือกทางเดินเอาไว้

h 156855 8-3

ในการปฏิบัติงานนั้นทฤษฎีความคาดหวังให้การยอมรับว่านอกจากแรงจูงใจแล้วยังมีอิทธิพลความสามารถของคุณลักษณะการรับรู้ในบทบาท (Role Perception) และโอกาสเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (นรา สมประสงค์. 2536 : 152) ดังแผนภาพที่แสดงไว้ต่อไปนี้



ภาพประกอบ 9 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของทฤษฎีความคาดหวัง

ที่มา : Baron Robert A. & Greenberg, Jerald. (1990). *Behavior in Organizations : Understanding and Managing the Human of Work* .p. 89. Massachusetts : Allynand Bacon.

จากแผนภาพ จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจเป็นผลมาจากความคาดหวังเครื่องมือและการให้คุณค่าซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับความพยายาม การกระทำและผลตอบแทนแต่ในการทำงานนอกจากแรงจูงใจแล้วยังต้องคำนึงถึงความสามารถและคุณลักษณะเฉพาะคนรวมทั้งการรับรู้บทบาทของตนและการมีโอกาสดำเนินงานประกอบด้วยการปฏิบัติงานจึงจะสำเร็จตามเป้าหมาย

สรุปว่าทฤษฎีความคาดหวังจะอธิบายแรงจูงใจในแง่ของความคาดหวังที่บุคคลมีต่อความสามารถที่จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประเภทของรางวัลที่พวกเขาจะได้รับถ้าพวกเขาปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามทฤษฎีความคาดหวังนี้เราจะมี ปัจจัยที่แยกจากกันสามอย่างที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของบุคคลที่จะปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และพิจารณาถึงองค์ประกอบแต่ละอย่างและในที่สุดการพิจารณาองค์ประกอบเหล่านี้จะรวมเข้าด้วยกันเพื่อที่จะกำหนดระดับแรงจูงใจโดยมีส่วนร่วมของบุคคล

2.2 ทฤษฎีความเสมอภาค (Equity Theory)

ทฤษฎีการจูงใจของ Adam มีพื้นฐานมาจากแนวคิดของทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) ที่มีความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ว่าแต่ละคนจะประเมินความสัมพันธ์ทางสังคมของตนเองและกิจกรรมทางเศรษฐกิจใน ขณะนั้นบุคคลจะมองว่าความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนซึ่งตนเข้าร่วม เพื่อคาดหวังผลตอบแทนและการเปรียบเทียบทางสังคม โดยการใช้ข้อมูลตนเข้าร่วมปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับผู้อื่นมาตัดสินใจว่าในการแลกเปลี่ยนตนจะได้กำไรได้ผลประโยชน์หรือไม่อย่างไร (นรา สมประสงค์. 2536 : 154)

ทฤษฎีความเสมอภาคชี้ให้เห็นว่าบุคคลจะมุ่งการถูกปฏิบัติอย่างเป็นธรรม เมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลอื่น เราจะพอใจต่อสถานการณ์ของความสมดุลหรือความเสมอภาคเกิดขึ้นเมื่อเรารู้ว่า อัตราส่วนของปัจจัยและผลลัพธ์ของบุคคลอื่นที่ถูกเปรียบเทียบภายในสถานการณ์เดียวกัน(สมยศ นาวิการ. 2538 : 378-379)

ดังนั้นสิ่งที่ทฤษฎีนี้ใช้เปรียบเทียบประกอบด้วย ตัวป้อน (Input) กับผลลัพธ์ (Outcome) ของตนกับบุคคลอื่น ๆ ในการทำงาน

ตัวป้อน (Input) หมายถึง สิ่งที่ผู้ทำงานได้ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานเช่น ประสบการณ์ ความพยายาม การศึกษา การฝึกฝนอบรม เวลา ความคิดเห็น ความสามารถและทักษะในการทำงาน

ผลลัพธ์ (Outcome) หมายถึง ผลที่ได้จากการทำงาน เช่น เงินเดือนและผลประโยชน์เกื้อกูล การเลื่อนตำแหน่ง การยกย่อง ความมั่นคง การพัฒนาส่วนบุคคล สวัสดิการและสถานภาพ

เทพนม เมืองแมนและสวิง สุวรรณ (2529 : 33) ซึ่งประเด็นว่าการที่คน ๆ หนึ่งเปรียบเทียบอัตราส่วนของสิ่งที่ได้รับกับสิ่งนำเข้าของเขากับบุคคลอื่นจะมีผลเกิดขึ้น 3 ประการคือ ถ้าอัตราส่วนเท่ากัน ภาวะความเสมอภาคจะยังคงมีอยู่อย่างใดก็ตามหากคนๆนั้นมีการรับรู้ว่าอัตราส่วน ดังกล่าวมาแล้วของเขาน้อยกว่าบุคคลที่เขาเปรียบเทียบภาวะความ ไม่เสมอภาคก็จะเกิดขึ้น ซึ่งเขียนเป็นสมการดังนี้

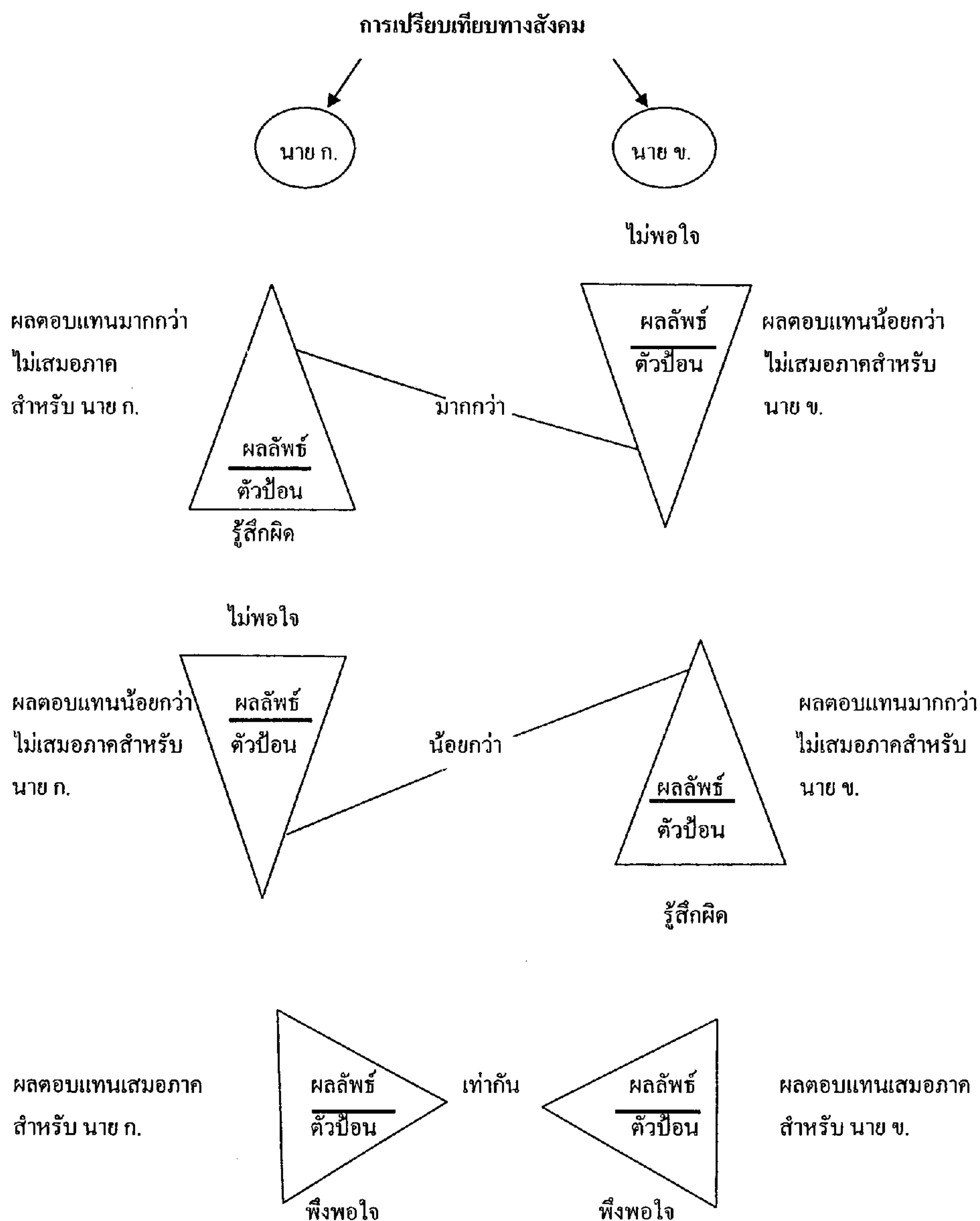
$$\frac{\text{สิ่งนำออกของบุคคลที่ต้องการจะเปรียบเทียบ}}{\text{สิ่งนำเข้าของบุคคลที่ต้องการจะเปรียบเทียบ}} = \frac{\text{สิ่งนำออกของบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบ}}{\text{สิ่งนำเข้าของบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบ}}$$

ความไม่เสมอภาคดังที่กล่าวมาแล้วมีได้ 2 รูปแบบ แบบแรกเป็นสถานการณ์ที่อัตราส่วนน้อยกว่า

$$\frac{\text{สิ่งนำออกของบุคคลที่ต้องการจะเปรียบเทียบ}}{\text{สิ่งนำเข้าของบุคคลที่ต้องการจะเปรียบเทียบ}} < \frac{\text{สิ่งนำออกของบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบ}}{\text{สิ่งนำเข้าของบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบ}}$$

เมื่ออัตราส่วนของสิ่งนำออกกับสิ่งนำเข้าของบุคคล ๆ หนึ่งน้อยกว่าบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบอาจจะเรียกภาวะทั่ว ๆ ไปว่าเป็นภาวะของการให้ค่าจ้างต่ำ โดยทางตรงกันข้ามหากมีภาวะการณ์ที่อัตราส่วนที่เปรียบเทียบมากกว่า เรียกภาวะการณ์นั้นว่าการให้ค่าจ้างสูงดังสมการ

$$\frac{\text{สิ่งนำออกของบุคคลที่ต้องการจะเปรียบเทียบ}}{\text{สิ่งนำเข้าของบุคคลที่ต้องการจะเปรียบเทียบ}} > \frac{\text{สิ่งนำออกของบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบ}}{\text{สิ่งนำเข้าของบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบ}}$$



ภาพประกอบ 10 แสดงการเปรียบเทียบความเสมอภาค

ที่มา : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2536). *ประมวลสาระชุดวิชาทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารการศึกษา* หน่วยที่ 6. หน้า. 155. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช..

สรุปทฤษฎีความเสมอภาคเป็นสนองแรงจูงใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรับรู้ว่ามีความเสมอภาคหรือยุติธรรมในการทำงาน โดยการเปรียบเทียบอัตราส่วนตัวป้อน (Input) และผลลัพธ์ (Outcome) ของตนกับอัตราส่วนตัวป้อนและผลลัพธ์ของผู้อื่น

ความหมายของการบริการ

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2543 : 6-7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ คือ กระบวนการ กระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ หรือผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับ สัมผัส และต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริกรและจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการนั้น

คณัย เทียนพูน (2543 : 10) กล่าวว่า การมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการหรือชนะใจลูกค้านั้น ควรเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและตอบสนองลูกค้าด้วยบริการเป็นเลิศ โดยเสนอสิ่งที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงความสามารถในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสม

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ

โคร์เวล (ทวีชัย ฤทธสัทธาธร เอกรินทร์ รอดุลเจริญ และพรเทพ ปลั่งพงษ์พันธ์. 2540 : 98 ; อ้างอิงจาก Cowell. 1994 : 666-667) ได้กำหนดคุณลักษณะของการให้บริการในส่วนที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป ดังนี้

- 1 Intangibility บริการที่จับต้องไม่ได้
- 2 Inseparability บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากผู้ขาย (ผู้ให้บริการ) ได้
- 3 Heterogeneity บริการจะไม่สม่ำเสมอขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ใครเป็นผู้ให้บริการ
- 4 Perishability บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถผลิตเพื่อเก็บสำรองได้

นอกจากนี้ Cowell ได้กำหนดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับ service ไว้ 6 ส่วนคือ product price promotion people และ process

มิลเลท (นวลฉวี รตาณสุ. 2543 : 14 ; อ้างอิงจาก Mellet. 1954 : 337-400) ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ (satisfactory service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ไว้ดังนี้

1. การให้บริการเสมอภาค (Equitable Service) คือการบริการที่มีความยุติธรรมเสมอภาค มีความเท่าเทียมกันตามแนวการบริหารงานของรัฐ ไม่มีการแบ่งชั้นกีดกันในการบริการ

2. การบริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely Service) ถ้าไม่ทันต่อเวลาแล้วจะไม่เกิดประสิทธิภาพความพึงพอใจก็จะไม่เกิดขึ้น

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Apple Service) มีจำนวนและสถานที่การบริการอย่างเหมาะสม

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ

5. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถให้มากขึ้นในขณะที่ใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

พาสูราแมน, ไชร์ทาเนล และแบร์รี (Parsuraman, Zeithanel and Barry. 1985: p. 79-81) ได้กล่าวไว้ว่าการบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้คือ

1. ความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย
 - 1.1 ความสม่ำเสมอ
 - 1.2 ความพึงพาได้
2. การตอบสนอง ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและอุทิศเวลา
 - 2.3 การติดต่ออย่างต่อเนื่อง
 - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ ประกอบด้วย
 - 3.1 ความสามารถในการให้บริการ
 - 3.2 ความสามารถในการสื่อสาร
 - 3.3 ความสามารถในการด้านความรู้วิชาการที่ให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ ประกอบด้วย
 - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากซับซ้อนเกินไป
 - 4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
 - 4.3 เวลาที่ใช้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้บริการ
 - 4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน ประกอบด้วย
 - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ
 - 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี
6. การสื่อสาร ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ
 - 6.2 มีการอธิบายและขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ คุณภาพของงานบริการ มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง ประกอบด้วย

8.1 ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

9. ความเข้าใจ ประกอบด้วย

9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ

9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ

9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ

10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้

10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ

10.2 การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

ภักดี ดนัยพงศกร (2543 : 24) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการ ของแต่ละบุคคลบุคคลแต่ละคนจึงอาจมี ความพึงพอใจในการบริการลักษณะเดียวกันแตกต่างกันได้

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2543 : 14-16) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ (Service Quality) ไว้ดังนี้

- 1 ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
- 2 ระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า
- 3 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับการบริการ ไปแล้ว

และกล่าวถึงคุณภาพการบริการไว้ว่า

1 Characteristics of Service Quality หมายถึง ลักษณะจำเพาะทางคุณภาพของบริการมุ่งเน้นที่บุคลิกภาพหรือลักษณะพิเศษเฉพาะตัวของผู้ให้บริการหรือตัวบริการนั้น ๆ

2 Attributes of Service Quality หมายถึงคุณลักษณะทางคุณภาพของบริการมุ่งเน้นถึงหน่วยวัดหรือประเด็นเปรียบเทียบหรือมาตรวัดทั่วไปที่ใช้วัดเปรียบเทียบคุณภาพบริการของหน่วยงานบริการ 2 แห่ง อาทิ ความรวดเร็ว ความแม่นยำ ความสะอาด เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 210) ได้กล่าวว่าร ธุรกิจบริการสามารถจัดได้เป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมเครื่องคอมพิวเตอร์
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้า และขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร
3. เป็นการซื้อบริการ และมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการ โดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ธนาคาร สถาบันลดน้ำหนัก ร้านทำฟันและได้

กล่าวถึงลักษณะของการบริการที่สำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ เช่น คนไปหาจิตแพทย์ไม่สามารถบอกได้ว่า ตนจะได้รับการในรูปแบบใดเป็นการล่วงหน้า ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพ และประโยชน์จากการบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ การให้บริการเป็นการผลิต และการบริโภคในเวลาเดียวกัน กล่าวคือผู้หนึ่งราย สามารถให้บริการในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ความไม่แน่นอน ลักษณะของบริการไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ตัวอย่าง หมอผ่าตัดหัวใจ คุณภาพในการผ่าตัดขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจ และความพร้อมในการผ่าตัดแต่ละรอบ ดังนั้น ผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ และในแง่ผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอน คือ 1. ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ 2. คือสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้เหมือนสินค้าอื่น ๆ ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทัน หรือไม่มีลูกค้า ซึ่งในการศึกษาวิจัยค้นคว้า เป็นการศึกษาที่อยู่ในประเภทการให้บริการแบบแรก กล่าวคือ ผู้ซื้อสินค้าไปแล้ว เกิดมีปัญหากับตัวสินค้า จึงนำสินค้าไปรับบริการตรวจ และซ่อมบำรุง เพื่อที่จะสามารถใช้งานในตัวสินค้าได้ และเกิดความพอใจต่อการให้บริการ

ปฐม มณีโรจน์ (วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 30; อ้างอิงจาก ปฐม มณีโรจน์ . ม.ป.ป.) ได้ให้ความหมายของการบริการสาธารณะว่าเป็น การบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ การ เพื่อให้เกิดความพอใจ จากความหมายนี้ จึงเป็นการพิจารณาการให้บริการว่า ประกอบด้วย ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

เวอร์มา (วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 30 ; อ้างอิงจาก Verma. 1986) ได้พิจารณาการให้บริการสาธารณะว่าเป็นกระบวนการให้บริการซึ่งมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเป็นพลวัตร โดยระบบการให้บริการที่ดีจะเกิดขึ้นได้เมื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบใช้ทรัพยากร และผลิตการบริการได้เป็นไปตามแผนงาน และการเข้าถึงการรับบริการ จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า เป็นการพิจารณาโดยใช้แนวคิด เชิงระบบที่มีการมองว่าหน่วยที่มีหน้าที่ให้บริการใช้ปัจจัยนำเข้า เข้าสู่กระบวนการผลิต และออกมาเป็นผลผลิตหรือการบริการ โดยทั้งหมดจะต้องเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้ ดังนั้น การประเมินผลจะช่วยให้ทราบถึงผลผลิต หรือการบริการที่เกิดขึ้นว่ามีลักษณะที่จะเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

มิวเรส (ศรีสมบัติ พรประสิทธิ์. 2538 : 6 ; อ้างอิงจาก Millett. 1954) เป้าหมายสำคัญของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยมีหลัก หรือแนวทาง คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงาน ภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการ แบ่งแยกศักดิ์กันในการให้บริการประชาชน จะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐาน การให้บริการเดียวกัน
2. การให้บริการที่ตรงเวลา หมายถึง การให้บริการจะต้องมองว่า การให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงาน ภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลย ถ้า ไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การทำให้ บริการสาธารณะต้องมีจำนวน ให้บริการ และสถานที่ให้บริการ อย่างเหมาะสมมีเลทเห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและ สถานที่ตั้งที่ให้ บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับ บริการ
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์สาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้ บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มี การปรับปรุงคุณภาพและ ผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพ หรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเดิม

เสรี วงมณฑา (2536 : 86-88) กล่าวว่า การบริการเป็นปัจจัยของการแข่งขัน ยิ่งสินค้ามีความแตกต่างกันมากเท่าใด การบริการก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น การบริการเริ่มขึ้นที่หัวใจยอมรับที่จะรับใช้ และให้ความสำคัญแก่ผู้บริโภค แล้วก็ผสมผสาน สิ่งต่อไปนี้เข้าไปในการทำธุรกิจ

อย่ามองข้ามเรื่องเล็กน้อย

การแก้ไขปัญหาลูกค้าโดยไม่คิดว่าเป็นเรื่องจุกจิก

การรับผิดชอบของลูกค้านด้วยความจริงใจ

การสร้างความประทับใจที่อาจจะลืมได้ลง

การเรียนรู้ความคาดหวังของลูกค้าแล้วพยายามตอบสนอง

การมุ่งมั่นที่จะเน้นคุณภาพ

การทำให้ลูกค้าเกิดความภูมิใจในตัวเอง

การปรับปรุงอยู่เสมอ

การขอมลงทุนทางด้านเทคโนโลยี ลงทุนเพื่อการพัฒนา

การทำงานเพื่อแข่งขันกับเวลา

การตอบสนองรูปแบบการปฏิบัติสมัยใหม่ของผู้บริโภค

การให้การรับประกันด้วยความกล้า และเชื่อมั่น

การมีความไวต่อความรู้สึกของลูกค้า

การใส่ใจของผู้บริการ

การพัฒนาแนวทาง

จากแนวความคิด ข้างต้นพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นการนำเสนอบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ไปยังลูกค้า โดยบริการเหล่านั้นควรเป็นบริการที่มีคุณภาพ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับความคาดหวังหรือความต้องการของลูกค้ามากที่สุดจนทำให้ลูกค้าเกิด ความประทับใจในบริการและกลับมาใช้บริการอีกในโอกาสต่อไป ทั้งนี้การนำเสนอรูปแบบบริการที่เหมือนกันความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการนั้นอาจแตกต่างกันได้

คลังสินค้าการบินไทย

คลังสินค้าท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ก่อสร้างและพัฒนาท่าอากาศยาน โดยการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย ซึ่ง แบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

คลังสินค้าที่ 1 การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทยมอบพื้นที่ส่วนนี้ให้กับสายการบินนานาชาติที่มีความประสงค์จะบริการตัวเอง

คลังสินค้าที่ 2 มอบพื้นที่ให้กับบริษัท การบินไทย จำกัด

คลังสินค้าที่ 3 มอบพื้นที่ให้กับบริษัท การบินไทย จำกัด

คลังสินค้าการบินไทยเริ่มเข้าดำเนินการเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2528 ซึ่งก่อนหน้านั้นการดำเนินงานด้านคลังสินค้าต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าตลอดเวลา เนื่องจากพื้นที่ในการดำเนินกิจการมีจำกัด และไม่สามารถพัฒนาทางด้านอุปกรณ์การขนถ่ายสินค้าให้ทันสมัยได้ สาเหตุจากตัวอาคารเดิมดัดแปลงจากโรงเก็บเครื่องบินเก่ามาใช้เป็นคลังสินค้า จึงเกิดปัญหาด้านการจัดเก็บขนถ่ายและให้บริการต่อสายการบินนานาชาติได้ จนในปัจจุบันเมื่อได้รับมอบอาคารคลังสินค้าใหม่บริษัทการบินไทย จำกัด จึงได้รับงบประมาณในการติดตั้งอุปกรณ์การขนถ่ายสินค้าภายในคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกและรวดเร็วต่อผู้ส่งออกและสามารถที่จะดึงดูดสายการบินต่าง ๆ ให้กลับมาใช้เส้นทางบินผ่านท่าอากาศยานกรุงเทพฯ มากขึ้นและใช้สนามบินกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางการขนถ่ายสินค้าในภูมิภาคนี้ คลังสินค้าการบินไทยให้บริการด้านการจัดเก็บและขนถ่ายสินค้าแก่สายการบินต่าง ๆ ที่ใช้บริการทั้งหมด 41 สายการบิน

ปริมาณสินค้า

สถิติการขนถ่ายสินค้าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน การขนถ่ายสินค้ามายังคลังสินค้ามีปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

<u>ปีงบประมาณ</u>	<u>ตัน</u>
<u>สถิติ</u>	
2526/2527	125,990
2527/2528	139,680
2528/2529	167,054 (เริ่มใช้คลังสินค้าใหม่)
2529/2530	197,491
2530/2531	237,183
2531/2532	260,388
2532/2533	298,946
2533/2534	340,798
2534/2535	388,509
2335/2336	442,900
2536/2537	489,119
2537/2538	542,776
2538/2539	552,948
2539/2540	603,746
2540/2541	548,900
2541/2542	624,569
2542/2543	638,820

คาดการณ์

2543/2544	752,202
2544/2545	801,095
2545/2546	853,166
2546/2547	908,621
2547/2548	967,681

จากสถิติดังกล่าวในปีงบประมาณ 2528/2529 เป็นระยะเวลาที่ย้ายเข้าใช้คลังสินค้าใหม่ทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการขนถ่ายสินค้าเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20 ทุกปีตลอดมา ซึ่งเกินกว่าความคาดหมายที่กำหนดไว้เพียงร้อยละ 14 เท่านั้น

อุปกรณ์การขนถ่ายสินค้าภายในคลัง

จากสถิติของคลังสินค้าที่เพิ่มขึ้นทางบริษัท การบินไทย จำกัด จึงได้วางแผนด้านการขนถ่ายสินค้าให้รวดเร็วและเพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้บริการ โดยการติดตั้งระบบขนถ่ายสินค้า (ETV : elevated transfer vehicle) ซึ่งทำให้การจัดเก็บสินค้าเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและรวดเร็วและได้ติดตั้งระบบ (TV : transfer vehicle) ด้านการรับสินค้าขาออก เพื่อให้บริการต่อผู้ส่งออกโดยเฉพาะสินค้าจำพวกผักและผลไม้ ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาลทางด้านการส่งเสริมสินค้าผลิตผลทางการเกษตร

นอกจากนั้นบริษัทการบินไทย จำกัด ได้นำระบบ computer เข้ามาใช้ในกิจการขนส่งทางอากาศ สำหรับการให้บริการด้านข้อมูลเอกสารและสำรองระวางบรรทุก ซึ่งสามารถติดต่อประสานงานกันได้ทั่วโลกในขอบข่ายของการบินไทย

ปัญหาและอุปสรรค

พื้นที่ในคลังสินค้าเท่าที่มีอยู่ในปัจจุบันคือ 25,920 ตรม. นั้น ไม่สามารถรองรับการขยายตัวทางด้านการขนถ่ายสินค้าในปัจจุบัน ดังจะให้เห็นแล้วว่าในระยะหลังปริมาณสินค้าเริ่มแน่น บริเวณพื้นที่ลานรับสินค้าขาออกซึ่งมีอยู่เพียงจำกัดไม่สามารถจะให้บริการในเวลาเร่งรัดได้เพียงพอ จากสาเหตุการเติบโตในธุรกิจส่งออกที่เพิ่มมากขึ้น

โครงการขยายคลังสินค้า

จากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว บริษัทการบินไทยจำกัด โดยกองคลังสินค้าจึงได้วางแผนการขยายตัวอาคารคลังสินค้าออกไปทางด้านทิศใต้ แต่เนื่องจากพื้นที่เป็นส่วนของการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย จึงได้ร่วมประสานโครงการตามแผนขยายคลังออกเป็น 2 ระยะดังนี้

ระยะ 1 ขยายอาคารในส่วนการรับสินค้าขาออกโดยเฉพาะแยกจากอาคารเดิม พื้นที่ประมาณ 6,000 ตารางเมตร

ระยะที่ 2 ก่อสร้างอาคารคลังสินค้าที่ 3 เพิ่มเติมใช้สำหรับสินค้าขาเข้าโดยเฉพาะพื้นที่ประมาณ 20,000 ตารางเมตร

ดังนั้น พื้นที่ทั้งหมดในส่วนของการบินไทย เมื่อรวมโครงการขยายแล้วจะมีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 51,920 ตารางเมตร ซึ่งสามารถรองรับสินค้าได้ประมาณ 415,360 ตันต่อไป

โครงการคลังสินค้าภายในประเทศ

ด้านการพัฒนาส่งเสริมการขนส่งสินค้าภายในประเทศ การบินไทยตระหนักถึงการขยายตัวทางเศรษฐกิจไปยังส่วนภูมิภาคจึงมี โครงการพัฒนาศูนย์คลังสินค้ายัง สนามบินต่างๆรวมถึง คลังสินค้าภายในประเทศที่ทำอากาศยานกรุงเทพฯ เพื่อให้ผู้ส่งออกในส่วนภูมิภาคสามารถส่งผลิตผลโดยตรง และใช้ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางถ่ายไปยังต่างประเทศได้ในปัจจุบันสนามบินเชียงใหม่เริ่มดำเนินการด้านคลังสินค้าเป็นแห่งแรกและจะขยายไปยังสนามบินอื่น ๆ เช่น หาดใหญ่และภูเก็ต ให้มีคลังสินค้าที่ทันสมัยต่อไป

จากนโยบายดังกล่าวจึงมีแนวโน้มของการขนถ่ายสินค้าทั้งภายในประเทศ และส่งต่อไปยังเมืองปลายทางต่างประเทศจะมี ปริมาณเพิ่มมากขึ้นจึงได้วางโครงการอาคารคลังสินค้า ภายในประเทศตามความต้องการพื้นที่ประมาณ 1,500 ตารางเมตร หรือสามารถรองรับการขนถ่ายสินค้าได้ประมาณ 24,000 ตันต่อปี

การขนส่งสินค้าไปรษณีย์

ในปัจจุบันการขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ผ่านเข้าออกท่าอากาศยานกรุงเทพฯมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นจึงได้ศึกษารายละเอียดและให้ความสำคัญในด้านความเร็วปลอดภัยต่อไปรษณีย์ภัณฑ์โดยจะประสานงานด้านโครงการศูนย์การขนถ่ายพัสดุและไปรษณีย์ เพื่อให้ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ มีสถานีขนถ่ายที่ทันสมัยในอนาคต

บริษัทการบินไทย จำกัด ได้เล็งเห็นความสำคัญในการดำเนินการ ด้านการขนส่งสินค้าทางอากาศ เพื่อรองรับการ ขยายตัวทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะการส่งเสริมสินค้าขาออก และจะดำเนินการทุกวิถีทางที่จะส่งเสริมให้สนามบินกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางการขนถ่ายสินค้าภายในภูมิภาคนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฉัตรชัย คงสุวรรณ (2335) จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกคลังพัสดุฝ่ายกักตุนและโภชนาการภายในประเทศ บริษัทการบินไทย จำกัด พบว่า ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ที่หน่วยงานโภชนาการ ในด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ดีในเรื่องความเต็มใจ การพูดจาสุภาพ การคำนึงถึงความสะดวกของผู้รับบริการและความรู้ความสามารถในงานที่ทำของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ด้านทรัพยากรมีความพอใจในเกณฑ์ปานกลางต่อ ความเพียงพอของปริมาณบุคลากรของ แผนกคลังพัสดุ ด้านระบบการให้บริการ มีความพอใจอยู่ในเกณฑ์ดีเฉพาะเรื่อง ขั้นตอนการขอรับบริการของแผนกคลังการมีขั้นตอนที่น้อยขั้นตอนและความยืด

หุ่่นของการใช้ระเบียบในการให้บริการส่วนที่พอใจระดับปานกลาง ได้แก่ ความสม่ำเสมอต่อเนื่องในการให้บริการ ความเท่าเทียมในการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ ความตรงต่อเวลา ความเพียงพอของสิ่งของและอุปกรณ์ต่างๆที่นำมาบริการ การปรับปรุงแก้ไขการให้บริการการยึดถือความสะดวกของผู้รับบริการมากกว่ายึดกฎระเบียบความสามารถในการปรับเปลี่ยนการให้บริการในสถานการณ์ฉุกเฉิน และความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ

ขวัญหทัย หรั่งศิริ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการด้านต่าง ๆ ของเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติลานสาง ได้ทำการศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสเข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานฯ จำนวน 384 คน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านวัสดุสื่อความหมาย (ในการบรรยายเกี่ยวกับอุทยานฯ) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็น "ความพึงพอใจในระดับมาก" ทุกด้าน

จินดารัตน์ สุวรรณสุจริต (2544 : บทคัดย่อ) จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในงานบริการของผู้ใช้บริการ ใน คลินิกพิเศษนอกเวลาราชการที่ทำการศึกษาจากผู้เข้ารับบริการ ในคลินิกนอกเวลาทำการของโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ระหว่างเดือนธันวาคม 2543 ถึงเดือน มกราคม 2544 จำนวน 209 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการรับบริการจากคลินิกพิเศษ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ซึ่งประกอบด้วยด้านระบบการบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ ทั้งหมดอยู่ในระดับ "พอใจ"

ศราวุธ ทองคำ และคนอื่น ๆ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการ จุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของสำนักงานเขตราชเทวี ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไปซึ่งมาติดต่อกับทางสำนักงานเขตจำนวน 400 ราย ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านประชาสัมพันธ์ และความพึงพอใจในภาพรวมในระดับดี

ปิยะ อุทาโย (2539 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของประชากรต่อการให้บริการงานตำรวจ ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 700 ราย ผลการศึกษาพบว่า การปฏิบัติงานของตำรวจในสถานีตำรวจนครบาล อยู่ในระดับที่น่าพอใจส่วนปัจจัยที่เป็นสาเหตุของความพึงพอใจของประชากรต่อการให้บริการงานตำรวจดังกล่าว ประกอบด้วย พฤติกรรมที่มุ่งเน้นการให้บริการความคล่องตัวของกระบวนการให้บริการ และความชัดเจนของระบบให้บริการ โดยตัวแปรพฤติกรรมที่มุ่งเน้นการให้บริการ มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามสูงสุด รองลงมา คือ ความคล่องตัวของกระบวนการให้บริการและตามด้วยความชัดเจนของระบบการให้บริการซึ่งเป็นการช่วยยืนยันองค์ความรู้เกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชน ในฐานะผู้รับบริการต่อการให้บริการสาธารณะ ตลอดจนความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ว่าเป็นไปตามที่ได้มีความทบทวนวรรณกรรมไว้

สุพร อยู่สถิตย์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่อยู่นอกพื้นที่ริมคลองแสนแสบต่อบริการเดินเรือ ได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพอใจในการเดินเรือในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง โดยแยกพิจารณาแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านท่าเทียบเรือ ด้านตัวเรือ และด้านการจัดการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนด้านพนักงานมีความพึงพอใจ ในระดับค่อนข้างน้อย และหากพิจารณาแต่ละประเด็น ปรากฏดังนี้ ด้านท่าเทียบเรือ โดยภาพรวมพึงพอใจในระดับปานกลาง ประเด็นท่าเทียบเรือมีจำนวนเพียงพอ และท่าเทียบเรือ มีกระจายตามจุดต่าง ๆ ที่เหมาะสม พึงพอใจในระดับค่อนข้างมาก ส่วนประเด็นท่าเทียบเรือ มีความมั่นคงแข็งแรง พึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านตัวเรือ โดยภาพรวมพึงพอใจระดับปานกลาง ประเด็น

ตัวเรือ มีความเหมาะสม และตัวเรือมีความสะดวกสบาย ฟังพอใจระดับปานกลาง ส่วนประเด็นตัวเรือ มีความปลอดภัย ฟังพอใจในระดับค่อนข้างน้อย ด้านพนักงาน ในภาพรวม คนขับเรือ และพนักงานประจำเรือ มีความพึงพอใจค่อนข้างน้อยทั้งหมด ด้านการจัดการ ทั้งในภาพรวมการกำหนดจำนวนเที่ยวเรือ และอัตราค่าโดยสาร ฟังพอใจระดับปานกลาง

ศรัณยู หมั่นทรัพย์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของพนักงานในห้างสรรพสินค้าระหว่างกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุน และกลุ่มที่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน หลังฝึกอบรม ทำการศึกษาจากกลุ่มทดลองจำนวน 38 ราย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการ จำแนกตามกลุ่มทดลอง กลุ่มละ 100 ราย ก่อนและหลังการทดลอง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มที่ได้รับการฝึกอบรมร่วมกับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน มีผลปฏิบัติงานที่พึงพอใจต่อลูกค้าที่มารับบริการ มากกว่ากลุ่มที่ได้รับการฝึกอบรม และมากกว่ากลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน และมากกว่ากลุ่มควบคุม กลุ่มที่ได้รับการฝึกอบรม มีผลปฏิบัติงาน สร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าไม่แตกต่างกับกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากกว่ากลุ่มควบคุม กลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน มีผลการปฏิบัติงานเป็นที่พึงพอใจต่อลูกค้าที่มารับบริการมากกว่ากลุ่มควบคุม

จากผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่ ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกคลังพัสดุฝ่ายกวดการและโภชนาการภายในประเทศ บริษัทการบินไทยจำกัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการด้านต่าง ๆ ของเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติลานสาง ความพึงพอใจในงานบริการของผู้ใช้บริการ ในคลินิกพิเศษนอกเวลาราชการนอกเวลาราชการ ความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (one stop service) ของสำนักงานเขตราชเทวี ความพึงพอใจของประชากรต่อการให้บริการงานตำรวจ ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่อยู่นอกพื้นที่ริมคลองแสนแสบต่อการบริการเดินเรือ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของพนักงานในห้างสรรพสินค้า ระหว่างกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนและกลุ่มที่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน หลังฝึกอบรม ทำการศึกษาจากกลุ่มทดลองจำนวน 38 ราย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการ จำแนกตามกลุ่มทดลอง กลุ่มละ 100 ราย ก่อนและหลังการทดลอง ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวส่วนใหญ่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านต่างๆ คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านความพร้อมของเครื่องมือ ด้านการสื่อสาร ด้านระบบให้บริการ ด้านขบวนการให้บริการ ซึ่งแต่ละงานวิจัยมีไม่ครบทุกด้าน ทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาให้ครบทุกด้าน โดยได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) : Customer Satisfaction Towards Cargo Service of Thai Airway International (public) Company Limited ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มุ่งศึกษาความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ของลูกค้าทั้งกลุ่มที่เป็นบริษัท ตัวแทน และลูกค้าทั่วไป ซึ่งประกอบด้วยความพึงพอใจด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่สนามบินดอนเมือง ที่บริเวณ อาคารคลังสินค้าที่ 2 และอาคารคลังสินค้าที่ 3 จำนวน 5434 ราย [2544: บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)]

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษา เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากการสุ่มที่ใช้ในการศึกษา โดยผู้ศึกษา กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากผู้มาใช้บริการในปี 2544 เป็นจำนวน 5434 ราย และนำไปเปิดตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 303) ได้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าจำนวน 360 ราย

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง (Sampling) สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มแบบโควต้า (Quota Sampling) ตามลักษณะ สถานที่ของคลังสินค้าในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยได้กลุ่มตัวอย่างดังนี้

อาคารคลังสินค้า	จำนวน
2	180
3	180

เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้วจากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ของลูกค้าทั้งสองกลุ่ม เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น จากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทลูกค้า คลังสินค้าที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ปริมาณการส่งเฉลี่ยต่อครั้ง มีลักษณะเป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ (Check List) และเติมคำในช่องว่าง จำนวนทั้งหมด 7 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าทางอากาศยานของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert's Scale) โดยจำแนกระดับความคิดเห็นของปัจจัยต่าง ๆ ออกเป็น 5 ระดับ จำนวน 36 ข้อ โดยจำแนกความหมายระดับความคิดเห็นออกเป็น ดังนี้

พอใจอย่างมาก	เท่ากับ	5	คะแนน
พอใจ	เท่ากับ	4	คะแนน
เฉยๆ	เท่ากับ	3	คะแนน
ไม่พอใจ	เท่ากับ	2	คะแนน
ไม่พอใจอย่างมาก	เท่ากับ	1	คะแนน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด (Open End) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำศึกษา เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาระบบ กระบวนการให้บริการของฝ่ายคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อกำหนดกรอบความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ที่จะทำการศึกษา
3. สร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนตามที่ได้กล่าวมาแล้วในเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม
5. ปรับปรุงแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ คือ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง ตรวจสอบความเที่ยงตรง

6. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขปรับปรุงแล้ว นำไปทดลองใช้กับลูกค้าของบริษัทฯ ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างจริง (Pre-test) จำนวน 50 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.935

7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้เก็บข้อมูลจากประชากรในการศึกษาต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นและผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากอาจารย์ที่ปรึกษาและการทดสอบทางสถิติที่มีความเชื่อถือในระดับสูงไปทำการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ติดต่อประสานงานไปยังผู้จัดการฝ่ายคลังสินค้าบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มลูกค้าของบริษัท ที่คลังสินค้าที่ 1 และคลังสินค้าที่

2. รวมแบบสอบถามคืน ผู้ศึกษาได้ดำเนินการรวบรวมแบบสอบถามในกลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนของบริษัทฯ ด้วยตนเอง ในกลุ่มลูกค้าทั่วไป ซึ่งผู้ศึกษาได้ขอความร่วมมือให้เจ้าหน้าที่ในฝ่ายคลังสินค้าช่วยกระจายแจกไปยังกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการโดยตรง ในการรวบรวมแบบสอบถามคืน ผู้ศึกษาติดต่อรับโดยตรงที่ฝ่ายคลังสินค้า

การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้ศึกษานำแบบสอบถามมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ คัดเลือกเฉพาะชุดที่มีความสมบูรณ์มาเพียงพอที่จะทำการประมวลผลจากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาลงรหัส (Coding) และนำไปวิเคราะห์ประเมินผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows Version 10.0 (Statistical for the Social-Science/for Windows)

2. วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของลูกค้า คลังสินค้าที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งใช้สถิติค่าร้อยละ

3. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ ใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) เป็นรายด้านและรายข้อ ซึ่งพิจารณาประเมินตามเกณฑ์ ดังนี้

พอใจอย่างมาก	เท่ากับ	5	คะแนน
พอใจ	เท่ากับ	4	คะแนน
เฉยๆ	เท่ากับ	3	คะแนน
ไม่พอใจ	เท่ากับ	2	คะแนน
ไม่พอใจอย่างมาก	เท่ากับ	1	คะแนน

เกณฑ์ประเมินผล โดยใช้เกณฑ์ประเมิน จากสูตรต่อไปนี้ ดังต่อไปนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8-11)

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{เกณฑ์ประเมิน} &= \text{ระดับคะแนน} + 0.80 \\ &= 1.00 + 0.80 = 1.80 \\ &= 1.80 + 0.80 = 2.60 \\ &= 2.60 + 0.80 = 3.40 \\ &= 3.40 + 0.80 = 4.20 \\ &= 4.20 + 0.80 = 5.00\end{aligned}$$

เกณฑ์ในการประเมินผลระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	พอใจอย่างมาก
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	พอใจ
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ไม่พอใจ
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่พอใจอย่างมาก

4. เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่า t - test และระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่มกับความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : F-test)

5. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดนำมาแจกความถี่

สถิติที่ใช้

1. สถิติพื้นฐาน ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ในแบบสอบถามทั้ง 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตอนที่ 3 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดนำมาแจกความถี่
สถิติที่ใช้ ได้แก่

1.1 ร้อยละ

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย ใช้สูตร ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

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

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

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตร ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 65)

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

เมื่อ S แทนค่า ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum X)^2$ แทนค่า ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum X^2$ แทนค่า ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 n แทนค่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยใช้ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

2.1 สถิติที่ใช้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125 – 126)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[\frac{1 - \sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α แทนค่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

n	แทนค่า จำนวนข้อของแบบสอบถาม
$\sum S_i^2$	แทนค่า ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
S_i^2	แทนค่า ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร (t-test) คือ เพศ ที่แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้สูตร ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534 : 178)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทนค่า ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	X_1	แทนค่า ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	X_2	แทนค่า ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทนค่า ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทนค่า ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทนค่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทนค่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

ในกรณีที่ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

df แทนค่า ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$)

ในกรณีที่ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

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

โดยที่ V คือค่าองศาอิสระ

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2534 : 249)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F = ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
 MS_b = ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
 MS_w = ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
 df = ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1)
 ภายในกลุ่ม (n – k)

3.3 การเปรียบเทียบพหุคูณ ตามวิธี LSD (Least Significant Difference) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2542

:332-334)

$$\text{สูตร } LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE} \sqrt{\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}}$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ
 MSE แทน ค่า Mean Square Error ที่ได้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน
 k แทน ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ
 n แทน ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผล การวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทยจำกัด(มหาชน)ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ 3 ขั้นตอน โดยใช้สัญลักษณ์ ทางสถิติเข้ามาช่วยในการบรรยายและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
S	แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
SS	แทน ผลรวมคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum Squares)
MS	แทน ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
df	แทน ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
*	แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เกณฑ์ในการประเมินผลระดับความพึงพอใจ

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	พอใจอย่างมาก
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	พอใจ
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ไม่พอใจ
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่พอใจอย่างมาก

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้รับบริการ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการบริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและด้านสถานที่

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทลูกค้า คลังสินค้า ที่มาใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการและปริมาณการส่งเฉลี่ยต่อครั้ง

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีการนำเสนอในรูปความถี่ ประกอบความเรียง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้รับบริการ

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของ ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ประเภทลูกค้า คลังสินค้า ระยะเวลา และปริมาณการขนส่งสินค้า ดังปรากฏในตารางที่ 1

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	223	61.9
หญิง	137	38.1
รวม	360	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 26 ปี	125	34.7
26-35 ปี	73	20.3
36 – 45 ปี	112	31.1
46 – 55 ปี	45	12.5
มากกว่า 55 ปี	5	1.4
รวม	360	100

ตาราง 1 (ต่อ)

3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	75	20.8
ปริญญาตรี	226	62.8
สูงปริญญาตรี	59	16.4
รวม	360	100
4. ลูกค้าประเภท		
เอเย่นต์	127	35.3
ลูกค้าทั่วไป	233	64.7
รวม	360	100
5. คลังสินค้าที่ท่านมาใช้บริการ		
คลังสินค้าที่ 2	180	50
คลังสินค้าที่ 3	180	50
รวม	360	100
6. ระยะเวลาที่ใช้บริการ		
ใช้ต่ำกว่า 1 ปี	107	29.7
ใช้ระหว่าง 1-5 ปี	140	38.9
ใช้ระหว่าง 6-10 ปี	96	26.7
ใช้มากกว่า 10 ปี	17	4.7
รวม	360	100
7. ปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง		
ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดไม่เกิน 10 กิโลกรัม/ครั้ง	106	29.4
ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์ประมาณ 10-100 กิโลกรัม/ครั้ง	123	34.2
ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์ประมาณ 101-1,000 กิโลกรัม/ครั้ง	74	20.6
ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์ประมาณ 1,001-5,000 กิโลกรัม/ครั้ง	47	13.1
ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์มากกว่า 5,000 กิโลกรัม/ครั้ง	10	2.8
รวม	50	100

จากตาราง 1 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 360 คน ซึ่งมีข้อมูลทั่วไปของลูกค้า สรุปได้ ดังนี้

จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทลูกค้า คลังสินค้าที่มาใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง ดังต่อไปนี้

1 เพศ

ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยเป็นเพศชาย มีความถี่สูงสุด เท่ากับ 223 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 ส่วนเพศหญิง มีจำนวนความถี่เท่ากับ 137 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 โดยลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

2 อายุ

ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยอายุต่ำกว่า 26 ปี มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 125 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาอายุระหว่าง 36 - 45 ปี มีจำนวนความถี่เท่ากับ 112 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 อายุระหว่าง 26-35 ปี มีจำนวนความถี่เท่ากับ 73 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 อายุระหว่าง 46-55 ปี มีจำนวนความถี่เท่ากับ 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และมากกว่า 55 ปี มีจำนวนความถี่เท่ากับ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

3 ระดับการศึกษา

ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนความถี่สูงสุด คือ 226 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาจบการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรี มีจำนวนความถี่ คือ 75 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนความถี่ คือ 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ตามลำดับ

4 ประเภทของลูกค้า

ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยลูกค้าทั่วไป มีจำนวนความถี่สูงสุด คือ 233 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาลูกค้าเอเย่นต์ มีจำนวนความถี่ คือ 127 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 โดยลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าทั่วไปมากกว่าลูกค้าเอเย่นต์

5 คลังสินค้าที่มาใช้บริการ

ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยคลังสินค้าที่ 1 มีจำนวนความถี่ คือ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และ คลังสินค้าที่ 2 มีจำนวนความถี่ คือ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 โดยลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการที่คลังสินค้าที่ 1 เท่ากับลูกค้าที่มาใช้บริการที่คลังสินค้าที่ 2

6 ระยะเวลาที่ใช้บริการ

ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยระยะเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 1-5 ปี มีจำนวนความถี่สูงสุด คือ 140 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาต่ำกว่า 1 ปี มีจำนวนความถี่ คือ 107 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 ระหว่าง 6-10 ปี 96 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และมากกว่า 10 ปี 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

7 ปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง

ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 10-100 กิโลกรัมต่อการใช้บริการ 1 ครั้ง มีจำนวนความถี่สูงสุด คือ 123 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 น้อยกว่า 10 กิโลกรัมต่อการใช้บริการ 1 ครั้ง มีจำนวนความถี่คือ 106 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 ระหว่าง 101-1,000

กิโลกรัมต่อการให้บริการ 1 ครั้ง มีจำนวนความถี่คือ 74 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 ระหว่าง 1,001-5,000 กิโลกรัมต่อการให้บริการ 1 ครั้ง มีจำนวนความถี่คือ 47 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 และมากกว่า 5,000 กิโลกรัมต่อการให้บริการ 1 ครั้ง มีจำนวนความถี่คือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและด้านสถานที่

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ โดย ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีดังนี้

ตาราง 2 แสดงระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
1 ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	3.252	0.359	เฉยๆ
2 ด้านระบบการให้บริการ	3.706	0.572	พอใจ
3 กระบวนการให้บริการ	3.801	0.620	พอใจ
4 ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.090	0.367	เฉยๆ
5 ด้านสถานที่	3.522	0.502	พอใจ
รวม	3.476	0.320	พอใจ

จากตาราง 2 แสดงผลระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ใน 5 ด้านพบว่ามีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.476 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.801
2. ด้านระบบการให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.706
3. ด้านสถานที่ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.522
4. ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.252
5. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.090

ตาราง 3 แสดงระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง			
1 ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องจากเจ้าหน้าที่	3.530	0.680	พอใจ
2 ได้รับข้อมูลที่รวดเร็วจากเจ้าหน้าที่	3.290	0.780	เฉยๆ
3 ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ	3.310	0.810	เฉยๆ
4 สามารถขอข้อมูลเฉพาะอย่างได้ หากต้องการ	2.790	0.610	เฉยๆ
5 การให้บริการในด้านข้อมูลต่าง ๆ จากเจ้าหน้าที่	3.310	0.790	เฉยๆ
6 การแจ้งข้อมูลใหม่ ๆ จากเจ้าหน้าที่	3.290	0.830	เฉยๆ
รวม	3.252	0.359	เฉยๆ

จากตาราง 3 แสดงผลระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.252 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องจากเจ้าหน้าที่ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.530
2. ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.310
3. การให้บริการในด้านข้อมูลต่าง ๆ จากเจ้าหน้าที่ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.310
4. ได้รับข้อมูลที่รวดเร็วจากเจ้าหน้าที่ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.290
5. การแจ้งข้อมูลใหม่ ๆ จากเจ้าหน้าที่ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.290
6. สามารถขอข้อมูลเฉพาะอย่างได้ หากต้องการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.790

ตาราง 4 แสดงระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านระบบการให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
ด้านระบบการให้บริการ			
1 ขั้นตอนในการให้บริการ	3.910	0.91	พอใจ
2 การกำหนดเงื่อนไขการให้บริการ	3.780	0.92	พอใจ
3 การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง	3.290	0.81	เฉยๆ
4 ช่วงเวลาในการให้บริการ	3.780	0.90	พอใจ
5 การปรับเปลี่ยนสถานการณ์ฉุกเฉิน	3.790	0.91	พอใจ
6 ระบบการบริหารคลังสินค้า	3.690	0.92	พอใจ
รวม	3.706	0.57	พอใจ

จากตาราง 4 แสดงผลระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านระบบการให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.706 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. ขั้นตอนในการให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.910
2. การปรับเปลี่ยนสถานการณ์ฉุกเฉิน พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.790
3. การกำหนดเงื่อนไขการให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.780
4. ช่วงเวลาในการให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.780
5. ระบบการบริหารคลังสินค้า พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.690
6. การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉย ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.290

ตาราง 5 แสดงระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
ด้านกระบวนการให้บริการ			
1 ขั้นตอนในการให้บริการหน้าเคาน์เตอร์	4.370	0.940	พอใจอย่างมาก
2 ขั้นตอนการเตรียมการจัดส่งสินค้า	3.780	0.970	พอใจ
3 ความคล่องตัวของกระบวนการทำงาน	3.760	0.900	พอใจ
4 ขั้นตอนการรับ-ส่งสินค้า	3.790	0.940	พอใจ
5 ความสม่ำเสมอเนื่องในการให้บริการ	3.760	0.920	พอใจ
6 มีความเที่ยงตรงหน้าเชื่อถือ	3.740	0.870	พอใจ
7 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ	3.810	0.930	พอใจ
รวม	3.801	0.620	พอใจ

จากตาราง 5 แสดงผลระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านกระบวนการให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.801 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. ขั้นตอนในการให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจอย่างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.370

2. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.810

3. ขั้นตอนการรับ-ส่งสินค้า พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.790

4. ขั้นตอนการเตรียมการจัดส่งสินค้า พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.780

5. ความคล่องตัวของกระบวนการทำงาน พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.760

6. ความสม่ำเสมอเนื่องในการให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.760

7. มีความเที่ยงตรงหน้าเชื่อถือ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.740

ตาราง 6 แสดงระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ			
1 ความเต็มใจให้บริการลูกค้าที่มาติดต่อ	3.150	0.870	เฉยๆ
2 การให้ความช่วยเหลือต่อลูกค้า	3.070	0.900	เฉยๆ
3 การให้คำแนะนำของเจ้าหน้าที่	3.180	0.840	เฉยๆ
4 ความกระตือรือร้นต่อการให้บริการ	3.230	0.840	เฉยๆ
5 ความสุภาพ เรียบร้อยในการให้บริการ	3.060	0.840	เฉยๆ
6 ความรู้ความสามารถในการทำงาน	3.250	0.770	เฉยๆ
7 มีความเสมอภาคในการให้บริการ	3.190	0.880	เฉยๆ
8 ความพร้อมในการให้บริการ	3.570	0.690	พอใจ
รวม	3.090	0.367	เฉยๆ

จากตาราง 6 แสดงผลระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.090 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. ความพร้อมในการให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.570
2. ความรู้ความสามารถในการทำงาน พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.250
3. ความกระตือรือร้นต่อการให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.230
4. มีความเสมอภาคในการให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.190
5. การให้คำแนะนำของเจ้าหน้าที่ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.180
6. ความเต็มใจให้บริการลูกค้าที่มาติดต่อ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.150

7. การให้ความช่วยเหลือต่อลูกค้า พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.070

8. ความสุภาพ เรียบร้อยในการให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.060

ตาราง 7 แสดงระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) ในด้านสถานที่

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
ด้านสถานที่			
1 สถานที่จอดรถ	3.970	0.990	พอใจ
2 สถานที่บริเวณเคาน์เตอร์ให้บริการ	3.120	0.660	เฉยๆ
3 สถานที่สำหรับลูกค้ารอรับบริการ	2.570	0.960	ไม่พอใจ
4 สถานที่มีความ สะดวก ในการติดต่อใช้บริการ	3.910	0.790	พอใจ
5 ความสะอาดของสถานที่	3.180	0.600	เฉยๆ
6 ความเพียงพอของ อุปกรณ์ เครื่องมือ	3.720	0.980	พอใจ
7 อุปกรณ์ เครื่องมือ มีความปลอดภัยต่อการใช้งาน	3.740	0.930	พอใจ
8 ความพร้อมของ อุปกรณ์ เครื่องมือ	3.790	0.740	พอใจ
9 อุปกรณ์ เครื่องมือ มีประสิทธิภาพในการทำงาน	3.710	0.960	พอใจ
รวม	3.522	0.252	พอใจ

จากตาราง 7 แสดงผลระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านในสถานที่ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.522 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. สถานที่จอดรถ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.970
2. สถานที่มีความ สะดวก ในการติดต่อใช้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.910
3. ความพร้อมของ อุปกรณ์ เครื่องมือ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.790
4. อุปกรณ์ เครื่องมือ มีความปลอดภัยต่อการใช้งาน พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.740
5. ความเพียงพอของ อุปกรณ์ เครื่องมือ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.720
6. อุปกรณ์ เครื่องมือ มีประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.710

7. ความสะอาดของสถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือ มีประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.180

8. สถานที่บริเวณเคาน์เตอร์ให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.120

9. สถานที่สำหรับลูกค้ารอรับบริการ สถานที่บริเวณเคาน์เตอร์ให้บริการ พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.570

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)) จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของลูกค้า คลังสินค้าที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการและปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง โดยมีผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ข้อที่ 1

ลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังแสดงในตาราง 8

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม เพศ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ชาย		หญิง		t	P-value
	$\bar{x}$	SD.	$\bar{x}$	SD.		
1. ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	3.256	0.358	3.247	0.361	0.231	0.818
2. ด้านระบบการให้บริการ	3.756	0.550	3.625	0.598	2.122*	0.035
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.830	0.610	3.753	0.637	1.133	0.258
4. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.100	0.366	3.074	0.370	0.655	0.513
5. ด้านสถานที่	3.535	0.473	3.501	0.547	0.631	0.529
รวม	3.496	0.302	3.445	0.345	1.445	0.149

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า Probability (p) เท่ากับ 0.149 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่าความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านระบบการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านระบบการให้บริการแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ในการทดสอบพบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) มากกว่า 0.05 คือ 0.818, 0.258, 0.513 และ 0.529 ตามลำดับ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 2

ลูกค้าที่อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการ วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า F-Pro มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม อายุ

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
1. ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	ระหว่างกลุ่ม	4	0.578	0.145	1.121	0.346
	ภายในกลุ่ม	355	45.764	0.129		
	รวม	359	46.342			
2. ด้านระบบการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.150	0.288	0.877	0.478
	ภายในกลุ่ม	355	116.436	0.328		
	รวม	359	117.586			
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.632	0.658	1.722	0.145
	ภายในกลุ่ม	355	135.689	0.382		
	รวม	359	138.322			
4. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.070	0.017	.130	0.972
	ภายในกลุ่ม	355	48.470	0.136		
	รวม	359	116.687			
5. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	4	0.556	0.139	0.548	0.701
	ภายในกลุ่ม	355	90.106	0.245		
	รวม	359	90.662			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.555	0.139	1.1357	0.248
	ภายในกลุ่ม	355	36.303	0.102		
	รวม	359	36.858			

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.248 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่าความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ พบว่ามีค่า F-Prob.มากกว่า 0.05 คือ 0.346, 0.478, 0.145, 0.972 และ 0.701 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 3

ลูกค้าระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ ค่าความแปรปรวนทเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า F-Pro มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
1. ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	ระหว่างกลุ่ม	2	.279	0.139	1.081	0.341
	ภายในกลุ่ม	357	46.064	0.129		
	รวม	359	46.342			
2. ด้านระบบการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.404	0.202	0.616	0.541
	ภายในกลุ่ม	357	117.182	0.328		
	รวม	359	117.586			
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.403	0.702	1.829	0.162
	ภายในกลุ่ม	357	136.919	0.384		
	รวม	359	138.322			
4. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.869	0.435	3.260*	0.040
	ภายในกลุ่ม	357	47.601	0.133		
	รวม	359	48.470			
5. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	2.038	1.019	4.104*	0.017
	ภายในกลุ่ม	357	88.624	0.248		
	รวม	359	90.662			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.700	0.350	3.456*	0.033
	ภายในกลุ่ม	357	36.158	0.101		
	รวม	359	36.858			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อให้ทราบว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างกัน จึงนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านรวม

ความพึงพอใจของผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X}=3.424$)	ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.470$)	สูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X}=3.567$)
ด้านรวม				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.424		0.046 (0.543)	0.143* (0.036)
ปริญญาตรี	3.470			0.097 (0.118)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.567			

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 11 แสดงว่าลูกค้าที่มีการศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับลูกค้าที่มีการศึกษา ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ลูกค้าที่มีการศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีการศึกษา ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.143

เมื่อพิจารณารายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ในการทดสอบ พบว่า ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 คือ 0.341, 0.541 และ 0.162 ตามลำดับ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทาง

อากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ในการทดสอบพบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 คือ 0.040 และ 0.017 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อให้ทราบว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างกัน จึงนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Differencr (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X}=3.095$)	ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.061$)	สูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X}=3.190$)
ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.095		(0.034) (0.774)	0.095 (0.282)
ปริญญาตรี	3.061			0.129* (0.040)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.190			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 12 แสดงว่าผู้มาใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กับผู้มาใช้บริการที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Significance เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มาใช้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้มาใช้บริการที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.129

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านสถานที่

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X}=3.428$)	ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.514$)	สูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X}=3.674$)
ด้านสถานที่				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.428		0.086 (0.430)	0.246* (0.019)
ปริญญาตรี	3.514			0.160 (0.920)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.674			

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 13 แสดงว่าลูกค้าที่มีการศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับลูกค้าที่มีการศึกษา ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ลูกค้าที่มีการศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านสถานที่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.246

3.4 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 4

ประเภทลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการ ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ประเภทลูกค้าที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทลูกค้าที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังแสดงในตารางที่ 14

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามประเภทลูกค้า

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ตัวแทน		ทั่วไป		t	P-value
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.		
1. ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	3.227	0.360	3.266	0.358	0.968	0.334
2. ด้านระบบการให้บริการ	3.707	0.585	3.706	0.566	0.013	0.990
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.832	0.591	3.784	0.636	0.704	0.482
4. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.060	0.355	3.107	0.373	1.177	0.240
5. ด้านสถานที่	3.519	0.476	3.524	0.517	0.084	0.933
รวม	3.469	0.290	3.481	0.336	0.358	0.720

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งจำแนกตามประเภทของลูกค้าของผู้ใช้บริการ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า Probability (p) เท่ากับ 0.720 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าประเภทลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้าน โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการขนส่งทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ มีค่า Probability (p) มากกว่า 0.05 คือ 0.334, 0.990, 0.482, 0.240 และ 0.933 ตามลำดับ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.5 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 5

คลังสินค้าที่ท่าอากาศยานมาใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : คลังสินค้าที่ท่าอากาศยานมาใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คลังสินค้าที่ท่าอากาศยานมาใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังแสดงในตารางที่ 15

ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามคลังสินค้าที่มาใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	คลังสินค้า 1		คลังสินค้า 2		t	P-value
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.		
1. ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	3.288	0.340	3.216	0.374	1.908	0.057
2. ด้านระบบการให้บริการ	3.763	0.575	3.650	0.564	1.865	0.063
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.821	0.592	3.781	0.649	0.618	0.537
4. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.098	0.389	3.082	0.345	0.426	0.671
5. ด้านสถานที่	3.555	0.461	3.489	0.539	1.250	0.212
รวม	3.503	0.297	3.450	0.340	1.591	0.113

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งจำแนกตามคลังสินค้าของลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า Probability (p) เท่ากับ 0.113 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าประเภทลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้าน โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่าความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ มีค่า Probability (p) มากกว่า 0.05 คือ 0.057, 0.063, 0.537, 0.671 และ 0.212 ตามลำดับ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.6 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 6

ลูกค้าที่ใช้บริการในระยะเวลาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่ใช้บริการในระยะเวลาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่ใช้บริการในระยะเวลาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการ วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า F-Pro มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
1. ด้านการให้ข้อมูลที่ เกี่ยวข้อง	ระหว่างกลุ่ม	3	0.445	0.148	1.152	0.328
	ภายในกลุ่ม	356	45.897	0.129		
	รวม	359	46.342			
2. ด้านระบบการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.645	1.215	3.797*	0.011
	ภายในกลุ่ม	356	113.941	0.320		
	รวม	359	117.586			
3. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.543	0.843	2.222	0.850
	ภายในกลุ่ม	356	135.779	0.381		
	รวม	359	138.322			
4. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.191	0.063	0.470	0.703
	ภายในกลุ่ม	356	48.279	0.136		
	รวม	359	48.470			
5. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3	1.738	0.579	2.319	0.075
	ภายในกลุ่ม	356	88.924	0.411		
	รวม	359	90.662			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.994	0.331	3.289*	0.021
	ภายในกลุ่ม	356	35.864	0.101		
	รวม	359	36.858			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of

Variance : One Way ANOVA) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อให้ทราบว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างกัน จึงนำผลไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Differencr (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านรวม

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 1 ปี ($\bar{X}=3.540$)	ระหว่าง 1-5 ปี ($\bar{X}=3.451$)	ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.472$)	มากกว่า 10 ปี ($\bar{X}=3.309$)
ด้านรวม					
ต่ำกว่า 1 ปี	3.540		(0.089)* (0.031)	(0.068) (0.132)	(0.231)** (0.006)
ระหว่าง 1-5 ปี	3.451			0.021 (0.617)	(0.142) (0.082)
ระหว่าง 6-10 ปี	3.472				(0.163) (0.510)
มากกว่า 10 ปี	3.309				

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 17 แสดงว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ ต่ำกว่า 1 ปี กับลูกค้าที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการ มากกว่า 10 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ ต่ำกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการ,มากกว่า 10 ปี ด้านรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.231

ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ ต่ำกว่า 1 ปี กับลูกค้าที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการ ระหว่าง 1-5 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.031 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ ต่ำกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการ ระหว่าง 1-5 ปี ด้านรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.089

เมื่อพิจารณารายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ในการทดสอบ พบว่า ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ มีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 คือ 0.328, 0.850, 0.703 และ 0.075 ตามลำดับ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนในด้านระบบการให้บริการในการทดสอบพบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านระบบการให้บริการ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อให้ทราบว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างกัน จึงนำผลไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Differencr (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านระบบการให้บริการ

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 1 ปี ($\bar{X}=3.839$)	ระหว่าง 1-5 ปี ($\bar{X}=3.651$)	ปริญญาดรี ($\bar{X}=3.689$)	มากกว่า 10 ปี ($\bar{X}=3.430$)
ด้านระบบการให้บริการ					
ต่ำกว่า 1 ปี	3.839		(0.188)** (0.010)	(0.150) (0.060)	(0.409)** (0.006)
ระหว่าง 1-5 ปี	3.651			0.038	(0.221) (0.130)
ระหว่าง 6-10 ปี	3.689				(0.259) (0.083)
มากกว่า 10 ปี	3.430				

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 18 แสดงว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ ต่ำกว่า 1 ปี กับลูกค้าที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการ ระหว่าง 1-5 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ลูกค้าที่มี

ระยะเวลาที่ใช้บริการ ต่ำกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการ ระหว่าง 1-5 ปี ด้านระบบการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.188

ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ ต่ำกว่า 1 ปี กับลูกค้าที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการ มากกว่า 10 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ ต่ำกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการ มากกว่า 10 ปี ด้านระบบการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.409

3.7 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 7

ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทยจำกัด(มหาชน) แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการ วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า F-Pro มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Differencr (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	แหล่ง ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
1. ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	ระหว่างกลุ่ม	4	1.079	0.270	2.116	0.078
	ภายในกลุ่ม	355	45.263	0.128		
	รวม	359	46.342			
2. ด้านระบบการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	4.598	1.149	3.611**	0.007
	ภายในกลุ่ม	355	112.989	0.358		
	รวม	359	117.586			
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.320	0.580	1.514	0.198
	ภายในกลุ่ม	355	136.002	0.383		
	รวม	359	138.322			
4. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.622	0.155	1.153	0.331
	ภายในกลุ่ม	355	47.849	0.325		
	รวม	359	48.470			
5. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	4	1.387	0.347	1.379	0.241
	ภายในกลุ่ม	355	89.274	0.215		
	รวม	359	90.662			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.340	0.335	3.349*	0.010
	ภายในกลุ่ม	355	35.518	0.100		
	รวม	359	36.858			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อให้ทราบว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างกัน จึงนำผลไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Differencer (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้ำที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันกับ ความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านรวม

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 10 กก. ($\bar{X}=3.506$)	10-100 กก. ($\bar{X}=3.497$)	101-1,000 กก. ($\bar{X}=3.379$)	1,001-5,000 กก. ($\bar{X}=3.311$)	มากกว่า 5,000 กก. ($\bar{X}=3.476$)
ด้านรวม						
ไม่เกิน 10 กก.	3.506		(0.009)	(0.127)**	0.040	(0.175)
			(0.827)	(0.009)	(0.475)	(0.195)
10-100 กก.	3.497			(0.118)*	0.049	(0.186)
				(0.012)	(0.369)	(0.074)
101-1,000 กก.	3.379				0.167**	(0.068)
					(0.005)	(0.519)
1,001-5,000 กก.	3.311					0.235*
						(0.034)
มากกว่า 5,000 กก.	3.476					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 20 แสดงว่าลูกค้ำที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 10 กก.กับลูกค้ำที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 101-1,000 กก. จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า

ว่า ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 10 กก. แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 101-1,000 กก. ด้านรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.127

ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 10-100 กก. กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 101-1,000 กก. จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 10-100 กก. แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 101-1,000 กก. ด้านรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.118

ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 101-1,000 กก. กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 1001-5,000 กก. จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 101-1,000 กก. แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 1001-5,000 กก. ด้านรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.167

ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 1,001-5,000 กก. กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 5,000 กก. จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 1,001-5,000 กก. แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 5,000 กก. ด้านรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.235

เมื่อพิจารณารายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ในการทดสอบ พบว่า ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ มีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 คือ 0.078, 0.198, 0.331 และ 0.241 ตามลำดับ นั่นคือ ขอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนในด้านระบบการให้บริการในการทดสอบพบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านระบบการให้บริการ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อให้ทราบว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างกัน จึงนำผลไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Differencer (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 ตามลำดับ

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันกับ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านระบบการให้บริการ

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 10 กก. ($\bar{X}=3.749$)	10-100 กก. ($\bar{X}=3.727$)	101-1,000 กก. ($\bar{X}=3.542$)	1,001-5,000 กก. ($\bar{X}=3.880$)	มากกว่า 5,000 กก. ($\bar{X}=3.400$)
ด้านระบบการให้บริการ						
ไม่เกิน 10 กก.	3.749		(0.022) (0.766)	(0.207)* (0.016)	0.131 (0.189)	(0.349) (0.062)
10-100 กก.	3.727			(0.185)* (0.026)	0.153 (0.116)	(0.327) (0.078)
101-1,000 กก.	3.542				0.338** (0.001)	(0.142) (0.454)
1,001-5,000 กก.	3.880					(0.48)* (0.015)
มากกว่า 5,000 กก.	3.400					

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 21 แสดงว่าลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 10 กก. กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 101-1,000 กก. จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 10 กก. แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 101-1,000 กก. ด้านระบบการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.207

ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 10-100 กก. กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 101-1,000 กก. จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 10-100 กก. แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 101-1,000 กก. ด้านระบบการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.185

ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 101-1,000 กก. กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 1001-5,000 กก. จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 101-1,000 กก. แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 1001-5,000 กก. ด้านระบบการให้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.338

ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 1,001-5,000 กก. กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 5,000 กก. จากการวิเคราะห์ พบว่า Significance เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง 1,001-5,000 กก. แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มี ปริมาณการขนส่งเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 5,000 กก. ด้านระบบการให้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.48

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีการนำเสนอในรูปความถี่ประกอบความเรียง

แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทยจำกัด(มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการบริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ และด้านสถานที่โดยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 360 คน มีผู้ตอบแบบสอบถาม 78 คน คิดเป็นร้อยละ 21.66 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมดและจากแบบสอบถามปลายเปิดที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 360 คน มีผู้ตอบแบบสอบถาม 85 คน คิดเป็นร้อยละ 23.61 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมดรายละเอียดปรากฏในตาราง 22-23

ตาราง 22 ข้อควรปรับปรุงจากการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ข้อที่	ข้อควรปรับปรุงจากการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ	ความถี่	คิดเป็นร้อยละ
	ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง		
1	ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง	6	7.67
2	การขอข้อมูลบางอย่างจากเจ้าหน้าที่ยาก	3	3.84
3	ควรติดประกาศให้ทั่วบริเวณคลังสินค้า	3	3.84
4	ควรมีคอมพิวเตอร์ออนไลน์เพื่อตรวจสอบข้อมูล	2	2.56
5	ควรมีโทรศัพท์ออนไลน์เพื่อสอบถามข้อมูล	2	2.56
	รวม	16	20.51
	ด้านระบบการบริการ		
6	ขั้นตอนยากเกินไป	10	12.82
7	จุดส่งสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงบ่อยเกินไป	4	5.12
8	ระบบยังไม่มีมาตรฐานเปลี่ยนแปลงบ่อยเกินไป	2	2.56
	รวม	16	20.51
	ด้านกระบวนการบริการ		
9	ยังมีความยุ่งยากต่อการใช้บริการในการจัดส่ง	8	10.25
10	เครื่องมือในการขนถ่ายมีมากเกินไปสมควรมีเครื่องมือส่วนกลาง	3	3.84
	รวม	11	11.10
	ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ		
11	ความไม่สุภาพของเจ้าหน้าที่เฉพาะบางคน	6	7.69
12	เจ้าหน้าที่มาทำงานสายโดยเฉพาะตอนช่วงเวลากลางคืน	3	3.84
13	อำนวยความสะดวกกับผู้ใช้บริการที่รู้จักเท่านั้นส่วนผู้ใช้บริการรายอื่นบริการไม่ดี	1	1.28
	รวม	10	12.83
	ด้านสถานที่		
14	ความสะอาดบริเวณจุดรับส่งสินค้า	12	15.38
15	ห้องน้ำห้องส้วมมีมีน้อยเกินไปและยังไม่สะอาด	6	7.69
16	การจราจรบริเวณจุดรับส่งสินค้าควรมีเจ้าหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดการจราจร	3	3.84
17	ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้าตอนขนส่งสินค้าจากรถไปยังจุดรับส่งสินค้า	2	2.56
18	ที่พักของผู้ใช้บริการมีน้อยเกินไปทำให้ต้องรอในบริเวณที่ไม่เหมาะสม	2	2.56
	รวม	25	32.03
	รวม	78	100

จากตาราง 22 ให้เห็นว่าผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปรับปรุงจากการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการบริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ และด้านสถานที่ เพิ่มเติมดังต่อไปนี้

ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ข้อที่เป็นปัญหาและได้รับการเสนอแนะมากที่สุดก็คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (6 คน) คิดเป็นร้อยละ 7.67 การขอข้อมูลบาง อย่างจากเจ้าหน้าที่ยาก (3 คน) คิดเป็นร้อยละ 3.84 ควรติดประกาศให้ทั่วบริเวณคลังสินค้า (3 คน) คิดเป็นร้อยละ 3.84 ควรมีคอมพิวเตอร์ออนไลน์เพื่อตรวจเช็คข้อมูล (2) คิดเป็นร้อยละ 2.56 ควรมีโทรศัพท์ออนไลน์เพื่อสอบถามข้อมูล (2 คน) คิดเป็นร้อยละ 2.56

ด้านระบบการบริการ

ข้อที่เป็นปัญหาและได้รับการเสนอแนะมากที่สุดก็คือ ขั้นตอนยากเกินไป (10 คน) คิดเป็นร้อยละ 12.82 จุดส่งสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงบ่อยเกินไป (4 คน) คิดเป็นร้อยละ 5.25 ระบบยัง ไม่มีมาตรฐานเปลี่ยนแปลงบ่อยเกินไป (2 คน) คิดเป็นร้อยละ 2.56

ด้านกระบวนการบริการ

ข้อที่เป็นปัญหา และได้รับการเสนอแนะมากที่สุดก็คือ ยังมีความยุ่งยากต่อการใช้บริการในการจัดส่ง (8 คน) คิดเป็นร้อยละ 10.25 เครื่องมือในการขนถ่ายมีมากเกินไปสมควรมีเครื่องมือส่วนกลาง (3 คน) คิดเป็นร้อยละ 3.84

ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ

ข้อที่เป็นปัญหาและได้รับการเสนอแนะมากที่สุดก็คือ ความไม่สุภาพของเจ้าหน้าที่เฉพาะบางคน (6 คน) คิดเป็นร้อยละ 7.69 เจ้าหน้าที่มาทำงานสายโดยเฉพาะตอนช่วงเวลากลางคืน (3 คน) คิดเป็นร้อยละ 7.69 อำนวยความสะดวกกับผู้ใช้บริการที่รู้จักเท่านั้นส่วนผู้ใช้บริการรายอื่นบริการไม่ดี (1 คน) คิดเป็นร้อยละ 1.28

ด้านสถานที่

ข้อที่เป็นปัญหาและได้รับการเสนอแนะมากที่สุดก็คือ ความสะอาดบริเวณจุดรับส่งสินค้า (12 คน) คิดเป็นร้อยละ 15.38 ห้องน้ำห้องส้วมมีน้อยเกินไปและยังไม่สะอาด (6 คน) คิดเป็นร้อยละ 7.69 การจราจรบริเวณจุดรับส่งสินค้า ควรมีเจ้าหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการจัด การจราจร (3 คน) คิดเป็นร้อยละ 3.84 ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้าตอนขนส่งสินค้าจากรถไปยังจุดรับส่งสินค้า (2 คน) คิดเป็นร้อยละ 2.56 ที่พักของผู้ใช้บริการมีน้อยเกินไปทำให้ต้องรอในบริเวณที่ไม่เหมาะสม (2 คน) คิดเป็นร้อยละ 2.56

ตาราง 23 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ จากการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ข้อที่	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ การให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ	ความถี่	คิดเป็นร้อยละ
1	การบริการของเจ้าหน้าที่ยังเลือกปฏิบัติโดยให้ความสะดวกเฉพาะพวกของตน	43	50.58
2	ควรทำความสะอาดบริเวณจุดรับส่งสินค้าให้ทั่วถึงและควรทำในช่วงเวลาพัก	23	27.05
3	ควรจัดการเกี่ยวกับความปลอดภัยในการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศในบริเวณจุดรับส่งสินค้า	10	11.76
4	ค่าใช้จ่ายในการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศยังมีราคาสูง	9	10.58
	รวม	85	100

จากตาราง 23 แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ จากการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ข้อที่เป็นปัญหา และได้รับการเสนอแนะมากที่สุดก็คือ เรื่องการบริการของเจ้าหน้าที่ยังเลือกปฏิบัติโดยให้ความสะดวกเฉพาะพวกของตน (43 คน) คิดเป็นร้อยละ 50.58 ควรทำความสะอาดบริเวณจุดรับส่งสินค้าให้ทั่วถึงและควรทำในช่วงเวลาพัก (23 คน) คิดเป็นร้อยละ 27.05 ควรจัดการเกี่ยวกับความปลอดภัยในการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศในบริเวณจุดรับส่งสินค้า (10คน) คิดเป็นร้อยละ 11.76 ค่าใช้จ่ายในการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศยังมีราคาสูง (9 คน) คิดเป็นร้อยละ 10.58

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัย ได้สรุปผลของการวิจัย ดังนี้

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการ ให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสถานที่
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของลูกค้าจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของลูกค้า คลังสินค้า ที่ใช้ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้บริการของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ จะทำให้ได้ข้อมูลพื้นฐานในการบริหารจัดการ เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ ทั้งในด้านการให้ข้อมูล ระบบการให้บริการ กระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ และอื่น ๆ ของฝ่ายคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

สมมุติฐานในการศึกษาค้นคว้า

- 1 ลูกค้ายี่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
- 2 ลูกค้ายี่อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
- 3 ลูกค้ายี่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
- 4 ประเภทลูกค้ายี่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
- 5 คลังสินค้าที่ท่านมาใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
- 6 ลูกค้ายี่ใช้บริการในระยะเวลาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
- 7 ลูกค้ายี่มีปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้ายี่ใช้บริการขนส่งทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่สนามบินดอนเมือง ที่บริเวณ อาคารคลังสินค้าที่ 2 และอาคารคลังสินค้าที่ 3 จำนวน 5434 ราย [2544: บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)]

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษา เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากประชากรที่ใช้ในการศึกษา โดยผู้ศึกษากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากผู้มาใช้บริการในปี 2544 เป็นจำนวน 5434 ราย ตามวิธีการของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 303) ได้กลุ่มตัวอย่างลูกค้ายี่จำนวน 360 ราย

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง (Sampling) สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มแบบโควต้า (Quota Sampling) ตามลักษณะสถานที่ของคลังสินค้าในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยได้กลุ่มตัวอย่างดังนี้

อาคารคลังสินค้า	จำนวน
2	180
3	180

เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ของลูกค้าทั้งสองกลุ่ม เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น จากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทลูกค้า คลังสินค้าที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ปริมาณการส่งเฉลี่ยต่อครั้ง มีลักษณะเป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ (Check List) และเติมคำในช่องว่างจำนวนทั้งหมด 7 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าทางอากาศยานของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยจำแนกระดับความคิดเห็นของปัจจัยต่างๆ ออกเป็น 5 ระดับ จำนวน 36 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด (Open End) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้น และผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากอาจารย์ที่ปรึกษา และการทดสอบทางสถิติที่มีความเชื่อถือในระดับสูง ไปทำการเก็บข้อมูล ตามขั้นตอนดังนี้

1. ติดต่อประสานงานไปยังผู้จัดการฝ่ายคลังสินค้า บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มลูกค้าของบริษัท ที่คลังสินค้าที่ 1 และคลังสินค้าที่ 2
2. รวมแบบสอบถามคืน ผู้ศึกษาได้ดำเนินการรวบรวมแบบสอบถามในกลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนของบริษัทฯ ด้วยตนเอง ในกลุ่มลูกค้าทั่วไป ซึ่งผู้ศึกษาได้ขอความร่วมมือให้เจ้าหน้าที่ในฝ่ายคลังสินค้าช่วยกระจายแจกไปยังกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการโดยตรง ในการรวบรวมแบบสอบถามคืน ผู้ศึกษาติดต่อรับโดยตรงที่ฝ่ายคลังสินค้า

การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้ศึกษาจะนำแบบสอบถามมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์คัดเลือกเฉพาะชุดที่มีความสมบูรณ์มาเพียงพอที่จะทำการประมวลผลจากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาลงรหัส (Coding) และนำไปวิเคราะห์ประเมินผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows version 10.0 (Statistical for the Social-Science/for Windows)

2. วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ข้อมูลด้าน ประเภทของลูกค้า คลังสินค้าที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งใช้สถิติค่าร้อยละ

3. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ ใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) เป็นรายด้านและรายข้อ ซึ่งพิจารณาประเมินตามเกณฑ์ ดังนี้

พอใจอย่างมาก	เท่ากับ	5	คะแนน
พอใจ	เท่ากับ	4	คะแนน
เฉยๆ	เท่ากับ	3	คะแนน
ไม่พอใจ	เท่ากับ	2	คะแนน
ไม่พอใจอย่างมาก	เท่ากับ	1	คะแนน

เกณฑ์ประเมินผล โดยใช้เกณฑ์ประเมิน จากสูตรต่อไปนี้ ดังต่อไปนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8-11)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{เกณฑ์ประเมิน} &= \text{ระดับคะแนน} + 0.80 \\ &= 1.00 + 0.80 = 1.80 \\ &= 1.80 + 0.80 = 2.60 \\ &= 2.60 + 0.80 = 3.40 \\ &= 3.40 + 0.80 = 4.20 \\ &= 4.20 + 0.80 = 5.00 \end{aligned}$$

เกณฑ์ในการประเมินผลระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	พอใจอย่างมาก
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	พอใจ
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ไม่พอใจ
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่พอใจอย่างมาก

4. เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่า t - test และระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่มกับความแปรปรวนทางเดียว (one way analysis of variance : F-test)

5. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาแจกความถี่

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) สรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มารับบริการ

ข้อมูลทั่วไป ของผู้ให้บริการการขนส่งทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)จำนวน 360 คน โดยมีเพศชาย มีความถี่สูงสุดเท่ากับ 223 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 ส่วนเพศหญิง มีจำนวนความถี่เท่ากับ 137 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1

อายุของผู้กรอกแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 26 ปี มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 125 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 ส่วนระหว่าง 36 - 45 ปี, 26 - 35 ปี, 46-55 ปี และมากกว่า 55 ปี มีความถี่เท่ากับ 112, 73, 45, 5 คิดเป็นร้อยละ 31.1, 20.3, 12.5, 1.4 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีจำนวนความถี่สูงสุด คือ 226 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาจบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญา และ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนความถี่ คือ 75 คน และ 59 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และ 16.4 ตามลำดับ

ประเภทของลูกค้า ทั่วไป มีจำนวนความถี่สูงสุด คือ 233 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาลูกค้าเอเจนต์ มีจำนวนความถี่ คือ 127 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3

คลังสินค้าที่มาใช้บริการ คลังสินค้า 1,2 มีจำนวนความถี่เท่ากัน คือ 180 คน คิดเป็นร้อยละ 50

ระยะเวลาที่ใช้บริการ อยู่ระหว่าง 1-5 ปี จำนวนความถี่สูงสุด คือ 140 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมา ต่ำกว่า 1 ปี มีจำนวนความถี่ คือ 107 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 , ระหว่าง 6-10 ปี 96 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และมากกว่า 10 ปี 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง ระหว่าง 10-100 กิโลกรัมต่อการใช้บริการ 1 ครั้ง คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 , น้อยกว่า 10 กิโลกรัมต่อการใช้บริการ 1 ครั้ง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 ระหว่าง 101-1,000 กิโลกรัมต่อการใช้บริการ 1 ครั้ง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6, ระหว่าง 1,001-5,000 กิโลกรัมต่อการใช้บริการ 47 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.1 และมากกว่า 5,000 กิโลกรัมต่อการใช้บริการ 1 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ใน 5 ด้าน ส่วนใหญ่เห็นว่าความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 3.476) และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุด คือด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.801 อยู่ ในระดับพอใจ ด้านระบบการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.706 อยู่ในระดับพอใจ ด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ย

3.522 อยู่ในระดับพอใจ,ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ค่าเฉลี่ย 3.252 อยู่ในระดับเฉยๆ และ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.090 อยู่ในระดับพอใจ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่เห็นว่าความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับเฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.252) และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุดเรียงตามลำดับ คือ ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ย 3.530 อยู่ในระดับพอใจ,ท่านได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ ค่าเฉลี่ย 3.310อยู่ในระดับเฉยๆ ,การให้บริการในด้านข้อมูลต่างๆ จากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ย 3.310 อยู่ในระดับเฉยๆได้รับข้อมูลที่รวดเร็วจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ย 3.290 อยู่ในระดับเฉยๆ, สามารถขอข้อมูลเฉพาะอย่างได้ หากต้องการ ค่าเฉลี่ย 2.790 อยู่ในระดับพอใจ และการแจ้งข้อมูลใหม่ๆ จากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ย 2.790 อยู่ในระดับเฉยๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านระบบการให้บริการ ส่วนใหญ่เห็นว่าความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 3.706) และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุดเรียงตามลำดับ คือ ขั้นตอนในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.910 อยู่ในระดับพอใจ, การปรับเปลี่ยนสถานการณ์ฉุกเฉิน ค่าเฉลี่ย 3.790 อยู่ในระดับพอใจ,การกำหนดเงื่อนไขการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.780 อยู่ในระดับพอใจช่วงเวลาในการให้บริการจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ย 3.780 อยู่ในระดับพอใจ,ระบบการบริหารคลังสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.690 อยู่ในระดับพอใจ และการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง ค่าเฉลี่ย 3.290 อยู่ในระดับเฉยๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านกระบวนการให้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 3.801) และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุดเรียงตามลำดับ คือ ขั้นตอนในการให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ ค่าเฉลี่ย 4.370 อยู่ในระดับพอใจอย่างมาก, การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ ค่าเฉลี่ย 3.810 อยู่ในระดับพอใจ,ขั้นตอนการรับ-ส่งสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.79 อยู่ในระดับพอใจ, ขั้นตอนการเตรียมการจัดส่งสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.780 อยู่ในระดับพอใจ, ความคล่องตัวของกระบวนการทำงานและความสม่ำเสมอต่อเนื่องในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.760 อยู่ในระดับพอใจ, มีความเที่ยงตรงหน้าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 3.740 อยู่ในระดับพอใจ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจขององลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) ในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ส่วนใหญ่เห็นว่าความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับเฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.090) และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุดเรียงตามลำดับ คือ ความพร้อมในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.570 อยู่ในระดับเฉยๆ ความรู้ความสามารถในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.250 อยู่ในระดับเฉยๆ ,ความกระตือรือร้นต่อการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.230 อยู่ในระดับเฉยๆ , มีความเสมอภาคในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.190 อยู่ในระดับพอใจ ,การให้คำแนะนำของเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ย 3.180 อยู่ในระดับเฉยๆ ความเต็มใจให้บริการลูกค้าที่มาติดต่อ ค่าเฉลี่ย 3.150 อยู่ในระดับเฉยๆ , การให้ความช่วยเหลือต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.070 อยู่ในระดับเฉยๆและความสุภาพ เรียบร้อยในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.060 อยู่ในระดับเฉยๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านสถานที่ ส่วนใหญ่เห็นว่าความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 3.522)

และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุดเรียงตามลำดับ คือ สถานที่จอดรถ ค่าเฉลี่ย 3.970 อยู่ในระดับพอใจ,สถานที่ที่มีความ สะดวก ในการติดต่อใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.910 อยู่ในระดับพอใจ , ความพร้อมของ อุปกรณ์ เครื่องมือ ค่าเฉลี่ย 3.790 อยู่ในระดับพอใจ ,อุปกรณ์ เครื่องมือ มีความปลอดภัยต่อการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 3.740 อยู่ในระดับพอใจ,ความเพียงพอของ อุปกรณ์ เครื่องมือ ค่าเฉลี่ย 3.720 อยู่ในระดับพอใจ,อุปกรณ์ เครื่องมือ มีประสิทธิภาพในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.710 อยู่ในระดับพอใจสะอาดของสถานที่ ค่าเฉลี่ย 3.180 อยู่ในระดับ พอใจ,สถานที่บริเวณเคาน์เตอร์ให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.120 อยู่ในระดับพอใจและสถานที่สำหรับลูกค้ารอรับบริการ ค่าเฉลี่ย 2.570 อยู่ในระดับไม่พอใจ

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลูกค้าที่เพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการ ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่าลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อ การใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมไม่แตกต่างกันที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านระบบการให้บริการมีความพึงพอใจต่อการ ใช้บริการ ขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ลูกค้าที่อายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการ ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การ บินไทยจำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อ การใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 ลูกค้าที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการ ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่าลูกค้าที่ระดับการศึกษาแตกต่าง กันมีความพึงพอใจต่อการ ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 ประเภทลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการ ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่าประเภทลูกค้าที่แตกต่างกันมีความ พึงพอใจต่อการ ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกันที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 คลังสินค้าที่ท่านมาใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการ ใช้บริการขนส่งสินค้า ทาง อากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันจากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า คลังสินค้าที่ท่านมา ใช้ บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการ ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6 ลูกค้าที่ใช้บริการในระยะเวลาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการ ใช้บริการขนส่งสินค้าทาง อากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ลูกค้าที่ใช้บริการในระยะเวลาแตก

ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะด้านระบบการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานข้อที่ 7 ลูกค้ำที่มีปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันจากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่าลูกค้ำที่มีปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะด้านระบบการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีประเด็นที่จะนำมาอภิปราย ดังต่อไปนี้

ประเด็นข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการบริการขนส่งสินค้าทางอากาศ จะต้องมีความคล่องตัวในการทำงาน ซึ่งเป็นงานค่อนข้างจะหนัก จึงทำให้เพศหญิงมาใช้บริการน้อยกว่าเพศชาย

อายุ ของลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่วนใหญ่จะมีอายุต่ำกว่า 26 ปี ซึ่งมีสาเหตุมาจาก ผู้ที่มาใช้บริการซึ่งมีบางส่วนเป็นพนักงานจากบริษัทรับขนส่งสินค้า ซึ่งจะใช้นักงานที่มีช่วงอายุ 20 – 25 ปี

ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีซึ่งสอดคล้องกับอายุของผู้ที่มาใช้บริการคือ ช่วงต่ำกว่า อายุ 26 ปี

ประเภทของลูกค้า ที่ลูกค้ามาใช้บริการ ส่วนใหญ่ลูกค้าประเภททั่วไป ซึ่งมีสาเหตุมาจากลูกค้าส่วนใหญ่จะมาใช้บริการด้วยตนเองมากกว่ามาใช้บริการผ่านตัวแทน

คลังสินค้า ที่ลูกค้ามาใช้บริการ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบโควต้า (Quota Sampling) จึงทำให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนที่เท่ากัน

ระยะเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 1 – 5 ปี ซึ่งมีสาเหตุมาจาก ลูกค้าทั่วไปส่วนมากจะมีการส่งสินค้าไปต่างประเทศมีจำนวนครั้งน้อย ซึ่งส่วนของลูกค้าที่เป็นเอเย่นต์นั้นจะมีการเข้าหรือออกจากงานหรือเปลี่ยนตำแหน่งไปทำหน้าที่อื่น ๆ ซึ่งทำให้ระยะเวลาการทำงานอยู่ในช่วง 1 – 5 ปี

ปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง ที่ลูกค้ามาใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งสินค้า เฉลี่ยต่อครั้ง ระหว่าง 10 -100 กิโลกรัมต่อการใช้บริการ 1 ครั้ง ซึ่งมีสาเหตุมาจาก สินค้าที่นำมาใช้บริการนั้นจะเป็นของส่วนตัวมากกว่าสินค้าที่ส่งไปเพื่อจำหน่ายยังต่างประเทศ ซึ่งสินค้าส่วนตัวจะมีน้ำหนักไม่มากคือ อยู่ในช่วง 10 -100 กิโลกรัม

ประเด็นการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและด้านสถานที่ที่สามารถอธิบายผล ได้ดังนี้

ด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่เห็นว่าความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบของงานบริการ ทั้ง 3 ประเภทของ ก็อธเบิร์ก (Gothberg , อ้างถึงใน (นันทวัฒน์ วัฒนรุ่งเรือง. 2533: 18 อ้างอิงจาก Gothberg. n. d.) เป็นส่วนใหญ่ คือ

1. คุณภาพของทรัพยากร ต้องคัดเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้และมีคุณภาพดี
2. คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ในงานบริการนั้นเป็นอย่างดี
3. การสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ การใช้ภาษา สัญลักษณ์ ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดี

ซึ่งการติดต่อประสานงานต่าง ๆ จะต้องติดต่อผ่านเจ้าหน้าที่ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความไม่สะดวกในการติดต่อขอข้อมูลต่าง ๆ โดยเฉพาะในข้อที่เกี่ยวกับการขอข้อมูลเฉพาะอย่างได้หากต้องการ การแจ้งข้อมูลใหม่ ๆ ได้รับข้อมูลที่รวดเร็ว การให้บริการในด้านข้อมูลต่าง ๆ ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาที่พบนอกจากจะสอดคล้องกับองค์ประกอบของงานบริการทั้ง 3 ประเภทของ ก็อธเบิร์ก (นันทวัฒน์ วัฒนรุ่งเรือง. 2533: 18 อ้างอิงจาก Gothberg. n. d.) แล้วพบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ ได้แก่ ข้อที่ได้รับข้อมูลที่ต้องการจากเจ้าหน้าที่ ซึ่งมีสาเหตุมาจากเจ้าหน้าที่ที่ดูแลทางด้านข้อมูลต่าง ๆ สามารถหาข้อมูลต่าง ๆ ที่ใช้ในการจัดส่งสินค้ารองรับการขอข้อมูลจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ด้านระบบการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านระบบการให้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรชัย คงสุวรรณ (2535) จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกคลังผลิตฝ่ายกักตุนและโภชนาการภายในประเทศ บริษัทการบินไทย จำกัด พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการในด้านระบบการให้บริการมีความพอใจในเกณฑ์ ดี ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์เดียวกัน ซึ่งมีสาเหตุมาจาก ขั้นตอนในการในการให้บริการ การปรับเปลี่ยนสถานการณ์ฉุกเฉิน การกำหนดเงื่อนไขการให้บริการส่วนระบบการบริหารคลังสินค้านั้น พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดย อมร รักษาสัตย์ (2522,น. 18) มีความเห็นว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นมาตรการอย่างหนึ่ง ที่ใช้วัดประสิทธิภาพของการบริหารงานได้เพราะการจัดบริการของรัฐนั้นสักแต่จะทำให้เสร็จ ๆ ไปแต่หมายถึงการให้บริการอย่างดีเป็นที่พอใจของผู้ใช้บริการ อย่างไรก็ตามประเด็นในส่วนของการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง ระดับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับเฉย ๆ ซึ่งมีสาเหตุมาจาก สถานที่ที่รับบริการมีพื้นที่มาก ซึ่งมีอาคารคลังสินค้าทั้ง 3 อาคาร ซึ่งไม่สามารถบริการลูกค้าได้ทั่วทั้ง 3 คลังสินค้า

ด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านกระบวนการให้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าความพึงพอใจใน

ภาพรวมอยู่ในระดับ พอใจ ซึ่งมีสาเหตุมาจาก การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ ขั้นตอนการรับ – สินค้า ขั้นตอน การเตรียมการจัดส่งสินค้าความคล่องตัวของกระบวนการทำงาน ความสม่ำเสมอต่อเนื่อง อีกทั้ง มีความเที่ยงตรงหน้า เชื่อถือ อย่างไรก็ตามประเด็นข้อจ้องขั้นตอนในการให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับ พอใจอย่างมาก มีสาเหตุมาจากเจ้าหน้าที่ที่มาบริการมีความชำนาญในการบริการหน้าเคาน์เตอร์ ตลอดจนบริษัท การบินไทยมีนโยบายให้ความสำคัญใน การบริการจึงทำให้ลูกค้าให้ความสำคัญกับ การบริการหน้าเคาน์เตอร์ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในการบริการ

ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจากการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ส่วนใหญ่เห็นว่าความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรชัย คงสุวรรณ (2535) จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกคลังผลิตฝ่ายภัตตาคารและโภชนาการภายในประเทศ บริษัทการบินไทย จำกัด พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการในด้านระบบการให้บริการมีความพอใจในเกณฑ์ปานกลาง ซึ่งมีความพอใจในเกณฑ์เดียวกัน ซึ่งมีสาเหตุมาจาก ความรู้ความสามารถในการทำงาน ความกระตือรือร้นต่อการให้บริการมีความเสมอภาคในการให้บริการ การให้คำแนะนำของเจ้าหน้าที่และเจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการ การมีสาเหตุมาจาก บริษัทการบินไทยมีการเตรียมการเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ที่มาให้บริการโดยจัดการทำงานของเจ้าหน้าที่เป็นช่วงเวลาซึ่งมี 3 ช่วง เวลาซึ่งทำให้เจ้าหน้าที่ที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพจึงทำให้ เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการให้บริการ

ด้านสถานที่ จากการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านสถานที่ ส่วนใหญ่เห็นว่าความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจ ซึ่งมีสาเหตุมาจาก สถานที่จอดรถมีเพียงพอและสะดวก มีความสะดวกในการติดต่อ ความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องมือมีความปลอดภัยต่อการใช้งาน เครื่องมือและอุปกรณ์นำมาให้บริการมีประสิทธิภาพ ส่วนประเด็นทางข้อความสะอาดของสถานที่นั้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉย ๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุภชัย คุณารัตนพฤกษ์ (2532:51 – 63) ที่ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลทั่วไปพบว่า ความไม่พอใจเกิดจาก ความสะอาดของด้านสถานที่ มีสาเหตุมาจาก สถานที่มีพื้นที่กว้างขวางจึงทำให้การทำความสะอาดไม่ทั่วถึงตลอดจนขยะที่เกิดจากการขนส่งสินค้านั้นมีมาก จนไม่สามารถเก็บได้หมดภายในแต่ละวัน อีกประเด็นหนึ่งที่มีระดับความพึงพอใจระดับเฉย ๆ คือสถานที่บริเวณเคาน์เตอร์บริการ ซึ่งมีสาเหตุมาจาก สถานที่แคบเกินไป โดยเฉพาะผู้ใช้บริการที่เป็นตัวแทน ซึ่งจะต้องมีอุปกรณ์เครื่องมือมาด้วย เช่น เครื่องพิมพ์เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนประเด็นทางด้านสถานที่สำหรับรอรับบริการนั้น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พอใจ ซึ่งมีสาเหตุมาจาก ผู้ที่มาใช้บริการมีจำนวนมากซึ่งทำให้สถานที่มีไม่เพียงพอสำหรับการรอคอยและสิ่งแวดล้อมที่บริเวณรอรับบริการไม่ดีพอ จึงทำให้ผู้ที่ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พอใจ

ดังนั้น เพื่อให้การบริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะเป็นผู้ให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับ ผู้ที่ใช้บริการ และพัฒนาระบบการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ควรยึดหลักความคิดเกี่ยวกับ การบริการของ พาชูราแมน วีเอ ไชร์ทานเนล และ แอล บาร์รี (Parsuraman, Zeithanel and Barry. 1985: 79-81) ได้กล่าวไว้ว่าการบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้คือ

1. ความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย
 - 1.1 ความสม่ำเสมอ
 - 1.2 ความพึงพาได้
2. การตอบสนอง ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและอุทิศเวลา
 - 2.3 การติดต่ออย่างต่อเนื่อง
 - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ ประกอบด้วย
 - 3.1 ความสามารถในการให้บริการ
 - 3.2 ความสามารถในการสื่อสาร
 - 3.3 ความสามารถในการด้านความรู้วิชาการที่ให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ ประกอบด้วย
 - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมาซับซ้อนเกินไป
 - 4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
 - 4.3 เวลาที่ใช้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ
 - 4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน ประกอบด้วย
 - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ
 - 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี
6. การสื่อสาร ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ
 - 6.2 มีการอธิบายและขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ คุณภาพของงานบริการ มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง ประกอบด้วย
 - 8.1 ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
9. ความเข้าใจ ประกอบด้วย
 - 9.1 การเรียนรู้ผู้ให้บริการ
 - 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ให้บริการ
 - 9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ให้บริการ
10. การสร้างสิ่งจำเป็นที่จับต้องได้
 - 10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ
 - 10.2 การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ

ประเด็นการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในทัศนะของผู้รับบริการ มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปราย ดังนี้

ลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ที่ตั้งไว้ คือ เพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เหมือนกัน มีสาเหตุมาจากความพึงพอใจในการใช้บริการทุก ๆ ด้านซึ่งเพศหญิงและเพศชายนั้นมาใช้บริการจากเจ้าหน้าที่ มีความเสมอภาคโดยไม่เลือกปฏิบัติจากเจ้าหน้าที่ส่วนด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ใช้ในการขนส่งสินค้า มีความทันสมัย มีเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการขนส่งสินค้า อุปกรณ์มีความเพียงพอตลอดจนมีความคล่องตัวและรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งรายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริการนั้น สอดคล้องกับ มิลเล็ท (นวลฉวี รตางศุ. 2543 : 14 ; อ้างอิงจาก Mellet. 1954 : 337-400) ซึ่งให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ (satisfactory service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ไว้ดังนี้

1. การให้บริการเสมอภาค (Equitable Service) คือการบริการที่มีความยุติธรรมเสมอภาค มีความเท่าเทียมกันตามแนวการบริหารงานของรัฐ ไม่มีการแบ่งชั้นกีดกันในการบริการ
2. การบริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely Service) ถ้าไม่ทันต่อเวลาแล้วจะไม่เกิดประสิทธิภาพความพึงพอใจก็จะไม่เกิดขึ้น
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Apple Service) มีจำนวนและสถานที่การบริการอย่างเหมาะสม
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ
5. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถให้มากขึ้นในขณะที่ใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ดังนั้นจึงไม่สามารถที่จะเห็นความแตกต่างเพศหญิงและเพศชายในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศจึงทำให้ลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

ลูกค้าที่อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ มีสาเหตุมาจาก อายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ เพราะช่วงอายุที่มาใช้บริการที่มีความพึงพอใจน้อย ได้มาใช้บริการเป็นจำนวนน้อย คือ ช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป ส่วนด้านอื่น จะไม่มีความแตกต่างกัน จึงส่งผลให้อายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ จึงทำให้ลูกค้าที่อายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

ลูกค้าที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวม แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

แสดงว่าผู้ที่มาติดต่อใช้บริการ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจาก ผู้ที่ใช้บริการที่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจในทุก ๆ ด้าน ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก ซึ่งสูงกว่าผู้ที่ใช้บริการที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี จึงทำให้ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความแตกต่างกัน โดยสมมติฐานนี้ผู้ที่ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่แตกต่างจากผู้ที่ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีสาเหตุมาจากผู้ที่ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีนั้น จะมีความเข้าใจในระบบการทำงานของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการซึ่งทำให้มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนในด้านสถานที่นั้น ผู้ที่ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกับลูกค้าที่ใช้บริการที่มี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีสาเหตุมาจากผู้ที่ใช้บริการมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีนั้น มีความคุ้นเคยกับสถานที่และเจ้าหน้าที่รับบริการซึ่งสามารถหาจุดบริการต่าง ๆ ได้ถูกต้องจึงทำให้มีความพอใจมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี จึงทำให้ลูกค้าที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย แตกต่างกัน

ประเภทลูกค้าที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งน่าจะมีสาเหตุมาจาก การบริการของบริษัทการบินไทย มีการปรับปรุงในด้านการบริการทุก ๆ ด้านอยู่ตลอดเวลา โดยทำให้ การบริการในด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสถานที่ จึงทำให้ความพึงพอใจในด้านดังกล่าวไม่มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะด้านพนักงานผู้ให้บริการนั้น ทางบริษัทการบินไทย ได้จัดให้มีการอบรมทุก ๆ 3 เดือน สำหรับพนักงานเก่าส่วนพนักงานใหม่จะมีการอบรมก่อนเข้าทำงาน ณ จุดบริการต่าง ๆ โดยมีพนักงานที่มีความชำนาญเป็นผู้ฝึกสอนจนกว่าสามารถบริการต่อลูกค้าที่ใช้บริการได้เป็นอย่างดีจึงปล่อยให้ทำงานตามลำพัง ด้วยเหตุจึงทำให้ประเภทลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

คลังสินค้าที่ท่านมาใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้ บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุมาจากคลังสินค้าที่ 1 และที่ 2 นั้นจะมีการออกแบบอาคารและอุปกรณ์ความสะดวกต่าง ๆ ตลอดจนเครื่องมือที่ผู้ใช้บริการเหมือนกัน ส่วนในด้านสถานที่ที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย สาเหตุมาจาก การบริการที่อาคารที่ 1 และ 2 มีความแตกต่างกันบ้างคือ คลังสินค้าที่ 2 นั้นยังเปิดใช้ไม่เต็มพื้นที่และบางส่วนยังมีการก่อสร้างแต่ก็ไม่สามารถเห็นความแตกต่างได้ จึงทำให้คลังสินค้าที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

ลูกค้าที่ใช้บริการในระยะเวลาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้ง

ไว้ สาเหตุมาจากระยะเวลาที่ใช้บริการต่ำกว่า 1 ปี แตกต่างกับลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการระหว่าง 1 – 5 ปี และมากกว่า 10 ปี มีสาเหตุมาจาก ผู้ที่มาใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 1 ปี นั้น ยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าทางอากาศในด้านต่าง ๆ ของการใช้บริการ ซึ่งผู้ที่เคยใช้บริการระหว่าง 1 – 5 ปี จะมีความชำนาญของการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศในทุก ๆ ด้าน ที่ใช้บริการ แต่ถ้าผู้ที่มาใช้บริการเกิน 10 ปี จะมีความพึงพอใจลดลงมีสาเหตุจากการมีความชำนาญในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศดีแล้ว จึงต้องการความสะดวกสบายและความรวดเร็วมากกว่าเดิมจึงทำให้ความพึงพอใจลดลงจากเดิม ส่วนในด้านระบบการให้บริการซึ่งมีความแตกต่างกันของผู้ใช้บริการต่ำกว่า 1 ปี กับระหว่าง 1 – 5 ปี และมากกว่า 10 ปี จะมีสาเหตุมาจากระบบการบริหารคลังสินค้า การบริการแก่ลูกค้าไม่ทั่วถึงและช่วงการให้บริการนั้นยังไม่สอดคล้องกับการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ จึงทำให้ลูกค้าที่ใช้บริการในระยะเวลาต่าง ๆ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันไป

ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสาเหตุมาจากปริมาณการขนส่งสินค้าต่ำกว่า 10 กิโลกรัม แตกต่างกับช่วง 10 – 100 กิโลกรัม โดยสินค้าที่มีน้ำหนักต่ำกว่า 10 กิโลกรัม จะมีความสะดวกกว่า ส่วนสินค้าที่มีน้ำหนักช่วง 10 - 100 กิโลกรัม จะต้องใช้อุปกรณ์ที่ช่วยในการขนส่งและบางครั้งต้องใช้อุปกรณ์มารับบริการส่วน ถ้าสามารถยกได้ก็จะต้องยกด้วยตัวเองเพื่อนำไปเคาน์เตอร์บริการ ส่วนน้ำหนักช่วง 10 – 100 กิโลกรัมแตกต่างกับช่วงน้ำหนัก 101 – 1,000 กิโลกรัม ก็จะมีลักษณะคล้ายกันคือลูกค้ามีความพึงพอใจในช่วงน้ำหนัก 10 – 100 กิโลกรัม มากกว่า ช่วงน้ำหนัก 101 -1,000 กิโลกรัม ส่วนน้ำหนักช่วง 101 – 1,000 กิโลกรัม แตกต่างกับน้ำหนักช่วง 1,001 – 5,000 กิโลกรัม และน้ำหนักช่วง 1,001 – 5,000 กิโลกรัมแตกต่างกับน้ำหนัก 5,000 กิโลกรัม ซึ่งน้ำหนัก 1,001 – 5,000 กิโลกรัม และมากกว่าน้ำหนักมากกว่า 5,000 กิโลกรัม มากกว่าช่วงน้ำหนัก 110 – 1,000 กิโลกรัมและ 1,001 – 5,000 กิโลกรัม ตามลำดับ ซึ่งมีสาเหตุมาจากสินค้าที่มีน้ำหนักมากซึ่งไม่สามารถขนมาได้ด้วยตนเองนั้น มีความจำเป็นจะต้องใช้อุปกรณ์เครื่องมือและคนงานช่วยในการขนถ่ายหรือใช้บริการผ่านตัวแทนโดยตรงซึ่งตัวแทนจะมีเครื่องมือและอุปกรณ์ช่วยในการขนส่งสินค้าครบถ้วน จึงทำให้ลูกค้าที่นำสินค้ามาใช้บริการที่มีน้ำหนักมากมีความพึงพอใจกว่าสินค้าที่มีน้ำหนักน้อย คือ น้ำหนักช่วง 1,001 – 5,000 กิโลกรัมและมากกว่า 5,000 กิโลกรัม ตามลำดับ จึงทำให้ลูกค้าที่มีปริมาณการขนส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันไป

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านต่าง ๆ คือ ด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ด้านสถานที่ โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของลูกค้า คลังสินค้าที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ และปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันไปและไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า ผู้บริหารในแต่ละฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรพิจารณาปรับปรุงและแก้ไขปัญหาดังกล่าว ให้ดีขึ้น และสิ่งที่คืออยู่แล้วก็ควรรักษาหรือทำให้ดีขึ้นต่อไป โดยการวางแผนและปฏิบัติอย่างจริงจัง โดยมีข้อเสนอ ดังนี้

1. จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า ลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยนำผลการศึกษาค้นคว้าดังกล่าวมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าพบว่า การได้รับข้อมูลที่รวดเร็วจากเจ้าหน้าที่ การได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจสามารถขอข้อมูลเฉพาะอย่างได้หากต้องการและการให้บริการในด้านข้อมูลต่าง ๆ จากเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับเฉย ๆ และมีข้อเสนอแนะของลูกค้า คือ การมีประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง การติดประกาศให้ทั่วบริเวณ และควรมีโทรศัพท์หรือคอมพิวเตอร์ออนไลน์เพื่อตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยขอเสนอว่า ควรมีการจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ในด้านหน้าที่ที่รับผิดชอบ และจะต้องหาบุคคลที่มีใจรักในการบริการมารับหน้าที่ในส่วนบริการลูกค้าจะทำให้คุณภาพในการบริการออกมาดี ตลอดจนผู้บริหารจะต้องทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการบริการเพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีการตื่นตัวในการบริการ จัดให้มีฝ่ายประชาสัมพันธ์รับผิดชอบแต่ละคลังสินค้าโดยตรงเพื่อบริการในด้านข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ คือ โทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ โดยติดตั้งในบริเวณที่มีการใช้บริการ แออดเพื่ออำนวยความสะดวกและความรวดเร็วในการตรวจสอบข้อมูลสินค้าในการ รับ-ส่ง สินค้า

2. จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า ลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านระบบการให้บริการ โดยนำผลการศึกษาค้นคว้าดังกล่าวมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าพบว่า การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง อยู่ในระดับเฉย ๆ และมีข้อเสนอแนะของลูกค้าคือ มีขั้นตอนยากเกินไป ระบบและจุดขนส่งสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงบ่อยเกินไป ผู้วิจัยขอเสนอว่า ควรมีการจัดฝึกอบรมแก่ผู้ให้บริการในด้านระบบของการบริการ ซึ่งเกี่ยวกับขั้นตอนต่าง ๆ ในการ รับ - ส่ง สินค้า ตลอดจนวิธีการทางด้านการศุลกากรและวิธีการคิดราคาค่าระวางสินค้า ฝ่ายบริหารควรมีการวางแผนเกี่ยวกับ จุดรับ-ส่งสินค้าให้ชัดเจน โดยเฉพาะในช่วงที่มีการส่งสินค้าเป็นเวลาพร้อมกันหรือช่วงฤดูกาลผลไม้ซึ่งจะต้องใช้ความรวดเร็วในการส่งสินค้า ถ้าขนส่งไม่ดีหรือช้าก็อาจทำให้ผลไม้เกิดความเสียหายได้ จึงควรจัดจุดรับส่งสินค้าเฉพาะทางด่วนเพื่อแก้ปัญหาพื้นที่รับ-ส่งสินค้าไม่เพียงพอ

3. จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า ลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการให้บริการ โดยนำผลการศึกษาค้นคว้าดังกล่าวมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าพบว่า ขั้นตอนในการให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ มีความพอใจอย่างมาก และข้อเสนอแนะของลูกค้าคือ กระบวนการมีความยุ่งยากและเครื่องมือมีมากเกินไป ผู้วิจัยขอเสนอว่า พนักงานหน้าเคาน์เตอร์ นั้นมีประสิทธิภาพในการทำงานคืออยู่แล้วจึงทำให้ผู้ใช้บริการมีความพอใจอย่างมาก ผู้บริหารควรที่จะให้พนักงานในส่วน

อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งกับการบริการมาอบรมเพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งหมด เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการขนถ่ายในบริเวรรับ-ส่งสินค้าซึ่งเป็นของผู้มาใช้บริการส่วนมากจะเป็นของลูกค้าที่เป็นเอเจนต์ (Agent) ฝ่ายบริหารควรควบคุมให้อุปกรณ์ขนถ่ายดังกล่าวให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานได้ทุกครั้ง โดยตัวไหนที่ใช้ไม่ได้ควรนำออกไปจากบริเวรรับ-ส่งสินค้า เพราะจะทำให้เกิดขวางการขนส่ง แต่ถ้าสามารถหาเครื่องมือที่เป็นส่วนกลางได้ก็จะทำให้ บริเวรรับ-ส่งสินค้านี้พื้นที่ใช้สอยมากขึ้น และจะต้องเข้มงวดเรื่องความปลอดภัยในการใช้อุปกรณ์ขนถ่าย

4. จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ โดยนำผลการศึกษาค้นคว้าดังกล่าวมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าพบว่า ความเต็มใจ การให้ความช่วยเหลือ การให้คำแนะนำ ความกระตือรือร้น ความสุภาพ ความรู้ความสามารถและความเสมอภาค ของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับเฉย ๆ และข้อเสนอแนะลูกค้าคือ มาทำงานสายในช่วงกลางคืนและจะอำนวยความสะดวกกับผู้ให้บริการที่มีความสนิทสนมกันหรือกับผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน ผู้วิจัยเสนอว่า เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการทั้งหมดมีความเป็นมาตรฐานที่ต่างกัน จะเห็นได้ว่า เจ้าหน้าที่ที่มีระดับการศึกษาและอายุที่แตกต่างกันในแต่ละหน่วยงานนั้นจะทำให้การบริการไม่เหมือนกัน ผู้บริหารจึงควรให้มีการสลับตำแหน่งการทำงานทุก ๆ ช่วงการทำงานที่เหมาะสม เพราะจะทำให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ ๆ จึงมีผลให้การบริการดีขึ้นด้วย และควรมีการประเมินผลงานทำงานของแต่ละส่วน เพื่อกระตุ้นให้เจ้าหน้าที่มีการบริการที่ดีขึ้น โดยให้ผู้ใช้บริการเป็นผู้ประเมินผลงาน

5. จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านสถานที่ผู้ให้บริการ โดยนำผลการศึกษาค้นคว้าดังกล่าวมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าพบว่า สถานที่สำหรับลูกค้ารอรับบริการมีไม่เพียงพอ และความสะอาดของสถานที่อยู่ในระดับเฉย ๆ และข้อเสนอแนะ ลูกค้าคือ จำนวนและความสะอาดของห้องน้ำมีน้อยเกินไป การจราจรบริเวรจุดรับ-ส่งสินค้ามีความแออัด ความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าและบริเวรพักรอมีน้อยเกินไป ผู้วิจัยเสนอว่า ควรทำการปรับปรุงบริเวรรอรับบริการและบริเวรเคาน์เตอร์ ให้มีพื้นที่เพียงพอกับปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการ ตลอดจนควบคุมเรื่องความสะอาดและการถ่ายเทอากาศและสภาพแวดล้อมด้วย ควรจัดห้องน้ำให้เพียงพอและให้มีแม่บ้านทำความสะอาดทุก ๆ 3 ชั่วโมง เพราะมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก ในช่วงที่มีรถเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ควรมีเจ้าหน้าที่ควบคุมการจราจรให้รถสามารถวิ่งได้สะดวก ควรจัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า โดยผู้ที่ผ่านการอบรมเท่านั้นจึงมีสิทธิใช้อุปกรณ์ขนถ่ายใน บริเวรรับ-ส่งสินค้า

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาปัจจัยทางด้านราคา ค่าบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอีกทั้งควรศึกษาความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของลูกค้า ทั้งกลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทน และลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการนั้นและควรศึกษาต่อไปยังระดับลูกค้าที่มีอำนาจสูงขึ้นในการตัดสินใจของแต่ละองค์กรหรือ ลูกค้าที่เป็นผู้ติดต่อสื่อสารและประสานงานอื่นๆ กับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ไม่ได้เดินทางมายังคลังสินค้า เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าดังกล่าวว่ามีความพึงพอใจเหมือนหรือแตกต่างกันกับ ลูกค้าที่เข้ามาสัมผัสกับคลังสินค้าโดยตรง และควรทำการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัทไทยแอร์พอร์คกราวเซอร์วิส ซึ่งเป็นบริษัทที่มีการขนส่งสินค้าทางอากาศเหมือนกันกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- ขวัญหทัย หรั่งศิริ. (2544). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติลานสาง. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- จินดารัตน์ สุวรรณสุจริต. ความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย. ภาคนิพนธ์ ศ.ศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2530). สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิน ปรัชญพฤทธิ. (2534). ทฤษฎีองค์การ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วัฒนาพานิช.
- ทวีชัย กุศลสิทธิารถ พรเทพ ปลั่งพงษ์พันธ์ และเอกรินทร์ รอยกุลเจริญ. (2539). ระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่อธิบายความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานสาขา : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขายะลา. ภาคนิพนธ์ ศ.ศ.ม. (พัฒนาสังคม). ยะลา : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เทพนม เมืองแมน และสรวง สุวรรณ. (2529). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2530). องค์การและการบริหาร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- นวลฉวี รตาตสุ. (2543). ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลศิริราช. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (สุขศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2531). เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ศรีอนันต์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภักดี ตันยพงศกร. (2539). พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซอยหนองจิก จังหวัดปัตตานี. ปริญญานิพนธ์ ศ.ศ.ม. (ไทยคดีศึกษา). ปัตตานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2536). ประมวลสาระชุดวิชาทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารการศึกษา หน่วยที่ 6. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ : ส.ส.ท.
- ศราวุธ ทองคำและคนอื่น ๆ. (2544). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ โดยระบบบริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ สำนักงานเขตราชเทวี. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2543). วิสัยทัศน์ประเทศไทย ปี 2000. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน.
- สมยศ นาวิการ. (2538). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ : บริษัทสามัคคี.
- Baron, Robert A. & Greenberg, Jerald. (1990). *Behavior in Organizations : Understanding and Managing the Human of Work*. Massachusetts : Allynand Bacon.

Davis, K. and Newstrom, W. J. (1985). *Human Behavior at Work : Organizational behavior*. 7th ed. New York : McGraw-Hill Book.

Hellriegel Don and John, W. Slocum, Jr. (1992). *Management*. 6th edition New York Addison-Wesley Publishing.

Herzberg, F. and others. (1959). *The Motivation to Work*. New York : John Wiley & Sons.

Keith, Davis and Newstrom. John W. (1985). *Human Behavior at Work : Organization Behavior*. 7th ed. New York : McGraw Hill Book.

McClelland, David C. L (1980). *The Achievement Society*. New York : The Free Press, 1953.

McCormick, E.J., and Ligen, D.R. (1967). *Industrial Psychology*.

New Jersey; Prentice - Hall, Englewood Cliffs.

Milton, Charles R. (1981) *Human Behavior in Organization*. New Jersey : Englewood Cliffs, Prentice-Hall, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามประกอบการวิจัย

เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ

ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

แบบสอบถามชุดนี้ ผู้วิจัยจะทำการขึ้นเพื่อรวบรวมความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการให้บริการขนส่งทางอากาศ ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งงานวิจัยนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คณะผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพราะความคิดเห็นของท่านมีคุณค่าอย่างยิ่ง ที่จะช่วยให้งานวิจัยครั้งนี้ สำเร็จได้ตามเป้าหมาย

คณะผู้วิจัย ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ได้เสียสละเวลาเข้าร่วมโครงการวิจัย และแสดงความคิดเห็นในครั้งนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย $\sqrt{\quad}$ ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านหรือเติมคำตอบลงในช่องว่าง

- | | |
|---|----------------|
| 1. เพศ | สำหรับผู้วิจัย |
| ☐ ชาย ☐ หญิง | () 1 |
| 2. อายุ | () 2 |
| ☐ ต่ำกว่า 26 ปี ☐ 36-45 ปี ☐ 56 ปีขึ้นไป | |
| ☐ 26-35 ปี ☐ 46-55 ปี | |
| 3. วุฒิการศึกษา | () 3 |
| ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี | |
| ☐ สูงกว่าปริญญาตรี | |
| 4. ท่านเป็นลูกค้าประเภท | () 4 |
| ☐ ตัวแทน (agent) ☐ ลูกค้าผู้ให้บริการทั่วไปที่ใช้บริการกับบริษัทการบินไทยโดยตรง | |
| 5. คลังสินค้าที่ท่านมาใช้บริการ | () 5 |
| ☐ คลังสินค้าที่ 2 ☐ คลังสินค้าที่ 3 | |
| 6. ระยะเวลาที่ใช้บริการ | () 6 |
| ☐ ใช้ต่ำกว่า 1 ปี | |
| ☐ ใช้ระหว่าง 1-5 ปี | |
| ☐ ใช้ระหว่าง 6-10 ปี | |
| ☐ ใช้มากกว่า 10 ปี | |
| 7. ปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง | () 7 |
| ☐ ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์เบ็ดเตล็ด ไม่เกิน 10 กิโลกรัม/ครั้ง | |
| ☐ ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์ประมาณ 10-100 กิโลกรัม/ครั้ง | |
| ☐ ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์ประมาณ 101-1,000 กิโลกรัม/ครั้ง | |
| ☐ ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์ประมาณ 1,001-5,000 กิโลกรัม/ครั้ง | |
| ☐ ส่งสินค้า/วัสดุอุปกรณ์มากกว่า 5,000 กิโลกรัม/ครั้ง | |

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย ☐ ลงในช่องว่างแต่เพียงช่องเดียวที่ตรงกับความพึงพอใจของท่าน

ความพึงพอใจ	พอใจอย่าง มาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ อย่างมาก	สำหรับ ผู้วิจัย
ความพึงพอใจด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง						
1 ท่านได้รับข้อมูลที่ถูกต้องจากเจ้าหน้าที่						() 8
2 ท่านได้รับข้อมูลที่รวดเร็วจากเจ้าหน้าที่						() 9
3 ท่านได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ						() 10
4 สามารถขอข้อมูลเฉพาะอย่างได้ หากต้องการ						() 11
5 การให้บริการในด้านข้อมูลต่าง ๆ จากเจ้าหน้าที่						() 12
6 การแจ้งข้อมูลใหม่ ๆ จากเจ้าหน้าที่						() 13
ความพึงพอใจด้านระบบการให้บริการ						
7 ขั้นตอนในการให้บริการ						() 14
8 การกำหนดเงื่อนไขการให้บริการ						() 15
9 การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง						() 16
10 ช่วงเวลาในการให้บริการ						() 17
11 การปรับเปลี่ยนสถานการณ์ฉุกเฉิน						() 18
12 ระบบการบริหารคลังสินค้า						() 19
ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ						
13 ขั้นตอนในการให้บริการหน้าเคาน์เตอร์						() 20
14 ขั้นตอนการเตรียมการจัดส่งสินค้า						() 21
15 ความคล่องตัวของกระบวนการทำงาน						() 22
16 ขั้นตอนการรับ-ส่งสินค้า						() 23
17 ความสม่ำเสมอเนื่องในการให้บริการ						() 24
18 มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ						() 25
19 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ						() 26
ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ						
20 ความเต็มใจให้บริการลูกค้าที่มาติดต่อ						() 27
21 การให้ความช่วยเหลือต่อลูกค้า						() 28
22 การให้คำแนะนำของเจ้าหน้าที่						() 29
23 ความกระตือรือร้นต่อการให้บริการ						() 30
24 ความสุภาพ เรียบร้อยในการให้บริการ						() 31

ความพึงพอใจ	พอใจอย่างมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจอย่างมาก	สำหรับ ผู้วิจัย
25 ความรู้ความสามารถในการทำงาน						() 32
26 มีความเสมอภาคในการให้บริการ						() 33
27 ความพร้อมในการให้บริการ						() 34
ความพึงพอใจด้านสถานที่						
28 สถานที่จอดรถ						() 35
29 สถานที่บริเวณเคาน์เตอร์ให้บริการ						() 36
30 สถานที่สำหรับลูกค้ามารับบริการ						() 37
31 สถานที่ที่มีความ สะดวก ในการติดต่อใช้บริการ						() 38
32 ความสะอาดของสถานที่						() 39
33 ความเพียงพอของ อุปกรณ์ เครื่องมือ						() 40
34 อุปกรณ์ เครื่องมือ มีความปลอดภัยต่อการใช้งาน						() 41
35 ความพร้อมของ อุปกรณ์ เครื่องมือ						() 42
36 อุปกรณ์ เครื่องมือ มีประสิทธิภาพในการทำงาน						() 43

ตอนที่ 3 แสดงความคิดเห็น

ท่านคิดว่า บริษัทฯ ควรปรับปรุงบริการด้านใดมากที่สุด และอย่างไร

- 1
- 2
- 3
- 4

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาคอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มสว โทร. 5726,5644

ที่ ทม 10122/

วันที่

เรื่อง . ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายบรรยง เหล่าตระกูลงามนิสิตระดับปริญญาโทวิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญรองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ อาจารย์อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายบรรยง เหล่าตระกูลงาม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์	ประธานโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)
2. อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง	รองประธานโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล

นายขรรชง เหล่าตระกูลงาม

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

58/509 ถนนรามอินทรา แขวงคันนายาว

เขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร 10240

ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน

ผู้จัดการ โครงการ ระบบขนถ่ายวัสดุ

สถานที่ทำงานปัจจุบัน

อาคารชาญอิสสระทาวเวอร์ 2 ชั้น 31

2922/283 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่

แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง

กรุงเทพฯ 10310

ประวัติการศึกษา

คณะวิศวกรรมศาสตร์

พ.ศ.2534

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

พ.ศ.2546

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร