

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า
ที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า
บริษัทซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด

บทคัดย่อ
ของ
นายฉันทิชย์ วิบูลยารุณ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2547

นันทิพย์ วิบูลยารุณ. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้า และจัดส่งสินค้าของบริษัท ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า โดยจำแนกตามปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้า และศึกษาลักษณะการใช้บริการของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัท ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัท ชิเมนต์ไทยโลจิสติกส์ จำกัด ซึ่งมีจำนวน 35 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การหาค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ใช้ Least Significant Difference (LSD) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Science) For Windows Version 10

ผลการวิจัย พบว่า บริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ในบริษัทที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทร่วมทุน บริษัทย่อย บริษัทอื่น และบริษัทนอกเครือข่าย ตามลำดับ โดยบริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีการใช้บริการผ่าน SCT CO.,LTD. รองลงมา คือ ว่าจ้างบริษัท ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด โดยตรง ตามลำดับ และบริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการจากตัวแทนออกของอื่นนอกจาก CTL รองลงมา คือ มีใช้บริการจากตัวแทนออกของอื่นนอกจาก CTL ตามลำดับ และ พบว่า

1. บริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีมูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน 50,212,200 บาท มีจำนวน Shipment โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20.74 Shipment และความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน 6.74 ครั้งต่อเดือน
2. ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านบุคลากร ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร ด้านการจัดส่งสินค้า ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า ด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหา ด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจ แต่ในด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าปานกลาง รองลงมา คือ มีความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าน้อย และมีความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้ามาก
4. กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. วิธีการว่าจ้างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. การมีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการในด้านความรู้ความชำนาญของพนักงาน การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ และการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรไม่แตกต่างกัน

8. มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

9. ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจในการให้บริการด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม และรายชื่อ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

10. ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจในการให้บริการด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม และรายชื่อ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

FACTORS AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION
WITH THE IMPORT CUSTOM FORMALITY AND TRANSPORTATION SERVICE
FROM CEMENTHAI LOGISTICS CO., LTD.

AN ABSTRACT
BY
MR.CHANTICH WIBOONYAROON

Presented in Partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Marketing
at Srinakharinwirot University
March 2004

Chantich Wiboonyaroon. (2004). *Factors affecting customer satisfaction with the import custom formality and transportation service from Cementhai Logistics Co., Ltd.* Master Project, M.B.A. (Marketing). Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Prof. Dr. Warangkana Adisornprasert.

The purpose of this research is to study factors affecting customer satisfaction in using import customer formalities and transportation service from Cementhai Logistics Co., Ltd. which classified according to the following factors such as general customer profile and the level of knowledge in import custom formalities procedure. Furthermore, to study the relationship between how the service is being used from customer and customer satisfaction towards using import custom formalities and transportation service from Cementhai Logistics Co., Ltd.

The population used in this research is a group of customers who use import custom formalities and product transportation service from Cementhai Logistics Co., Ltd. for 35 accounts by using questionnaire as a tool to collect data. A number of statistical techniques were utilized such as percentage value, mean score, standard deviation, maximize and minimize score, t-test, One-way Analysis of Variance, Multiple comparison: Least Significant Difference method and Pearson product moment correlation coefficient. SPSS for windows version 10 was used to analyze data.

The results indicated that the respondents' companies hold certain amount of shares in Siam Cement Public Co., Ltd. Most of the companies in the sample are joint venture, subsidiaries, other companies and unaffiliated companies respectively. Most of the respondents' companies who had answered questionnaires were the ones who use the service via SCT Co., Ltd. (SCT). Secondary, are those who hire Cementhai Logistics Co.,Ltd directly. In addition, most of companies in the sample were not use the other custom broker service beside Cementhai logistics (CTL) and followed by companies who use other custom broker service beside Cementhai logistics (CTL).

1. The companies who are respondents have an average import cargo value of 50,212,200 baht per month, the average number of shipments per month are 20.74 shipments and the needs to urgently use import products are 6.74 on average per month.

2. The customer satisfaction towards using import custom formalities and transportation service from Cementhai Logistics Co., Ltd. In terms of personnel aspect, custom procedure aspect, product distribution aspect, reporting import status, customer complain respond aspect, damage coverage insurance aspect rated at satisfaction level. However, service fee and miscellaneous expense collection aspect is rated at moderate level.

3. Most of the respondents have moderate range knowledge level in term of import custom formalities procedure, followed by those in low level and those in high level respectively.

4. The differences in customer characteristics affect the customer satisfaction in term of speed in sending collection document at the statistical significant level of .05

5. The differences in method of hiring affect the customer satisfaction in term of human relation at the statistical significant level of .05

6. The overall customer experience with other custom broker companies affects the customer satisfaction in terms of knowledge and expertise, preparation on import custom formalities document, form and procedure in collection and service fee and miscellaneous expense collection at the statistical significant level of .05

7. The differences in knowledge level of import custom formalities procedure don't affect the customer satisfaction towards using import custom formalities service.

8. The average import value per month has no relationship with customer satisfaction towards using the service.

9. The average frequency in terms of import per month has inverse relationship with customer satisfaction towards overall using service fee and miscellaneous expense collection service in term of both overall aspects and independently such as form and procedure in collection, speed in sending collection document and error in collection at a significant level of .05

10. The needs to urgently use import products per month has inverse relationship with customer satisfaction towards overall using service fee and miscellaneous expense collection service in terms of both overall aspects and independently such as form and procedure in collection, speed in sending collection document and error in collection at a significant level of .05

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า
ที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า
บริษัทซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด

สารนิพนธ์
ของ
นายฉันทิชย์ วิบูลยารุณ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

.....
(อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ)

ประธาน

.....
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

วันที่ เดือน มีนาคม พ.ศ. 2547

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
	ความสำคัญของการวิจัย.....	2
	ขอบเขตของการวิจัย.....	2
	ประชากร.....	2
	ตัวแปรที่ศึกษา.....	2
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
	สมมติฐานในการวิจัย.....	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	8
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	9
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค.....	11
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	14
	ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด.....	17
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	20
	การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง.....	20
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	20
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	22
	การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล.....	22
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	23

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	65
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	65
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	67
อภิปรายผล.....	70
ข้อเสนอแนะ.....	72
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	73
บรรณานุกรม.....	74
ภาคผนวก.....	77
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	79
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	86
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	88

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	28
2 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าการกระจายสัมพัทธ์ มูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	29
3 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าการกระจายสัมพัทธ์ จำนวน Shipment ที่นำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	30
4 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และค่าเฉลี่ย ความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วน โดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	30
5 แสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า ของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด.....	31
6 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้า.....	36
7 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า ของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด จำแนกตามกลุ่มลูกค้า.....	37
8 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ความพึงพอใจด้านความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บต่อ การให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด โดยจำแนกตามกลุ่มลูกค้าแตกต่างกัน.....	41
9 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด โดยจำแนกตามวิธีการว่าจ้าง.....	42
10 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้า และจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด จำแนกตามประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่น.....	45
11 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรต่อการให้บริการพิธีการ ศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้า.....	49
12 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้า และจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัดกับมูลค่าการนำเข้า โดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	50
13 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและ จัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัดกับความถี่ในการนำเข้า โดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	54

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้า และจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วน โดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	59

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2 การรับรู้คุณภาพโดยรวม.....	12
3 ทางเลือกการประเมินคุณภาพ.....	13

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

หลังจากเรือซิเมนต์ไทยได้เผชิญกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจอย่างรุนแรง นับตั้งแต่ ปี 2540 เป็นต้นมา เรือฯได้ดำเนินการในหลายเรื่อง รวมทั้งการปรับโครงสร้างธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาวะที่เปลี่ยนแปลง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการทรัพยากร และเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการดำเนินการตามกลยุทธ์ระยะยาว ผลจากการปรับโครงสร้างธุรกิจของเรือฯ ได้ก่อให้เกิด กลุ่มธุรกิจจัดจำหน่าย ซึ่งทำหน้าที่ให้บริการด้านการจัดจำหน่ายทั้งด้านการขาย การตลาด การค้าระหว่างประเทศ บริการด้านการขนส่งและการบริหารคลังสินค้า และกระจายสินค้าเรือฯ ไปสู่ลูกค้าทั้งในและนอกประเทศ

จากสภาพภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเพื่อให้ธุรกิจสามารถก้าวไปตามวิสัยทัศน์ที่ได้กำหนดไว้ ธุรกิจจัดจำหน่ายจึงได้กำหนด วัฒนธรรมองค์กร THE BEST อันประกอบด้วย Teamwork, High service level, Education&Enterprise, Bench marking with market leader, Entrepreneurship, Satisfy customerและ TQC ให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการทำงานอันจะทำให้องค์กรสามารถปรับตัวได้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและไปในทิศทางเดียวกัน (ที่มา : บริษัทค้าวัสดุซิเมนต์ไทย จำกัด. (2546). วารสาร The Best Spirit ฉบับที่ 11 ปี 2546)

บริษัทซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทหนึ่งในกลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายได้รับเอาวัฒนธรรม THE BEST มาใช้ในการกำหนดพฤติกรรมในการทำงาน ซึ่งในปี 2546 จะเน้นวัฒนธรรมเรื่อง Teamwork และ Satisfy Customer เป็นตัวหลัก เรื่อง Satisfy Customer เป็นหัวใจในการทำงาน ซึ่งบริษัทต้องบริการให้ลูกค้าพึงพอใจตามระดับการบริการที่ตกลงกัน เพื่อที่จะรักษาลูกค้าให้ใช้บริการของบริษัทไปอย่างต่อเนื่อง (บริษัท ซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด. ธ.ค. 2545)

แผนกนำเข้าและส่งออก เป็นหน่วยงานหนึ่งใน บริษัทซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ ทำหน้าที่ให้บริการด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรและจัดส่งสินค้านำเข้า ให้แก่ผู้นำเข้าที่จ้างให้บริษัทซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์เป็นตัวแทนในการดำเนินพิธีการศุลกากรนำเข้าสินค้า ได้คำนึงถึงวัฒนธรรม THE BEST มาใช้เป็นแนวในการกำหนดพฤติกรรมในการทำงาน โดยเฉพาะในเรื่องการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด เพื่อที่จะเป็นส่วนสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทให้สามารถบรรลุตามภารกิจที่ตั้งไว้

ดังนั้นในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นพนักงานคนหนึ่งของบริษัทซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ ที่จะต้องปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทและวัฒนธรรมองค์กรจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ให้บริการในปัจจุบัน โดยงานวิจัยนี้จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด โดยผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า และจะนำไปปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด
3. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้บริการของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่บริษัทฯ ได้ให้บริการ
2. ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด
3. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้บริการต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด
4. เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าให้ได้มากที่สุด

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ซึ่งมีจำนวน 41 ราย (ข้อมูลจากส่วนนำเข้าและส่งออก บริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ปี 2546)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

1.1 กลุ่มลูกค้า จำแนกตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย

1.1.1 บริษัทย่อย หมายถึง บริษัทที่ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นมากกว่า 50%

1.1.2 บริษัทร่วมทุน หมายถึง บริษัทที่ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นระหว่าง 20-50%

1.1.3 บริษัทอื่น หมายถึง บริษัทที่ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นน้อยกว่า 20%

1.1.4 บริษัทนอกเครือ หมายถึง บริษัทที่ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ไม่ถือหุ้นเลย

1.2 วิธีการว่าจ้าง

1.2.1 ใช้บริการผ่าน SCT

1.2.2 ว่าจ้าง บริษัทซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด โดยตรง

1.3 การมีประสบการณ์จากผู้ใช้บริการอื่น

1.3.1 มี.....ราย

1.3.2 ไม่มี

2. ระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้า ประกอบด้วย

2.1 น้อย

2.2 ปานกลาง

2.3 มาก

3. ลักษณะการใช้บริการ ประกอบด้วย

3.1 มูลค่าสินค้าที่นำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

3.2 ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

3.3 ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ความพึงพอใจในการให้บริการในด้านต่างๆ ได้แก่

1. ด้านบุคลากร

2. ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร

3. ด้านการจัดส่งสินค้า

4. ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า

5. ด้านการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา

6. ด้านการรับประกันการสูญหาย/เสียหายต่อตัวสินค้า

7. ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความคิดเห็น หรือ ทศนคติในทางบวกของผู้บริโภคต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 ด้านบุคลากร ได้แก่ ความรู้ความชำนาญของพนักงาน, ความรับผิดชอบของพนักงาน, การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า, การตอบสนองความต้องการ, ความเข้าใจลูกค้า, การประสานงานระหว่างหน่วยงาน

1.2 ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร ได้แก่ การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า, การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและสิทธิประโยชน์, การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร, ความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร

1.3 ด้านการจัดส่งสินค้า ได้แก่ ความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน, ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า, ความสุภาพและความมีวินัยของพนักงานขับรถ

1.4 ด้านการรายงานสถานการณ์นำเข้าสินค้า ได้แก่ การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงาน, การติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า, การรายงานผลการปฏิบัติงาน, การรายงานเมื่อเกิดความสูญเสีย/เสียหายหรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า, ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์, ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet

1.5 ด้านการตอบสนองต่อปัญหาและข้อร้องเรียน ได้แก่ การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา, ความสามารถในการแก้ไขปัญหา, ความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา

1.6 ด้านการรับประกันความเสียหาย/เสียหายต่อตัวสินค้า ได้แก่ ความรับผิดชอบเมื่อเกิดความเสียหาย/เสียหายกับตัวสินค้า, ความรวดเร็วในการติดตามเรียกร้องค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย/ผู้รับเหมา

1.7 ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและบริการ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ, ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ, ข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ

2. งานพิธีการศุลกากรนำเข้า หมายถึง การดำเนินการเพื่อนำสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากรและส่งมอบให้กับลูกค้า

3. ลูกค้า หมายถึง ผู้นำเข้าสินค้าหรือผู้ที่ว่าจ้างบริษัท ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ เพื่อเป็นตัวแทนในการดำเนินพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า

4. กลุ่มลูกค้า หมายถึง การจำแนกลูกค้า ตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งจำแนกได้เป็น 4 กลุ่มดังนี้

4.1 บริษัทย่อย หมายถึง บริษัทที่ปูนฯ ถือหุ้นมากกว่า 50%

4.2 บริษัทรวม หมายถึง บริษัทที่ปูนฯ ถือหุ้น ระหว่าง 20-50%

4.3 บริษัทอื่น หมายถึง บริษัทที่ปูนฯ ถือหุ้นน้อยกว่า 20%

4.4 บริษัทนอกเครือ หมายถึง บริษัทที่ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ไม่ถือหุ้นเลย

5. วิธีการว่าจ้าง หมายถึง วิธีการมอบหมายงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า ระหว่างลูกค้ากับบริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ประกอบด้วย

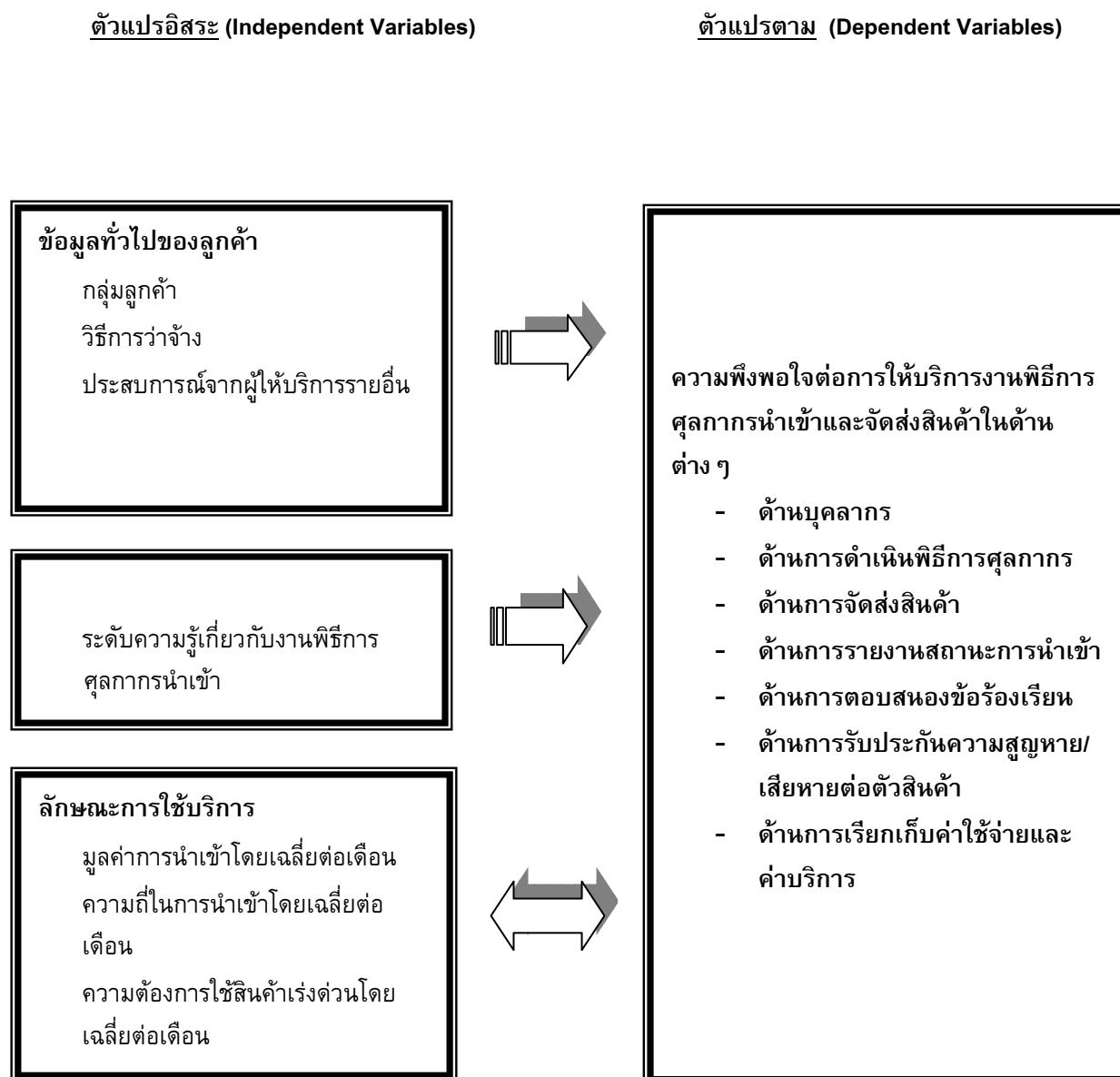
5.1 การใช้บริการผ่าน SCT หมายถึง การมอบหมายผ่านแผนกจัดหาต่างประเทศ บริษัท SCT CO.,LTD ซึ่งได้รับการว่าจ้างจากผู้นำเข้าสินค้าโดยตรง เพื่อดำเนินการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศและส่งมอบให้แก่ผู้นำเข้า โดยบริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์จะได้รับการว่าจ้างจาก บริษัท SCT CO.,LTD.ให้ดำเนินการในด้านพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้นำเข้า

5.2 การว่าจ้าง บริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ โดยตรง หมายถึง การมอบหมายงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า โดยการจัดส่งเอกสารนำเข้าและเอกสารสิทธิ์แสดงความเป็นเจ้าของสินค้าให้แก่ บริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ โดยตรงเพื่อดำเนินการด้านพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า

6. Shipment หมายถึง หน่วยนับการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ

กรอบแนวคิดในการวิจัย (CONCEPTUAL FRAMEWORK)

“ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ”



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน
2. วิธีการว่าจ้างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน
3. การมีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน
4. ระดับของความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรที่แตกต่างกัน
5. มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ
6. ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ
7. ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าและวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัทซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีแนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อมาสนับสนุนเนื้อหา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
3. แนวคิดทฤษฎีการรับรู้ของผู้บริโภค
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
5. บริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

คอตเลอร์ (Kotler. 1998 : 40) ได้ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับของความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลที่ได้รับหรือประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือที่เข้าใจกับความคาดหวังของบุคคล ” กล่าวคือ ระดับของความพอใจของลูกค้าจะเกิดความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล ความคาดหวัง (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งจากการผลิตหรือบริการ และจากการตลาด

แอนทอน (โสภณ ทองปาน. 2541 : 4-5; อ้างอิงจาก Anton. 1996 : 23, 24-25) กล่าวว่า “ความพึงพอใจคือภาวะความรู้สึกต่อสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการและคาดหวังตลอดอายุการใช้งานของสินค้าหรือตลอดระยะเวลาที่ให้บริการ ถ้าเป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่าจะมีผลทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและทำให้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการอีก มีความจงรักภักดีต่อสินค้าและสำหรับลูกค้าที่ไม่พึงพอใจก็ยินดีที่จะกลับไปใช้สินค้าหรือบริการอีก ถ้าผู้ผลิตหรือผู้ขายมีความพยายามปรับปรุงแก้ไข”

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

จากความหมายของความพึงพอใจที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นหลังการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการนั้นกับความคาดหวังที่ต้องการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้นแล้ว

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

การสร้าง ความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าได้นั้น ผู้ผลิตหรือผู้ขายต้องเข้าใจลักษณะทั่วไปของลูกค้า หรือผู้ซื้อ ก่อน นั่นคือผู้ซื้อย่อมมีความคาดหวังที่จะได้สินค้าหรือบริการที่เหมาะสมกับเงินที่ต้องสูญเสียไป นั้นหมายความว่าหากผู้ผลิต ผู้ขายหรือผู้ให้บริการสามารถทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ว่าลูกค้าได้รับสิ่งที่มีค่ามากกว่าเงินที่สูญเสียไปก็จะสร้างความพอใจสูงสุดให้เกิดแก่ลูกค้าได้ วิธีการหนึ่งที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ก็คือการเพิ่มคุณค่าของสินค้าด้วย คุณภาพและบริการ ดังคำกล่าวของคอตเลอร์ (Kotler. 1998 : 38) ที่ว่า “คุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า คือความแตกต่างระหว่างคุณค่าลูกค้ารวม (Total Customer Value) และต้นทุนรวม (Total Customer Cost) คุณค่าลูกค้ารวมคือกลุ่มของผลประโยชน์ ที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้จากผลิตภัณฑ์หรือบริการหนึ่ง ๆ ส่วนต้นทุนลูกค้ารวมได้แก่กลุ่มของต้นทุนที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นจากการประเมิน การได้รับการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ” โดยมีสมมติฐานคือ ผู้ซื้อจะซื้อจากบริษัทที่พวกเขาคิดว่าจะเสนอคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้าสูงสุด

สำหรับสาเหตุที่ลูกค้าไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) จากการศึกษามีผลสรุปออกมาเรียกว่า ” ทฤษฎีว่าด้วยช่องว่างด้านการบริการ (Theory of Service Gaps) ซึ่งช่องว่างนี้เกิดขึ้นจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์ที่ได้รับตามความเป็นจริง (โสภิน ทองปาน. 2541:2) ดังต่อไปนี้คือ

1. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotional Gap) เกิดจากกิจกรรมเพื่อยดขายเมื่อลูกค้าซื้อไปแล้วบริการต่างๆ ไม่เป็นดังคำสัญญา หรือต่างไปจากโฆษณา

2. ช่องว่างด้านความไม่รู้ไม่แน่ใจความต้องการของลูกค้า (Understanding Gap) คือเจ้าของร้านค้าหรือผู้ให้บริการไม่เข้าใจว่าลูกค้าต้องการหรือคาดหวังอะไร และให้ความสำคัญกับเรื่องใดมากที่สุด เนื่องจากไม่เคยสอบถามลูกค้า

3. ช่องว่างเกิดจากการจัดการการให้บริการ (Procedure Gap) เจ้าของสินค้าหรือผู้ให้บริการทราบดีว่าลูกค้าต้องการอะไรแต่จัดหาให้ไม่ได้ จะด้วยเหตุผลอะไรก็แล้วแต่ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ

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

5. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและข้อเท็จจริง (Perception Gap) ในหลายหน่วยงานอาจจะแก้ไขเพื่อลดช่องว่างในข้อที่ 1-4 แล้วแต่ลูกค้ายังไม่พอใจ ส่วนหนึ่งเพราะการรับรู้หรือเจตคติของลูกค้าอาจจะสูงกว่าที่จะเป็นไปได้ในความเป็นจริง หรือส่วนหนึ่งลูกค้ายังจำภาพหรือประสบการณ์เดิมๆ

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

1. การรักษาความลับสัญญาที่ให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการ
2. การตอบสนองที่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ทั้งทางโทรศัพท์และการติดต่อสื่อสารอื่นๆ
3. การตอบรับในเรื่องงานเอกสารต่างๆ ภายในระยะเวลาที่กำหนด
4. ไม่ควรให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรอคอยนานเกิน 5 นาที
5. พนักงานทุกคนจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า และให้เกียรติลูกค้า
6. เมื่อมีสิ่งบกพร่องเกิดขึ้น ต้องรีบแจ้งลูกค้าให้ลูกค้าทราบและดำเนินการแก้ไขหรือ

ปรับปรุง

7. การติดต่อสื่อสารหรือเจรจาธุรกิจต่างๆ ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายบริการจะต้องดำเนินอยู่บนรากฐานของความซื่อสัตย์และเปิดเผย
8. ระบบการทำงานจะต้องมีความน่าเชื่อถือ สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ
9. ดำเนินการแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดทุกด้านอย่างรวดเร็ว
10. พนักงานต้องรู้ข้อมูลที่เป็นและสำคัญเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
11. พนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าจะต้องเป็นผู้ที่ตัดสินใจหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
12. การให้สิ่งเล็กๆ น้อยๆ หรือบริการพิเศษ จะส่งเสริมความพึงพอใจของลูกค้า
13. อย่ามองข้ามความสำคัญรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ที่อาจส่งผลต่อการรับรู้ หรือความรู้สึกของลูกค้าได้
14. พยายามจัดสำนักงานและอุปกรณ์สำนักงานให้มีความสง่า ดูดี รวมไปถึงการแต่งกาย และบุคลิกภาพของพนักงาน

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

พาราสุรามัน และคณะ (Parasuraman, et al. 1988 : 16) ได้กล่าวว่าความคาดหวัง หมายถึงทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาความหมายว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการพวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง

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

1. ความคาดหวังของลูกค้าต่อสินค้าและบริการจะมีความผันแปรในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น ความคาดหวังต่อการบริการให้คำปรึกษาจากบัญชีเกี่ยวกับการขอคืนภาษีจะแตกต่างจากความคาดหวังต่อการขอคำปรึกษาจากสัตวแพทย์ในการรักษาสัตว์เลี้ยง นอกจากนั้นความคาดหวังของลูกค้าต่อผู้ให้บริการแต่ละรายในอุตสาหกรรมเดียวกันยังมีความแตกต่างกัน เช่น ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะไม่มีการบริการอาหารในเที่ยวบินระยะสั้นในประเทศ แต่ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะต้องมีบริการอาหารในการบริการของเที่ยวบินระหว่างประเทศ เป็นต้น

2. ความคาดหวังของลูกค้าจะมีความผันแปรในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ชายกับกลุ่มผู้หญิง, กลุ่มคนหนุ่มสาวกับผู้สูงอายุ, กลุ่มพนักงานที่ทำงานในโรงงานกับกลุ่มพนักงานที่ทำงานในสำนักงาน เป็นต้น นอกจากนั้นยังพบว่าความคาดหวังของผู้บริโภคยังแตกต่างกันในแต่ละประเทศ เช่น ผู้โดยสารรถไฟในประเทศ Greece อาจยอมรับได้หากรถไฟมาสายกว่าเวลาที่กำหนดหลายชั่วโมง แต่ใน Switzerland จะวัดเวลาที่รถไฟมาสายกว่าเวลาที่กำหนดเป็นวินาที

3. ความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการ จะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์จากการรับบริการจากผู้บริการรายต่างๆ ซึ่งแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือจากผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน แต่ในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์

การตอบสนองการบริการที่มีความเกี่ยวข้องมาก่อนลูกค้าจะเปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนซื้อ (Pre-purchase Expectations) ซึ่งจะเกิดจากปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือการนำเสนอของพนักงานขาย

เซทแฮลล์, พาราสุรามัน และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman and Berry. 1990) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการแบ่งออกเป็น 5 ประการได้แก่

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

ความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นส่วนประกอบสำคัญในการวัดระดับความพอใจ ซึ่งระดับความพอใจได้จากความแตกต่างระหว่างผลที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) กับความคาดหวังของบุคคล ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีได้ 3 แบบด้วยกันคือ หากการทำงานของข้อเสนอไม่ตรงกับระดับความคาดหวังผู้มารับบริการย่อมเกิดความไม่พอใจ (Dissatisfied) ถ้าการทำงานของข้อเสนอตรงกับระดับความคาดหวังผู้มารับบริการย่อมพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าเกินความคาดหวังผู้มารับบริการก็จะยิ่งมีความพอใจมากขึ้นหรือประทับใจ (Delight)

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

1. ชื่อเสียง ภาพพจน์ขององค์กร รวมทั้งคำร่ำลือต่างๆ
2. ตัวของพนักงานผู้ให้บริการ เช่น การแต่งตัว รูปร่าง
3. ตัวสินค้า หรือบริการ เช่น ประเทศที่ผลิต ยี่ห้อ
4. ราคาของบริการนั้น
5. สภาพแวดล้อมในขณะนั้น
6. มาตรฐานคุณภาพของลูกค้าเอง
7. คู่แข่งของสถานบริการนั้น

โดยในบางครั้งในความคาดหวังของลูกค้ายังมีการรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วย โดยสามารถที่จะอธิบายข้อแตกต่างได้ว่าข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ ผนวกกับสถานการณ์แวดล้อมในเวลานั้นทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจไปเองว่าผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้อย่างดีจึงทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่สูง หรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริงเมื่อได้รับบริการตามมาตรฐานปกติก็อาจรู้สึกที่ไม่พอใจได้ เช่นในกรณีของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ผู้ใช้บริการมักที่จะคาดหวังให้ระบบสามารถที่จะใช้ติดต่อได้อย่างต่อเนื่องสัญญาณชัดเจน มีการบริการหลังการขายที่ดี รวมทั้งบริษัทผู้ให้บริการติดตามให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องและเมื่อระบบที่ใช้อยู่สามารถตอบสนองได้ตามคาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพอใจและบอกต่อไปยังคนใกล้ชิดให้มาใช้บริการของระบบนั้น

แหล่งที่มาของความคาดหวังของผู้บริโภค

ผลของการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการยังทำให้ทราบว่าความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการ ได้รับอิทธิพลมาจาก 4 แหล่งสำคัญด้วยกันคือ

1. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal needs) ความต้องการส่วนบุคคลของผู้บริโภคจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมของผู้บริโภคแต่ละคน ผู้บริโภคอาจจะคาดหวังจากการบริการชนิดเดียวกันแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล

2. การบอกแบบปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการ (Word-of-Mouth Communication) คือข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับจากผู้บริโภคคนอื่นๆที่เคยได้รับการบริการจากผู้ให้บริการมาแล้วโดยอาจจะเป็นการให้คำแนะนำชักชวนให้มาใช้บริการ ข้อตำหนิหรือคำบอกเล่าต่างๆ เกี่ยวกับการบริการนั้น

3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Past experience) การที่ผู้บริโภคเคยได้รับประสบการณ์ตรงต่างๆ เกี่ยวกับการบริการมีอิทธิพลต่อระดับของความคาดหวังของผู้บริโภคเช่นกัน เพราะประสบการณ์ในอดีตทำให้เกิดการเรียนรู้และการจำประสบการณ์เหล่านี้ไว้

4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีต่อผู้บริโภค (External communications to customers) การโฆษณาประชาสัมพันธ์จากองค์การผู้ให้บริการที่มีต่อผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการประกาศการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีหรือเพื่อส่งเสริมการขายล้วนแต่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับ

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค

การรับรู้เป็นความเชื่อของลูกค้าในการพิจารณาถึงการบริการที่ได้รับและได้รับจากประสบการณ์ของลูกค้าที่ผ่านมาในอดีต ซึ่งแอนสันและแวนราอิจ (Antioned and Van Raaij, 1988) ได้กล่าวว่า บุคคลจะมีความแตกต่างกันในการรับรู้ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และสถานการณ์ของแต่ละบุคคล

ชิฟแมน และ คานุก (Shiffman and Kanuk, 1994 : 162) ได้กล่าวว่า การรับรู้ คือกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกมาเป็นภาพที่มีความหมายและเกิดเป็นภาพรวมขึ้นมา โดยที่บุคคล 2 คนได้รับสิ่งกระตุ้นอย่างเดียวกันและอยู่ภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่จะมีอิทธิพลต่อการเลือก การรู้จัก การตีความหมายของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับความจำเป็น (Needs) ค่านิยม (Values) และความคาดหวัง (Expectation) โดยที่ตัวแปรเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ของบุคคล

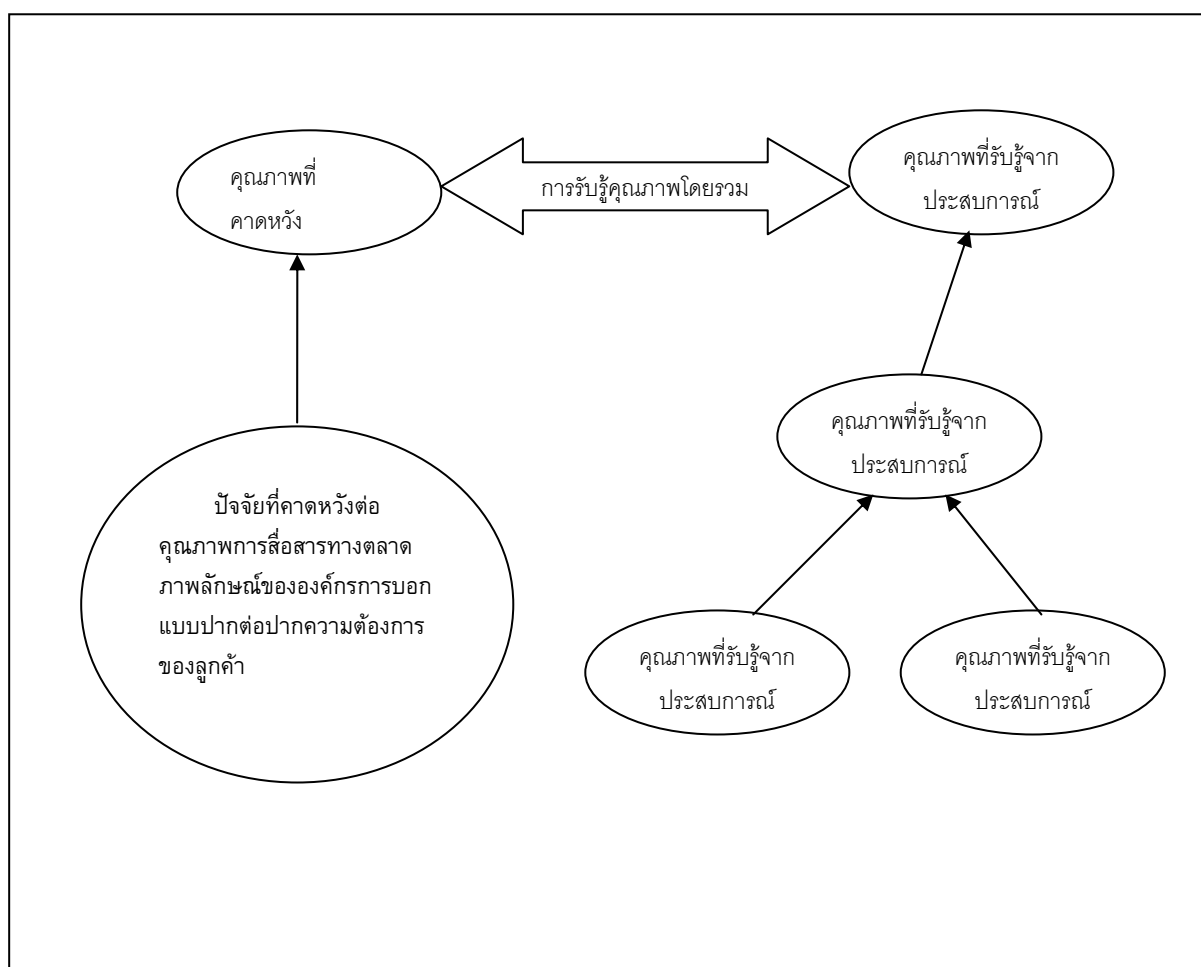
มอริสัน (Morison, 1996) ได้อ้างว่า ลูกค้าได้ใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การชิม การสัมผัส และการได้กลิ่นในการรับรู้ถึงการบริการและข้อมูลการส่งเสริมการขาย หรือบริการของธุรกิจ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะไม่เป็นเพียงแรงกระตุ้นต่อการซื้อหรือใช้บริการของลูกค้าเท่านั้น แต่จะเป็นการรับรู้ว่าการบริการต่าง ๆ นั้นจะสร้างความพอใจตามความปรารถนาและความต้องการของลูกค้าด้วย

การรับรู้คุณภาพการบริการ

แอนสัน และ แวนราอิจ (Antioned and Van Raaij, 1988) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพเกิดจากความคาดหวังของลูกค้า สินค้าหรือการบริการจะมีคุณภาพสูงก็ต่อเมื่อความต้องการของลูกค้าตรงกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ การรับรู้คุณภาพที่สูงต่อสินค้าหรือการบริการลูกค้าจะทำการพิจารณาจากความเหมาะสมของการทำงาน ความคงทน ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความไว้วางใจ ความถี่ในการเสียค่า และบริการหรือสินค้าจะมีคุณภาพเมื่อลูกค้าได้ทำการเปรียบเทียบการรับรู้จริงกับความคาดหวังต่อสินค้าหรือบริการนั้น

กรอนรูส (Gronroos, 1990) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพการบริการประกอบไปด้วย 2 ลักษณะคือ ลักษณะทางด้านเทคนิคหรือผลที่ได้และลักษณะตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของกระบวนการ ดังแสดงในภาพประกอบ 1 โดยที่คุณภาพด้านเทคนิคเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับ ผู้ให้บริการจะใช้เทคนิคอะไรที่จะทำให้

ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพอใจตามความต้องการพื้นฐาน การรับรู้คุณภาพที่ดีเกิดขึ้นเมื่อความคาดหวังของลูกค้าตรงกับการรับรู้ที่ได้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ถ้าความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการหรือสินค้าไม่เป็นจริงการรับรู้ถึงคุณภาพโดยรวมจะต่ำ แต่ถ้าความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ตรงกับการรับรู้จริงคุณภาพในสินค้าหรือบริการนั้นจะสูง โดยที่ความคาดหวังต่อคุณภาพจะได้รับอิทธิพลจาก การสื่อสารทางการตลาด การสื่อสารแบบปากต่อปาก ภาพลักษณ์ขององค์กร และความต้องการของลูกค้าเอง ส่วนลักษณะตามหน้าที่จะเป็นการพิจารณาจากผู้ให้บริการจะอย่างไรให้การบริการดีเท่ากับการรับรู้จากประสบการณ์ของลูกค้าที่ผ่านมา



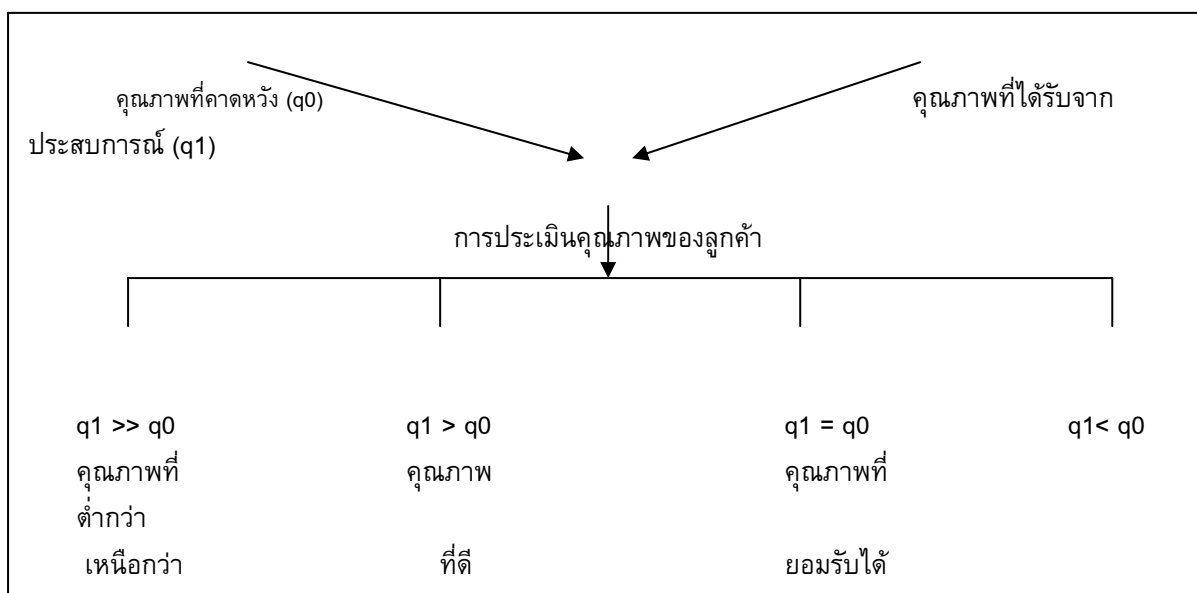
ภาพประกอบ 2 การรับรู้คุณภาพโดยรวม

ที่มา : Gronroos, Co. (1988) : *Service Quality : The Six Criteria of Good Service Quality*. Review of Business 3 (New York: St. John's University Press) : No.3.

กรอนรูส(Gronroos,1990)ได้กล่าวถึงเงื่อนไขของการรับรู้คุณภาพบริการที่ดีของลูกค้ามี 6ประการ ดังนี้

- 1.ความเป็นมืออาชีพและทักษะในการบริการลูกค้าจะรับรู้คุณภาพการบริการที่ดีได้เมื่อผู้ให้บริการมีความรู้ทักษะในการแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ
- 2.ทัศนคติและพฤติกรรม เป็นความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อพนักงานบริการ พิจารณาเกี่ยวกับความเอาใจใส่ในการแก้ปัญหาด้วยความเต็มใจโดยทันที
- 3.การเข้าถึงบริการง่ายและมีความยืดหยุ่น ลูกค้าจะพิจารณาจากผู้ให้บริการประกอบไปด้วยสถานที่ ชั่วโมงการทำงาน ตัวพนักงาน และระบบการทำงานได้ถูกออกแบบให้ง่ายต่อการเข้าถึงบริการ รวมถึงมีการเตรียมปรับการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
- 4.ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ ลูกค้าจะรู้ว่าเมื่อใดก็ตามที่มีการตกลงในการใช้บริการเกิดขึ้น สามารถที่จะไว้วางใจผู้ให้บริการได้โดยพนักงานจะทำตามสัญญาที่ตกลงไว้ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจเป็นพิเศษ
- 5.การชดเชยเมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ามีความรู้สึกว่ามีบางอย่างผิดปกติหรือไม่เป็นไปตามความคาดหวัง ผู้ให้บริการจะต้องแก้ไขให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าอย่างทันที
- 6.ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการลูกค้า มักเชื่อว่าการให้บริการของผู้ให้บริการสามารถเชื่อถือได้และเหมาะสมกับคุณค่าของเงินที่จ่ายไป

สมิท และ ฮุสตัน (Smith and Huston. 1983) กล่าวว่า มีผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ในการประเมินคุณภาพบริการของลูกค้าหลังจากที่มีการใช้บริการจากผู้ให้บริการ 4 ประการ คือ ต่ำกว่าคุณภาพ คุณภาพที่ยอมรับได้ คุณภาพที่ดี และคุณภาพที่เหนือกว่า ซึ่งแสดงได้ดังรูปประกอบ 3



ที่มา : Smith, R. & Huston, M. (1983) : *Script – Based Evaluations of Satisfaction with Service*.

Berry, L.L., Shostack, G.L. & Upah, G., eds., *Emerging Perspectives on Service Marketing*.

Chicago : American Marketing Association.

จากภาพประกอบที่ 3 สามารถแปลผลทางเลือกการประเมินคุณภาพของลูกค้าออกมาได้ดังนี้

1.ต่ำกว่าคุณภาพ แสดงถึงการรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ของลูกค้าน้อยกว่าความคาดหวังไว้ เป็นผลทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในบริการที่ได้รับ

2.คุณภาพที่ยอมรับได้ แสดงถึงลูกค้ารับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ได้เท่ากับความคาดหวังไว้ ถ้าผู้ให้บริการต้องการทำให้ลูกค้ามีความสุขกับการใช้บริการ คุณภาพที่ระดับนี้อาจจะไม่พอเพียง

3.คุณภาพที่ดีแสดงถึงลูกค้ารับรู้คุณภาพจากประสบการณ์สูงกว่าความคาดหวังซึ่งเป็นผลให้ลูกค้าสนใจที่จะยังใช้บริการต่อไป และมากกว่านั้นยังก่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากไปยังลูกค้ากลุ่มอื่น

4.คุณภาพที่เหนือกว่าแสดงถึงการรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ที่เกินกว่าความต้องการจริงของลูกค้า ซึ่งทำให้เกิดความประทับใจในบริการและยินยอมที่จะจ่ายแพงในการใช้บริการ

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

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

พรเทพ ปิยวัฒน์เมธา (2536 : 58) กล่าวว่า”การบริการ หมายถึง การให้สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือรับรู้ และสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อบำบัดความต้องการและความจำเป็นพร้อมๆ กันโดยที่การให้บริการที่ดีจะครอบคลุมการให้ลูกค้าในสิ่งที่เขาต้องการ ในเวลาที่เขาต้องการ และในรูปแบบที่เขาต้องการเพื่อเขาจะได้มีความพอใจเต็มที่”

การทำเรือแห่งประเทศไทย (2542 : 6-8) กล่าวว่า ”การบริหารคุณภาพ เป็นหลักการหนึ่งของการสร้างความแตกต่างในสินค้าบริการ คือคุณภาพบริการสูงกว่าคู่แข่งเราจึงได้เห็นการปฏิบัติระบบคุณภาพกันมากในยุคนี้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า อันมีผลต่อการเพิ่มยอดขายและกำไรในท้ายที่สุด แต่คุณภาพบริการเป็นสิ่งที่วัดยาก เพราะไม่มีมิติทางกายภาพที่จะมาชี้วัดโดยทั่วไป ลูกค้าจะประเมิน จากการเปรียบเทียบความคาดหวังที่เขาต้องการกับสิ่งที่เขาได้รับจริง การจะปรับปรุงคุณภาพบริการ นักการตลาดจะต้องพิจารณา เกณฑ์ในการตัดสินคุณภาพบริการของลูกค้าอยู่ที่ไหนและระดับใดจึงจะพอใจ”

จากความหมายข้างต้น พอสรุปได้ว่าการบริการ หมายถึงกิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่แสดงเจตจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้ และก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี ประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

พาราสุรามัน และเบอรี่ (Parasuman and Berry. 1985 : 79-81) ได้กล่าวว่า การบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย
 - 1.1 ความสม่ำเสมอ
 - 1.2 ความพึงพาได้
2. การตอบสนอง ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
 - 2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
 - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีและมีมาตรฐาน
3. ความสามารถ ประกอบด้วย
 - 3.1 ความสามารถในการให้บริการ
 - 3.2 ความสามารถในการสื่อสาร
 - 3.3 ความสามารถในความรู้วิชาการที่ให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ ประกอบด้วย
 - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายจนซับซ้อนเกินไป
 - 4.2 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ
 - 4.3 อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก
 - 4.4 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
5. ความสุภาพอ่อนโยน ประกอบด้วย
 - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ
 - 5.2 การให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
- 6.การสื่อสาร ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ
 - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
- 7.ความน่าเชื่อถือ หมายถึง คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
- 8.ความมั่นคง ประกอบด้วย ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์
- 9.ความเข้าใจ ประกอบด้วย
 - 9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
 - 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่แก่ผู้ใช้บริการ
 - 9.3 การให้ความสนใจแก่ผู้ใช้บริการ
- 10.การสร้างสิ่งจูงใจได้
 - 10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ
 - 10.2 การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

ศรีเพ็ญ ทรัพย์มนชัย (2541) ได้จำแนกส่วนประกอบหลักๆ ในการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ 4 ประการดังนี้

1. **ตัวสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการ** ลูกค้ามักมีความคาดหวังในสินค้าและบริการที่สามารถนำไปเพิ่มมูลค่าได้มากขึ้นเพราะจะทำให้มีกำไรมากขึ้นได้ ดังนั้นถ้าบริษัทใช้กลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ก็ต้องมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเสมอ ขณะที่บริษัทที่ใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ (Low Cost Strategy) จะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนที่ถูกลง เพื่อให้สนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้นตัวชีวิตจึงมักจะเป็นสัดส่วนของยอดขายในบริษัทแยกตามกลุ่มสินค้าใหม่และสินค้าเดิม

2. **เวลาที่ลูกค้าได้รับสินค้า** ลูกค้าจะเกิดความพอใจสูงสุดในตัวสินค้าเมื่อได้รับในเวลาที่ต้องการ ถ้าหากได้รับสินค้าก่อนเวลาที่ต้องการก็จะเสียค่าใช้จ่ายในการเก็บสินค้าเหล่านั้น ขณะที่ถ้าได้รับสินค้าภายหลังเวลาที่ต้องการก็อาจสูญเสียโอกาสในการผลิตหรือขาย ดังนั้นการวัดผลในประเด็นนี้ก็จะเป็นการวัดระยะเวลาที่ลูกค้าสั่งซื้อจนได้รับของ (Lead time) สำหรับสินค้าที่ขายอยู่ในปัจจุบันขณะเดียวกัน บริษัทฯ อาจวัดระยะเวลาที่ใช้ในการออกสินค้าใหม่ โดยวัดระยะเวลาตั้งแต่บริษัทฯ เลือกสินค้าใหม่นั้นจนถึงสินค้านั้นวางตลาด ซึ่งเป็นการวัดโอกาสของความสำเร็จในอนาคตอย่างหนึ่ง

3. **คุณภาพของสินค้า** คุณภาพของสินค้าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ลูกค้าจะใช้พิจารณาเลือกบริษัทที่ขายสินค้า ทั้งนี้เพราะสินค้าที่มีคุณภาพต่ำจะสร้างความสูญเสียในการดำเนินงานได้ โดยทั่วไปคุณภาพของสินค้าจะถูกวัดได้ด้วยอัตราของเสียของสินค้าที่ลูกค้าได้รับในบางกรณี บางบริษัทก็พิจารณาจากการส่งของที่ตรงเวลาหรือความแน่นอนในการจัดส่งซึ่งสะท้อนภาพบริการที่มีคุณภาพนั่นเอง

4. **ต้นทุนหรือราคาของสินค้าที่เหมาะสม** องค์ประกอบหลักในการตัดสินใจของลูกค้า โดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของต้นทุนที่ค้ำค่าของสินค้าสำหรับกิจการที่ใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ (Low Cost Strategy) การวัดในประเด็นนี้ค่อนข้างมีความสำคัญ โดยนิยมใช้ราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาด ในบางกรณี กิจการอาจใช้การจัดลำดับราคาโดยลูกค้าหลักก็ได้

การกำหนดเรื่องวัดความคาดหวังตามความต้องการของลูกค้า นั้น บริษัทไม่จำเป็นต้องกำหนดเครื่องวัดให้ครบทุกปัจจัยตามที่กล่าวข้างต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภารกิจ (Mission) และวัตถุประสงค์ของบริษัท ตลอดจนกลยุทธ์ที่เลือกใช้ว่ามีผลทำให้ปัจจัยใดมีความสำคัญโดดเด่น และปัจจัยใดไม่มีความจำเป็น โครงสร้างที่กล่าวข้างต้นเป็นเพียงแนวคิดและขอบเขตในการพิจารณาเท่านั้น นอกจากนี้ ผู้บริหารอาจกำหนดเครื่องวัดในภาพรวมของความต้องการของลูกค้าก็ได้ เช่น การให้ลูกค้าหลักของบริษัททำการจัดลำดับความพอใจที่มีต่อบริษัทกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันทั้งทางด้านราคา คุณภาพ และบริการ เป็นต้น

กิตติ สิริพัลลภ (2542) ยังได้เสนอแนวคิดคุณภาพของการบริการไว้ดังนี้

คุณภาพของการบริการ (Service Quality)

ปัจจัยที่บ่งชี้ว่าบริการนั้นมีคุณภาพ มีดังต่อไปนี้

1. **สามารถจับต้องได้ (Tangible)** โดยปกติบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ทำให้การรับรู้ในคุณภาพค่อนข้างไม่ชัดเจน ดังนั้น บริการที่ดีควรสร้างหลักฐาน (Manage Evidence) ให้เห็นชัดว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ หลักฐานที่จะสร้างนั้น ได้แก่ อาคาร อุปกรณ์ เครื่องอำนวยความสะดวก และบุคลากร ตัวอย่างเช่น ความหรูหราด้วยการออกแบบทันสมัยของโรงแรม อุปกรณ์ทันสมัยที่ใช้ในโรงแรม การตกแต่งห้องต่างๆ ในโรงแรมที่สวยงาม แก้วน้ำ และภาชนะอื่นๆ ที่ห่อกระดาษาไว้ก่อนใช้ และเครื่องแบบที่สวยงามและสะอาดของพนักงานในโรงแรม เหล่านี้เป็นหลักฐานแสดงว่าโรงแรมนั้นมีคุณภาพ

2.น่าเชื่อถือ (Reliability) ในที่นี้หมายถึง ความถูกต้องในการคิดค่าบริการ ร้านอาหารที่คิดราคาตรงกับจำนวนอาหารที่ลูกค้าสั่ง ลูกค้าย่อมให้ความเชื่อถือและไม่รังเกียจที่จะกลับไปรับประทานอาหารที่ร้านนั้นอีก

3.มีความรู้ (Competence) ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพต้องเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องนั้น เช่น ช่างซ่อมรองเท้าต้องมีความรู้ในเรื่องการซ่อมรองเท้า ทำทางขณะซ่อมรองเท้า ต้องดูว่ามีความสามารถ มีความกระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว ซึ่งทำให้ผู้เอารองเท้าไปซ่อมเกิดความมั่นใจ

4.มีความรับผิดชอบ (Responsiveness) เมื่อลูกค้าร้องเรียนถึงปัญหากับลูกค้าว่าจะซ่อมรถให้เสร็จภายใน 3 วัน คู่แห่งนั้นต้องทำให้เสร็จในเวลา 3 วัน ช่างซ่อมทีวีที่ซ่อมผิดทำให้ทีวีเสียต้องรับผิดชอบให้อยู่ในสภาพที่ดี โดยไม่ปิดความรับผิดชอบให้เจ้าของทีวี

5.มีจิตใจงาม (Empathy) ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพต้องเป็นผู้มีจิตใจงาม จึงจะเป็นผู้กระตือรือร้นในการให้บริการผู้อื่น เต็มใจช่วยเหลือโดยไม่รังเกียจ

5. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท ชิเมนต์ไทยโลจิสติกส์ จำกัด

บริษัทชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ในธุรกิจจัดจำหน่าย เครือชิเมนต์ไทย เป็นบริษัทให้บริการกระจายสินค้า การขนส่งทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศ ในการส่งออก และนำเข้าสินค้า เดิมคือ ฝ่ายปฏิบัติการ ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย ทำหน้าที่ กระจายสินค้า ด้วยประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญที่ยาวนาน จากการปรับโครงสร้างของเครือฯ ในปี 2542 จึงได้ตั้งเป็นบริษัท ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ เพื่อทำหน้าที่ดูแลและบริหารการกระจายสินค้าอย่างเต็มรูปแบบ

ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ คือมิติใหม่แห่งการดำเนินธุรกิจการจัดส่ง และบริหารคลังสินค้าที่ทันสมัย ถูกต้องรวดเร็ว ด้วยเครือข่ายผู้ประกอบการขนส่งสามารถกระจายสินค้าให้กับร้านค้าปลีก ร้านค้าส่ง โรงงาน และโครงการต่างๆ ได้ครอบคลุมทั่วประเทศ รวมทั้ง สามารถกระจายสินค้าสู่ชายแดน และส่งออกสินค้าสู่ตลาดสากล ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่ใช้บริการแต่ละกลุ่มอย่างครบถ้วนตรงเวลา ด้วยการบริหารการขนถ่าย เส้นทางขนส่ง คลังสินค้าและจุดกระจายสินค้า อย่างเป็นระบบ โดยมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเชื่อมโยงการปฏิบัติการ อย่างทั่วถึง บริหารการกระจายสินค้า ของบริษัทฯ จึงได้รับการยอมรับและไว้วางใจ จากลูกค้ามาเป็นเวลาช้านาน

ศักยภาพการบริการ

การจัดส่งสินค้า

บริษัทฯ ให้บริการจัดส่งสินค้า ครอบคลุมทุกพื้นที่ในประเทศไทย ทั้งการจัดส่งเพื่อนำเข้าและส่งออกสู่ตลาดสากล รวมถึงการจัดส่ง ตามชายแดน ด้วยประสิทธิภาพ ระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ และเครือข่ายที่เข้มแข็งของผู้ให้บริการขนส่ง ในรูปแบบการบริการที่หลากหลาย ดังนี้

การบริหารการจัดส่งแบบตรงเวลา (On time) จัดส่งสินค้าตามกำหนดและเวลาที่ลูกค้าต้องการ โดยมีระบบที่ช่วยติดตามสถานะการจัดส่งทุกขั้นตอน เพื่อให้ความมั่นใจในการส่งมอบสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด

การบริหารการจัดส่งตามตาราง (Window)

จัดส่งสินค้าตามตารางเวลาที่บริษัท กำหนดเพื่อสร้างความแน่นอนในการได้รับสินค้าของลูกค้าปลายทาง เช่น ร้านค้าปลีก หรือ Chain Store ต่างๆ ทำให้ร้านค้าสามารถบริหารคลังสินค้าได้อย่างสะดวก และง่ายต่อการจัดการจัดส่งสินค้าน้อย เช่น สินค้าเคหะภัณฑ์ โดยบริษัทฯ บริหารเส้นทางและตารางเวลาขนส่ง สามารถส่งมอบสินค้าให้กับร้านค้าจัดจำหน่าย ทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

การจัดส่งระบบเร่งด่วน (Rush) จัดส่งสินค้าตามความต้องการเร่งด่วนของลูกค้าให้สินค้าถึงจุดหมายปลายทาง อย่างรวดเร็วและปลอดภัยภายในเวลาที่กำหนด

การบริหารคลังสินค้า

บริษัทฯ ให้บริการในการบริหารการจัดเก็บสินค้า โดยใช้ระบบ Warehouse Management System (WMS) บริหารการขนย้ายและการจัดเก็บสินค้านำระบบ Barcode มาใช้เพื่อเพิ่มความถูกต้องรวดเร็ว ยิ่งขึ้นในการบริหารคลังสินค้า

การบริหารด้านการกระจายสินค้าครบวงจร

บริษัทฯ สามารถจัดรูปแบบการให้บริการให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายตั้งแต่การออกแบบการกระจายสินค้าการจัดส่ง การบริหารคลังสินค้า รวมไปถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบในแข่งขันให้แก่ลูกค้า

ส่วนนำเข้าและส่งออก

ขอบเขตความรับผิดชอบ

การดำเนินพิธีการศุลกากร นำเข้าและส่งออกสินค้า

การบริหารงานและควบคุมการจัดส่งสินค้านำเข้าและส่งออกให้เป็นไปตามเป้าหมายและข้อตกลงกับลูกค้า

การจัดทำประกันภัย เพื่อคุ้มครองสินค้าและการดำเนินการด้านสิทธิประโยชน์ต่างๆ เช่น การขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ, การขอชดเชยอากร, การขอสิทธิ BOI และการขออนุญาต นำเข้าและส่งออกสินค้า เป็นต้น โดยให้บริการกับบริษัท ทั้งในเครือและ นอกเครือซิเมนต์ไทย เป็นจำนวนกว่า 60 บริษัท

การบริหารงาน จัดหา ว่าจ้าง ผู้รับเหมาพิธีการ ผู้รับเหมาขนส่ง ให้เพียงพอและตรงความต้องการของหน่วยงาน โดยมีต้นทุนที่แข่งขันได้

ส่วนนำเข้าและส่งออก ประกอบด้วย 4 แผนก คือ แผนกนำเข้าส่งออก 1, แผนกนำเข้าส่งออก 2, แผนกนำเข้าส่งออก 3 และแผนกสิทธิประโยชน์และประกันภัย

6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานบริการ มีดังนี้

กฤตยาพร จิระบลกิจ (2545 : 77-79) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าประเภทธุรกิจ ต่อการให้บริการของ บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ประเภทของกิจการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน, ลูกค้าที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน และลูกค้าที่ระยะเวลาในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน

สตีมา สุจริตวันชวงศ์ (2544 : 70-73) ได้ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของตัวแทนขายคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลยี่ห้อคอมแพค โดยตั้งสมมติฐานว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับข้อมูลทั่วไปของลูกค้าระดับองค์กรโดยมีการทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรอิสระคือ ปัจจัยประเภทธุรกิจ ผู้มีอำนาจตัดสินใจและจำนวนพนักงานในองค์กรกับตัวแปรตาม ได้แก่ คุณลักษณะของสินค้า เงื่อนไขการรับประกัน และการให้บริการของตัวแทนขาย พบว่า ลูกค้าประเภทธุรกิจขององค์กรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะของสินค้าโดยรวมไม่แตกต่างกัน ลูกค้าประเภทธุรกิจขององค์กรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านเงื่อนไขการรับประกันสินค้าไม่แตกต่างกัน ทั้งภายในช่วงระยะเวลาการรับประกันและภายหลังระยะเวลาการรับประกัน ลูกค้าประเภทธุรกิจขององค์กรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการของตัวแทนโดยรวมไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีอำนาจในการตัดสินใจในองค์กรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านคุณลักษณะของสินค้าโดยรวมไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีอำนาจในการตัดสินใจในองค์กรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านเงื่อนไขการรับประกันสินค้าไม่แตกต่างกัน ทั้งภายในช่วงระยะเวลาการรับประกันและภายหลังระยะเวลาการรับประกัน ลูกค้าที่มีอำนาจในการตัดสินใจในองค์กรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการของตัวแทนโดยรวมไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีจำนวนพนักงานในองค์กรแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะของสินค้าโดยรวมไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีจำนวนพนักงานในองค์กรแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้าน เงื่อนไขการรับประกันสินค้าไม่แตกต่างกัน ทั้งภายในช่วงระยะเวลาการรับประกันและภายหลังระยะเวลาการรับประกัน ลูกค้าที่มีจำนวนพนักงานในองค์กรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการของตัวแทนโดยรวมไม่แตกต่างกัน

อังกณ ปุณณภูมิ (2544 : 63-64) ได้ศึกษาความคาดหวังของบริษัทรับเหมาก่อสร้างงานทางที่จดทะเบียนชั้น 1 ของกรมทางหลวงต่อปัจจัยปัจจัยซึ่งคุณภาพและการให้บริการของผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ พบว่า ผู้ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อปัจจัยปัจจัยซึ่งคุณภาพและการให้บริการ ด้านการจับต้องได้และด้านความมั่นใจแตกต่างกัน ผู้ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยปัจจัยซึ่งคุณภาพและบริการด้านความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยปัจจัยซึ่งคุณภาพและบริการด้านการจับต้องได้แตกต่างกัน ผู้ที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยปัจจัยซึ่งคุณภาพและบริการไม่แตกต่างกัน ทั้ง 6 ด้าน คือด้านการจับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความมั่นใจ ด้านจิตใจงาม ด้านราคาและเงื่อนไขการขาย

จากแนวคิดงานวิจัยที่กล่าวมา ได้มีการสรุปและทำการศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจ สำหรับผู้ให้บริการในธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป โดยพบว่าลักษณะการประกอบธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน, ขนาดขององค์กรธุรกิจที่ต่างกันจะมีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน และประสบการณ์ในการทำงานที่ต่างกันมีผลต่อความคาดหวังต่อปัจจัยปัจจัยซึ่งคุณภาพและบริการด้านการจับต้องได้แตกต่างกัน แต่ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความมั่นใจ ด้านจิตใจงาม ด้านราคาและเงื่อนไขการขาย ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในปัจจุบันของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ ที่มีลักษณะเป็นองค์กรธุรกิจ ในการให้บริการด้านพิธีการศุลกากรนำเข้าและด้านการจัดส่งสินค้าโดย มีการจำแนกตามสัดส่วนความเป็นเจ้าของของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) หรือลูกค้าในเครือซีเมนต์ไทย และนอกเครือซีเมนต์ไทย รวมถึงการวัดความพึงพอใจเมื่อลูกค้ามีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นที่นอกเหนือจากบริษัท ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อนำผลวิจัยที่ได้มาปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการงานพิธีการนำเข้าและจัดส่งสินค้า ของบริษัทซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด เป็นการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาค้นคว้า ด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การกำหนดประชากร
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากร

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัทซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ซึ่งมีจำนวน 41 ราย (ข้อมูลจากส่วนนำเข้าและส่งออก บริษัทซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ปี 2546)

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ลักษณะของแบบสอบถาม

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยออกแบบแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้าและสร้างขึ้นเอง รวมทั้งมีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และศึกษาจากการให้คำนิยาม โดยแบบสอบถาม สามารถแบ่งได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามสำหรับข้อมูลทั่วไปของลูกค้าส่วนนำเข้าและส่งออก บริษัท ซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 4 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 กลุ่มลูกค้า ได้แก่ บริษัทย่อย บริษัทร่วมทุน บริษัทอื่นและบริษัทนอกเครือฯ โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 วิธีการว่าจ้าง ได้แก่ การว่าจ้างโดยใช้บริการผ่าน SCT CO.,LTD.หรือว่าจ้างบริษัท ซิเมนต์ไทยโลจิสติกส์ จำกัด โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 การมีประสบการณ์จากผู้ใช้บริการรายอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มที่มีประสบการณ์ และกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะการใช้บริการ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ มูลค่าสินค้าที่นำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน ความต้องการในการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามปลายเปิด โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอัตราส่วน (Ratio Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร ด้านการจัดส่งสินค้า ด้านการรายงานสถานะการนำเข้า การเรียกเก็บ

ค่าใช้จ่ายและค่าบริการ การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา ด้านการรับประกันความสูญหาย/เสียหายต่อตัวสินค้า และด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ จำนวน 27 ข้อ โดยใช้มาตราวัดแบบ Semantic Differential Scale ซึ่งเป็นมาตราส่วนที่ใช้หลักความแตกต่างทางด้านความหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยผู้ตอบแสดงระดับความพึงพอใจออกมาเป็น 5 ระดับด้วยกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างที่คิดว่าตรงกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบมากที่สุด

ความรู้ความชำนาญของพนักงาน .

ชำนาญ : ____ : ____ : ____ : ____ : ไม่ชำนาญ
5 4 3 2 1

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่า เพื่อแปลความหมายค่าคะแนน โดยใช้สูตร (มัลลิกา บุณนาท. 2537 :29)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 ถึง 1.80	หมายถึง	ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พึงพอใจอย่างมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.81 ถึง 2.60	หมายถึง	ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พึงพอใจ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.61 ถึง 3.40	หมายถึง	ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.41 ถึง 4.20	หมายถึง	ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.21 ถึง 5.00	หมายถึง	ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามให้ระบุข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรนำเข้า ด้านการจัดส่งสินค้า ด้านการรายงานสถานะการนำเข้า ด้านการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา ด้านการรับประกันความสูญหาย/เสียหายต่อตัวสินค้า ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ โดยเป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Opened – ended Questionnaire)

ส่วนที่ 5 แบบทดสอบระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้า โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำแบบทดสอบ จำนวน 12 ข้อ ที่ออกแบบโดยผู้ชำนาญการทางศุลกากร และจะนำผลการทดสอบที่ได้มาจัดระดับความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ออกเป็น 3 กลุ่ม โดยใช้หลักเกณฑ์ ดังนี้

ระดับความรู้มาก	ทำผลการทดสอบ ได้ 9 – 12 คะแนน
ระดับความรู้ปานกลาง	ทำผลการทดสอบ ได้ 5 – 8 คะแนน
ระดับความรู้น้อย	ทำผลการทดสอบ ได้ 1 – 4 คะแนน

โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

2.2 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

2.2.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสารตำรางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและคู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2.2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและนำเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงแก้ไข

2.2.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงให้มีความถูกต้อง ก่อนนำไปใช้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด โดยในการเก็บข้อมูลในแต่ละครั้งผู้วิจัยได้มีการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย ตลอดจนลักษณะของแบบสอบถามให้กับประชากรทราบเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน แล้วจึงทำการตอบแบบสอบถามโดยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการกรอกด้วยตนเอง

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังต่อไปนี้

4.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

4.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

4.3 การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วจะนำมาทำการบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

- ใช้ตารางการแจกแจงความถี่ คือ อธิบายลักษณะของข้อมูลในแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 5 ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าและระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้ามาหาค้าร้อยละ

- ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุดแสดงลักษณะการใช้บริการและระดับคะแนนความพึงพอใจในด้านต่างๆ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

- ใช้ t-Test เพื่อทดสอบความแตกต่าง ระหว่างวิธีการว่าจ้าง, การมีประสบการณ์จากผู้ให้บริการอื่นต่อความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่ให้บริการ

- ค่า F-Test ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบรายคู่ (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่าง กลุ่มลูกค้า ระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าต่อความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่ให้บริการ

กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher 's Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วาณิชย์ บัญชา.2545: 161)

- ทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกันหรือความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542 : 13) ได้แก่ ลักษณะการใช้บริการกับความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่ให้บริการ

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

สูตร = (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม / จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) x 100

5.1.2 ค่าความเฉลี่ย ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 40)

$$\mu = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ μ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยของประชากรทั้งหมด
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

5.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 65)

$$\sigma = \sqrt{\frac{n \sum x^2}{n} \rightarrow x^2}$$

เมื่อ σ แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของประชากร
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 n แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งใช้ทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

5.2.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t-test Independent (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534 : 178)

$$t = \frac{\mu_1 - \mu_2}{\sqrt{\frac{\sigma_1^2}{n_1} + \frac{\sigma_2^2}{n_2}}}$$

ในการนี้ความแปรปรวนของ 2 กลุ่มมีค่าไม่เท่ากัน $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$ ใช้สูตร

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	μ_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของประชากรในกลุ่มที่ 1
	μ_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของประชากรในกลุ่มที่ 2
	σ_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของประชากรในกลุ่มที่ 1
	σ_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของประชากรในกลุ่มที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของประชากรในกลุ่มที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของประชากรในกลุ่มที่ 2

5.2.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ย ของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวน 1 ตัวประกอบ (One Way Analysis of Variance)

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

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	MSTrt	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MSE	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	Df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) ภายในกลุ่ม (n-k)

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 161)

5.3.3 การทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้ค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542 : 13)

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

เมื่อกำหนด	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
------------	----------	-----	------------------------

x	แทน ผลรวมของคะแนน X
y	แทน ผลรวมของคะแนน Y
x^2	แทน ผลรวมของคะแนนชุด X แต่ละตัว ยกกำลังสอง
y^2	แทน ผลรวมของคะแนนชุด Y แต่ละตัว ยกกำลังสอง
xy	แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่
n	แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ (กลยา วาณิชบัญชา.2545 : 280) ซึ่งความหมายของค่า r มีดังนี้

1. ค่า r เป็น ลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
2. ค่า r เป็น บวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y สัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y สัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย

สำหรับการแปลความหมายระดับความสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ.2544 : 316) กำหนดดังนี้
 ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
 ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.3 – 0.7 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
 ถ้าค่า r มีค่าน้อยกว่า 0.3 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
 ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน
 สถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ ค่า F-test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อที่ 1 ถึง 27

สมมติฐานที่ 2 วิธีการว่าจ้างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน
 สถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ ค่า t-test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อที่ 1 ถึง 27

สมมติฐานที่ 3 การมีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ ค่า t-test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อที่ 1 ถึง 27

สมมติฐานที่ 4 ระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ ค่า F-test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อที่ 7 ถึง 10

สมมติฐานที่ 5 มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ สถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ ค่า Correlation ซึ่งใช้ในการทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อที่ 1 ถึง 27

สมมติฐานที่ 6 ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ สถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ ค่า Correlation ซึ่งใช้ในการทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อที่ 1 ถึง 27

สมมติฐานที่ 7 ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ สถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ ค่า Correlation ซึ่งใช้ในการทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อที่ 1 ถึง 27

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้า และจัดส่งสินค้าของบริษัทซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

H_0	แทน	สมมติฐานหลัก
H_1	แทน	สมมติฐานรอง
N	แทน	จำนวนประชากร
	แทน	ค่าเฉลี่ยของประชากร
σ	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
$F\text{-Ratio}$	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F - Distribution
$F\text{-Prob.}, p$	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
$*$	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้บริการ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้า และจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัทซีเมนต์ไทยโลจิสติกส์จำกัด จำนวน 41 ราย แต่จากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ 35 ราย เท่ากับร้อยละ 85.37 (35 / 41)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ในบริษัท ประเภทของการใช้บริการ และการใช้บริการจากตัวแทนออกของอื่น นอกจาก CTL โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ในบริษัท		
บริษัทย่อย (มากกว่า 50 %)	13	37.10
บริษัทร่วมทุน (ระหว่าง 20 - 50%)	16	45.80
บริษัทอื่น (น้อยกว่า 20%)	4	11.40
บริษัทนอกเครือข่าย (ไม่ถือหุ้นเลย)	2	5.70
รวม	35	100.00
2. ประเภทของการใช้บริการ		
ใช้บริการผ่าน SCT	22	62.90
ว่าจ้าง CTL โดยตรง	13	37.10
รวม	35	100.00
3. การใช้บริการจากตัวแทนออกของอื่น นอกจาก CTL		
ใช้บริการจากตัวแทนออกของอื่น	13	37.10
ไม่ใช้บริการจากตัวแทนออกของอื่น	22	62.90
รวม	35	100.00

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 35 บริษัท จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ในบริษัท บริษัทของผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ในบริษัท โดยเป็นบริษัทย่อย (มากกว่า 50 %) มีจำนวน 13 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 37.10 บริษัทร่วมทุน (ระหว่าง 20 - 50 %) มีจำนวน 16

บริษัท คิดเป็นร้อยละ 45.80 บริษัทอื่น (น้อยกว่า 20 %) มีจำนวน 4 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.40 และบริษัท นอกเครือข่าย (ไม่ถือหุ้นเลย) มีจำนวน 2 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 5.60 โดยบริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมี สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ในบริษัท ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็น บริษัทร่วมทุน บริษัทย่อย บริษัทอื่น และบริษัทนอกเครือข่าย ตามลำดับ

ประเภทของการใช้บริการ บริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้มีการใช้ บริการผ่าน SCT มีจำนวน 22 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 62.90 และว่าจ้าง CTL โดยตรง มีจำนวน 13 บริษัท คิด เป็นร้อยละ 37.10 โดยบริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีการใช้บริการผ่าน SCT รองลงมา คือ ว่าจ้าง CTL โดยตรง ตามลำดับ

การใช้บริการจากตัวแทนออกของอื่น นอกจาก CTL บริษัทของผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้ บริการจากตัวแทนออกของอื่นนอกจาก CTL มีจำนวน 13 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 37.10 และไม่ใช้บริการจาก ตัวแทนออกของอื่นนอกจาก CTL มีจำนวน 22 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 62.90 โดยบริษัทของผู้ที่ตอบ แบบสอบถามมีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการจากตัวแทนออกของอื่นนอกจาก CTL รองลงมา คือ มีใช้บริการจากตัวแทนออกของอื่นนอกจาก CTL ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้บริการ

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้บริการได้แก่ มูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวน Shipment ที่นำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน และความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตาราง 2 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าการกระจายสัมพัทธ์ มูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

มูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน
มูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงสุด (Max)	900,000,000 บาท
มูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุด (Min)	1,000 บาท
มูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย ()	50,212,200 บาท
มูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ()	162,780,936.40 บาท
ค่าการกระจายสัมพัทธ์ (C.V.)	324.19%

จากตาราง 2 แสดงมูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนในบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า บริษัทมีมูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงสุด 900,000,000 บาท มีมูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุด 1,000 บาท และมีมูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 50,212,200 บาท เมื่อพิจารณาค่าการกระจายสัมพัทธ์ของมูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า การกระจายตัวของมูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน มีการกระจายถึงร้อยละ 324.19

ตาราง 3 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าการกระจายสัมพัทธ์ จำนวน Shipment ที่นำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

จำนวน Shipment ที่นำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน
จำนวน Shipment โดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงสุด (Max)	130 Shipment
จำนวน Shipment โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุด (Min)	0.16 Shipment
จำนวน Shipment โดยเฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย ()	20.74 Shipment
จำนวน Shipment โดยเฉลี่ยต่อเดือนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ()	27.77 Shipment
ค่าการกระจายสัมพัทธ์ (C.V.)	133.89%

จากตาราง 3 แสดงจำนวน Shipment ที่นำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนในบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า บริษัทมีจำนวน Shipment โดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงสุด 130 Shipment มีจำนวน Shipment โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุด 0.16 Shipment หรือประมาณ 1 Shipment ในระยะเวลา 6 เดือน และมีจำนวน Shipment โดยเฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 20.74 Shipment เมื่อพิจารณาจำนวน Shipment ที่นำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า การกระจายตัวของจำนวน Shipment ที่นำเข้ามีการกระจายถึงร้อยละ 133.89

ตาราง 4 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และค่าเฉลี่ย ความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วน โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน
ความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงสุด (Max)	130 ครั้งต่อเดือน
ความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุด (Min)	0.25 ครั้งต่อเดือน
ความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย ()	6.74 ครั้งต่อเดือน
ความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ()	21.89 ครั้งต่อเดือน
ค่าการกระจายสัมพัทธ์ (C.V.)	324.78%

จากตาราง 4 แสดงความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วน พบว่า บริษัทมีความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยสูงสุด 130 ครั้งต่อเดือน มีความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุด 0.25 ครั้งต่อเดือนหรือประมาณ 1 ครั้งในระยะเวลา 4 เดือนและความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 6.74 ครั้งต่อเดือน เมื่อพิจารณาความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า การกระจายตัวของความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน มีการกระจายถึงร้อยละ 324.78

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 5 แสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	พึงพอใจ อย่างมาก	พึงพอใจ	ปาน กลาง	ไม่ พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจ อย่างมาก	ระดับความพึงพอใจ	
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	แปลผล	
ด้านบุคลากร							
1. ความรู้ความชำนาญของพนักงาน (ชำนาญ ไม่ชำนาญ)	8 22.9	21 60.0	6 17.1			4.05 .63	พึงพอใจ
2. ความรับผิดชอบของพนักงาน (สูง ต่ำ)	10 28.6	16 45.7	9 25.7			4.02 .74	พึงพอใจ
3. การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า (ดีมาก ไม่ดีอย่างยิ่ง)	13 37.1	18 51.4	4 11.4			4.25 .65	พึงพอใจ อย่าง มาก
4. การตอบสนองความต้องการ (รวดเร็ว ล่าช้า)	7 20.0	15 42.9	12 34.3	1 2.9		3.80 .79	พึงพอใจ
5. ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน (มาก น้อย)	8 22.9	17 48.6	8 22.9	2 5.7		3.88 .83	พึงพอใจ
6. การประสานงานระหว่างหน่วยงาน (รวดเร็ว ล่าช้า)	9 25.7	16 45.7	7 20.0	2 5.7	1 2.9	3.85 .97	พึงพอใจ
ด้านบุคลากรโดยรวม						3.98 .62	พึงพอใจ
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร							
7. การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า (สะดวก ไม่สะดวก)	8 22.9	14 40.0	11 31.4	2 5.7		3.80 .86	พึงพอใจ
8. การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและ การขอใช้สิทธิประโยชน์ (นำเชื่อถือ ไม่นำเชื่อถือ)	7 20.0	17 48.6	11 31.4			3.88 .71	พึงพอใจ

ตาราง 5 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	พึงพอใจ อย่างมาก	พึงพอใจ	ปาน กลาง	ไม่ พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจ อย่างมาก	ระดับความพึงพอใจ	
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	แปลผล	
9. การเตรียมเอกสารประกอบ การผ่านพิธีการศุลกากร (รวดเร็ว ลำช้า)	9 25.7	16 45.7	10 28.6			3.97 .74	พึงพอใจ
10. ความสามารถในการผ่าน พิธีการศุลกากร (รวดเร็ว ลำช้า)	9 25.7	20 57.1	6 17.1			4.08 .65	พึงพอใจ
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร โดยรวม						3.93 .57	พึงพอใจ
ด้านการจัดส่งสินค้า							
11. ความสามารถในการจัดส่ง สินค้าเข้าโรงงาน (ตรงเวลา คลาดเคลื่อน)	7 20.0	21 60.0	7 20.0			4.00 .64	พึงพอใจ
12. ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า (ปลอดภัย ไม่ปลอดภัย)	10 28.6	19 54.3	5 14.3	1 2.9		4.08 .74	พึงพอใจ
13. ความสุภาพและความมีวินัย ของพนักงานขับรถ (สุภาพ ไม่สุภาพ)	3 8.6	22 62.9	10 28.6			3.80 .58	พึงพอใจ
ด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวม						3.96 .58	พึงพอใจ
ด้านการรายงานสถานะการ นำเข้าสินค้า							
14. การติดตามสถานะวันนำเข้า สินค้า (รวดเร็ว ลำช้า)	4 11.4	14 40.0	14 40.0	3 8.6		3.54 .81	พึงพอใจ
15. การรายงานผลการปฏิบัติงาน (ถูกต้อง คลาดเคลื่อน)	5 14.3	15 42.9	11 31.4	4 11.4		3.60 .88	พึงพอใจ
16. การติดตามและรายงานผลการ ปฏิบัติงาน (รวดเร็ว ลำช้า)	7 20.0	12 34.3	12 34.3	4 11.4		3.62 .94	พึงพอใจ

ตาราง 5 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	พึงพอใจ อย่างมาก	พึงพอใจ	ปาน กลาง	ไม่ พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจ อย่างมาก	ระดับความพึงพอใจ		
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	แปลผล		
17. การรายงานเมื่อเกิดความ สูญหาย/เสียหายหรือเกิดเหตุ ฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า (รวดเร็ว ล่าช้า)	5 14.3	17 48.6	8 22.9	3 8.6	2 5.7	3.57	1.03	พึงพอใจ
18. ความสะดวกในการเข้าถึง ข้อมูลทางโทรศัพท์ (สะดวก ไม่สะดวก)	8 22.9	17 48.6	7 20.0	3 8.6		3.85	.87	พึงพอใจ
19. ความสะดวกในการเข้าถึง ข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet (สะดวก ไม่สะดวก)	9 25.7	12 34.3	7 20.0	7 20.0		3.65	1.08	พึงพอใจ
ด้านการรายงานสถานะ การนำเข้าสินค้าโดยรวม						3.64	.78	พึงพอใจ
ด้านการตอบสนองต่อข้อ ร้องเรียนหรือปัญหา								
20. การตอบสนองต่อข้อร้องเรียน หรือปัญหา (รวดเร็ว ล่าช้า)	6 17.1	14 40.0	12 34.3	3 8.6		3.65	.87	พึงพอใจ
21. ความสามารถในการแก้ไขปัญหา (มาก น้อย)	7 20.0	16 45.7	10 28.6	2 5.7		3.80	.83	พึงพอใจ
22. ความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา (มาก น้อย)	11 31.4	17 48.6	6 17.1	1 2.9		4.08	.78	พึงพอใจ
ด้านการตอบสนองต่อ ข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม						3.84	.78	พึงพอใจ
ด้านการรับประกันความสูญหาย/ เสียหายต่อตัวสินค้า								
23. ความรับผิดชอบเมื่อเกิดความ สูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า (รับผิดชอบ ไม่รับผิดชอบ)	8 22.9	15 42.9	8 22.9	4 11.4		3.77	.94	พึงพอใจ

ตาราง 5 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	พึงพอใจ อย่างมาก	พึงพอใจ	ปาน กลาง	ไม่ พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจ อย่างมาก	ระดับความพึงพอใจ		
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	แปลผล		
24. ความรวดเร็วในการติดตาม เรียกร้องค่าเสียหายจากบริษัท ประกันภัย / ผู้รับเหมา (เร็วมาก ช้ามาก)	4	18	9	4		3.62	.84	พึงพอใจ
	11.4	51.4	25.7	11.4				
ด้านการรับประกันความสูญหาย/ เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม						3.70	.85	พึงพอใจ
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและ ค่าบริการ								
25. วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ (สะดวก ไม่สะดวก)	2	1	12	13	7	3.62	1.03	พึงพอใจ
	5.7	2.9	34.3	37.1	20.0			
26. ความรวดเร็วในการส่งเอกสาร เรียกเก็บ (เร็วมาก ช้ามาก)	3	4	14	12	2	3.17	1.01	ปาน กลาง
	8.6	11.4	40.0	34.3	5.7			
27. ข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ (ไม่มีข้อผิดพลาด มีข้อผิดพลาดมาก)	3	2	13	13	4	3.37	1.05	ปาน กลาง
	8.6	5.7	37.1	37.1	11.4			
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและ ค่าบริการโดยรวม						3.39	.94	ปาน กลาง

จากตาราง 5 แสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด สรุปได้ดังนี้

ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านบุคลากรโดยรวม ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการมีมนุษย์สัมพันธ์ต่อลูกค้า ในระดับพึงพอใจอย่างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความรู้ความชำนาญของพนักงาน ความรับผิดชอบของพนักงาน การตอบสนองความต้องการ ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน และ

การประสานงานระหว่างหน่วยงาน ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05, 4.02, 3.80, 3.88 และ 3.85 ตามลำดับ

ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวม ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการรับแจ้งการนำเข้าสินค้า การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์ การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร และความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80, 3.88, 3.97 และ 4.08 ตามลำดับ

ด้านการจัดส่งสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวม ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า และความสุภาพและความมีวินัยของพนักงานขับรถ ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00, 4.08 และ 3.80 ตามลำดับ

ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าโดยรวม ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า การรายงานผลการปฏิบัติงาน การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงาน การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/เสียหาย หรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์ และความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54, 3.60, 3.62, 3.57, 3.85 และ 3.65 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหา ความสามารถในการแก้ไขปัญหา และความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65, 3.80 และ 4.08 ตามลำดับ

ด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความรับผิดชอบเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า และความรวดเร็วในการติดตามเรียกร้อง

ค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย / ผู้รับเหมา ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และ 3.62 ตามลำดับ

ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อวิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และ 3.37 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงจำนวน และร้อยละ ดังนี้

ตาราง 6 แสดงจำนวน และร้อยละ ระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้า

ระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้า	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้น้อย (1 – 4 คะแนน)	12	34.30
ความรู้ปานกลาง (5 – 8 คะแนน)	20	57.10
ความรู้มาก (9 – 12 คะแนน)	3	8.60
รวม	35	100.0

จากตาราง 6 แสดงระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความรู้น้อย มีจำนวน 12 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 34.30 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความรู้ปานกลาง มีจำนวน 20 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 57.10 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความรู้มาก มีจำนวน 3 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.60

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 7 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ด้านบุคลากร						
1. ความรู้ความชำนาญของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	1.025	.342	.824	.491
	ภายในกลุ่ม	31	12.861	.415		
	รวม	34	13.886			
2. ความรับผิดชอบของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	.798	.266	.454	.716
	ภายในกลุ่ม	31	18.173	.586		
	รวม	34	18.971			
3. การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	2.763	.921	2.394	.087
	ภายในกลุ่ม	31	11.923	.385		
	รวม	34	14.686			
4. การตอบสนองความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.658	.553	.859	.473
	ภายในกลุ่ม	31	19.942	.643		
	รวม	34	21.600			
5. ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	.985	.328	.451	.718
	ภายในกลุ่ม	31	22.558	.728		
	รวม	34	23.543			
6. การประสานงานระหว่างหน่วยงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	2.209	.736	.759	.526
	ภายในกลุ่ม	31	30.077	.970		
	รวม	34	32.286			
ด้านบุคลากรโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	.977	.326	.810	.498
	ภายในกลุ่ม	31	12.455	.402		
	รวม	34	13.432			
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร						
7. การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	2.182	.727	.963	.423
	ภายในกลุ่ม	31	23.418	.755		

	รวม	34	25.600			
8. การกำหนดพิภักดิ์อัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.774	.591	1.162	.340
	ภายในกลุ่ม	31	15.769	.509		
	รวม	34	17.543			

ตาราง 7 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
9. การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร	ระหว่างกลุ่ม	3	3.798	1.266	2.587	.071
	ภายในกลุ่ม	31	15.173	.489		
	รวม	34	18.971			
10. ความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร	ระหว่างกลุ่ม	3	2.555	.852	2.167	.112
	ภายในกลุ่ม	31	12.188	.393		
	รวม	34	14.743			
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.750	.583	1.870	.155
	ภายในกลุ่ม	31	9.668	.312		
	รวม	34	11.418			
ด้านการจัดส่งสินค้า						
11. ความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	1.505	.502	1.244	.310
	ภายในกลุ่ม	31	12.495	.403		
	รวม	34	14.000			
12. ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	.863	.288	.499	.686
	ภายในกลุ่ม	31	17.880	.577		
	รวม	34	18.743			
13. ความสุภาพและควมมีวินัยของพนักงานขับรถ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.408	.469	1.427	.254
	ภายในกลุ่ม	31	10.192	.329		
	รวม	34	11.600			
ด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	.637	.212	.606	.616
	ภายในกลุ่ม	31	10.868	.351		
	รวม	34	11.505			
ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า						
14. การติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	2.171	.724	1.094	.366
	ภายในกลุ่ม	31	20.514	.662		
	รวม	34	22.686			
15. การรายงานผลการปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	2.193	.731	.936	.435
	ภายในกลุ่ม	31	24.207	.781		

	รวม	34	26.400			
16. การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงานแบบใหม่ของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	3	3.907	1.302	1.537	.224
	ภายในกลุ่ม	31	26.264	.847		
	รวม	34	30.171			

ตาราง 7 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
17. การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/เสียหายหรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	1.341	.447	.393	.759
	ภายในกลุ่ม	31	35.231	1.136		
	รวม	34	36.571			
18. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์	ระหว่างกลุ่ม	3	4.978	1.659	2.414	.085
	ภายในกลุ่ม	31	21.308	.687		
	รวม	34	26.286			
19. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet	ระหว่างกลุ่ม	3	2.155	.718	.590	.626
	ภายในกลุ่ม	31	37.731	1.217		
	รวม	34	39.886			
ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.904	.635	1.045	.386
	ภายในกลุ่ม	31	18.826	.607		
	รวม	34	20.730			
ด้านการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา						
20. การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	3	2.309	.770	1.012	.401
	ภายในกลุ่ม	31	23.577	.761		
	รวม	34	25.886			
21. ความสามารถในการแก้ไขปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	3	1.331	.444	.618	.609
	ภายในกลุ่ม	31	22.269	.718		
	รวม	34	23.600			
22. ความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	3	.570	.190	.292	.831
	ภายในกลุ่ม	31	20.173	.651		
	รวม	34	20.743			
ด้านการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.262	.421	.669	.577
	ภายในกลุ่ม	31	19.481	.628		
	รวม	34	20.743			

ด้านการรับประกันความสูญหาย /
เสียหายต่อตัวสินค้า

23. ความรับผิดชอบเมื่อเกิดความ สูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	3.845	1.282	1.509	.232
	ภายในกลุ่ม	31	26.327	.849		
	รวม	34	30.171			

ตาราง 7 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F- Prob.
24. ความรวดเร็วในการติดตามเรียกร้อง ค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย / ผู้รับเหมา	ระหว่างกลุ่ม	3	2.657	.886	1.276	.300
	ภายในกลุ่ม	31	21.514	.694		
	รวม	34	24.171			
ด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.039	1.013	1.423	.255
	ภายในกลุ่ม	31	22.061	.712		
	รวม	34	25.100			
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ						
25. วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ	ระหว่างกลุ่ม	3	5.691	1.897	1.929	.145
	ภายในกลุ่ม	31	30.481	.983		
	รวม	34	36.171			
26. ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ	ระหว่างกลุ่ม	3	8.342	2.781	3.237*	.035
	ภายในกลุ่ม	31	26.630	.859		
	รวม	34	34.971			
27. ข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.503	.501	.424	.737
	ภายในกลุ่ม	31	36.668	1.183		
	รวม	34	38.171			
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและ ค่าบริการโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	4.392	1.464	1.750	.177
	ภายในกลุ่ม	31	25.938	.837		
	รวม	34	30.330			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจด้านต่างๆ ต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ที่มีกลุ่มลูกค้าแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA : Analysis of Variance) พบว่า ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ มีค่า F-Prob. เท่ากับ .035 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนี้

ตาราง 8 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ความพึงพอใจด้านความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ
ต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด
โดยจำแนกตามกลุ่มลูกค้าแตกต่างกัน

กลุ่มลูกค้า	บริษัทย่อย (มากกว่า 50 %)	บริษัทร่วมทุน (ระหว่าง 20 - 50 %)	บริษัทอื่น (น้อยกว่า 20 %)	บริษัทนอกเครือข่าย (ไม่ถือหุ้นเลย)
	3.15	2.81	4.00	4.50
บริษัทย่อย (มากกว่า 50 %)	3.15	0.34 (.332)	-0.85 (.120)	-1.35 (.065)
บริษัทร่วมทุน (ระหว่าง 20 - 50 %)	2.81		-1.19* (.029)	-1.69* (.021)
บริษัทอื่น (น้อยกว่า 20 %)	4.00			-.50 (.538)
บริษัทนอกเครือข่าย (ไม่ถือหุ้นเลย)	4.50			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 8 แสดงว่า บริษัทที่มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่เป็นบริษัทร่วมทุน กับบริษัทอื่น จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า บริษัทที่มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่เป็นบริษัทร่วมทุน แตกต่างเป็นรายคู่กับบริษัทอื่น ด้านความพึงพอใจในความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 กล่าวคือ บริษัทที่มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่เป็นบริษัทร่วมทุน มีความพึงพอใจในความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บน้อยกว่าบริษัทอื่น โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.19

บริษัทที่มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่เป็นบริษัทร่วมทุน กับบริษัทนอกเครือข่าย จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .021 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า บริษัทที่มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่เป็นบริษัทร่วมทุน แตกต่างเป็นรายคู่กับบริษัทนอกเครือข่าย ด้านความพึงพอใจในความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 กล่าวคือ บริษัทที่มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่เป็นบริษัทร่วมทุน มีความพึงพอใจในความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บน้อยกว่าบริษัทนอกเครือข่าย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.69

สมมติฐานข้อที่ 2 วิธีการว่าจ้างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : วิธีการว่าจ้างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : วิธีการว่าจ้างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้ประชากรทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน โดยใช้สถิติทดสอบค่าที่ (t – test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 9 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด โดยจำแนกตามวิธีการว่าจ้าง

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	วิธีการว่าจ้าง	t - test for Equality of Means				
				df	t	p
ด้านบุคลากร						
1. ความรู้ความชำนาญของพนักงาน	ใช้บริการผ่าน SCT	4.09	.61	33	.402	.691
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.00	.70			
2. ความรับผิดชอบของพนักงาน	ใช้บริการผ่าน SCT	3.90	.75	33	-1.241	.223
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.23	.72			
3. การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า	ใช้บริการผ่าน SCT	4.04	.65	33	-2.698*	.011
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.61	.50			
4. การตอบสนองความต้องการ	ใช้บริการผ่าน SCT	3.63	.72	33	-1.617	.115
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.07	.86			
5. ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน	ใช้บริการผ่าน SCT	3.72	.70	33	-1.492	.145
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.15	.98			
6. การประสานงานระหว่างหน่วยงาน	ใช้บริการผ่าน SCT	3.86	.88	33	.051	.960
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	3.84	1.14			
ด้านบุคลากรโดยรวม	ใช้บริการผ่าน SCT	3.87	.56	33	-1.262	.216
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.15	.71			
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร						
7. การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า	ใช้บริการผ่าน SCT	3.63	.84	33	-1.476	.149
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.07	.86			
8. การกำหนดพิกัดอัตราภาษี และ การขอใช้สิทธิประโยชน์	ใช้บริการผ่าน SCT	3.81	.66	33	-.718	.478
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.00	.81			
9. การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร	ใช้บริการผ่าน SCT	3.90	.61	33	-.637	.529
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.07	.95			
10. ความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร	ใช้บริการผ่าน SCT	4.04	.65	33	-.465	.645
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.15	.68			

20. การตอบสนองต่อข้อร้องเรียน หรือปัญหา	ใช้บริการผ่าน SCT	3.59	.73	33	-.578	.567
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	3.76	1.09			

ตาราง 9 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	วิธีการว่าจ้าง	t - test for Equality of Means				
				df	t	p
21. ความสามารถในการแก้ไข ปัญหา	ใช้บริการผ่าน SCT	3.68	.77	33	-1.095	.281
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.00	.91			
22. ความเต็มใจในการแก้ไข ปัญหา	ใช้บริการผ่าน SCT	3.95	.78	33	-1.306	.201
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.30	.75			
ด้านการตอบสนองต่อข้อ ร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม	ใช้บริการผ่าน SCT	3.74	.71	33	-1.038	.307
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.02	.87			
ด้านการรับประกันความสูญ หาย/เสียหายต่อตัวสินค้า						
23. ความรับผิดชอบเมื่อเกิด ความสูญหาย / เสียหาย กับตัวสินค้า	ใช้บริการผ่าน SCT	3.63	.90	33	-1.107	.276
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	4.00	1.00			
24. ความรวดเร็วในการติดตาม เรียกร้องค่าเสียหายจาก บริษัทประกันภัย / ผู้รับเหมา	ใช้บริการผ่าน SCT	3.54	.73	33	-.754	.456
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	3.76	1.01			
ด้านการรับประกันความ สูญหาย /เสียหายต่อตัวสินค้า โดยรวม	ใช้บริการผ่าน SCT	3.59	.79	33	-.976	.336
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	3.88	.96			
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและ ค่าบริการ						
25. วิธีการและรูปแบบการ เรียกเก็บ	ใช้บริการผ่าน SCT	3.63	.65	33	.057	.955
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	3.61	1.50			
26. ความรวดเร็วในการส่งเอกสาร เรียกเก็บ	ใช้บริการผ่าน SCT	3.31	.77	33	1.118	.272
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	2.92	1.32			
27. ข้อผิดพลาดจากการ เรียกเก็บ	ใช้บริการผ่าน SCT	3.40	.79	33	.270	.789
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	3.30	1.43			
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย และค่าบริการโดยรวม	ใช้บริการผ่าน SCT	3.45	.62	33	.516	.609
	ว่าจ้าง CTL โดยตรง	3.28	1.35			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านต่างๆ ต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ที่มีวิธีการว่าจ้างแตกต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t - test) จากวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความพึงพอใจในการมีมนุษย์สัมพันธ์ต่อลูกค้า มีค่า Probability (p) เท่า .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วิธีการว่าจ้างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการในการมีมนุษย์สัมพันธ์ต่อลูกค้าแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 การมีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การมีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : การมีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้ประชากรทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t - test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 10 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด จำแนกตามประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่น

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ประสบการณ์ การใช้บริการ	t - test for Equality of Means				
				df	t	p
ด้านบุคลากร						
1. ความรู้ความชำนาญของ พนักงาน	มีประสบการณ์	4.22	.52	33	2.156*	.038
	ไม่มีประสบการณ์	3.76	.72			
2. ความรับผิดชอบของพนักงาน	มีประสบการณ์	4.04	.72	33	.171	.865
	ไม่มีประสบการณ์	4.00	.81			
3. การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า	มีประสบการณ์	4.27	.70	33	.180	.858
	ไม่มีประสบการณ์	4.23	.59			
4. การตอบสนองความต้องการ	มีประสบการณ์	3.95	.78	33	1.521	.138
	ไม่มีประสบการณ์	3.53	.77			
5. ความเข้าใจลูกค้าของ พนักงาน	มีประสบการณ์	4.00	.81	33	1.059	.297
	ไม่มีประสบการณ์	3.69	.85			
6. การประสานงานระหว่าง	มีประสบการณ์	3.90	.86	33	.405	.688

หน่วยงาน	ไม่มีประสบการณ์	3.76	1.16			
ด้านบุคลากรโดยรวม	มีประสบการณ์	4.06	.60	33	1.070	.292
	ไม่มีประสบการณ์	3.83	.66			

ตาราง 10 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ประสบการณ์ การใช้บริการ	t - test for Equality of Means				
				df	t	p
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร						
7. การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า	มีประสบการณ์	3.77	.97	33	-.239	.813
	ไม่มีประสบการณ์	3.84	.68			
8. การกำหนดพิกัดอัตราภาษี และ การขอใช้สิทธิประโยชน์	มีประสบการณ์	3.90	.61	33	.247	.806
	ไม่มีประสบการณ์	3.84	.89			
9. การเตรียมเอกสารประกอบ การผ่านพิธีการศุลกากร	มีประสบการณ์	4.18	.66	33	2.300*	.028
	ไม่มีประสบการณ์	3.61	.76			
10. ความสามารถในการผ่าน พิธีการศุลกากร	มีประสบการณ์	4.18	.58	33	1.128	.268
	ไม่มีประสบการณ์	3.92	.75			
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร โดยรวม	มีประสบการณ์	4.01	.54	33	1.005	.322
	ไม่มีประสบการณ์	3.80	.63			
ด้านการจัดส่งสินค้า						
11. ความสามารถในการจัดส่ง สินค้าเข้าโรงงาน	มีประสบการณ์	4.00	.61	33	.000	1.000
	ไม่มีประสบการณ์	4.00	.70			
12. ความปลอดภัยในการจัดส่ง สินค้า	มีประสบการณ์	4.13	.71	33	.519	.607
	ไม่มีประสบการณ์	4.00	.81			
13. ความสุภาพและความมีวินัย ของพนักงานขับรถ	มีประสบการณ์	3.81	.50	33	.236	.815
	ไม่มีประสบการณ์	3.76	.72			
ด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวม	มีประสบการณ์	3.98	.50	33	.299	.766
	ไม่มีประสบการณ์	3.92	.70			
ด้านการรายงานสถานะการ นำเข้าสินค้า						
14. การติดตามสถานะวันนำเข้า สินค้า	มีประสบการณ์	3.54	.85	33	.024	.981
	ไม่มีประสบการณ์	3.53	.77			
15. การรายงานผลการปฏิบัติงาน	มีประสบการณ์	3.68	.99	33	.709	.483
	ไม่มีประสบการณ์	3.46	.66			
16. การติดตามและรายงานผล การปฏิบัติงาน	มีประสบการณ์	3.72	.98	33	.802	.428
	ไม่มีประสบการณ์	3.46	.87			

17. การรายงานเมื่อเกิดความ สูญหาย/เสียหายหรือเกิดเหตุ ฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า	มีประสบการณ์	3.77	.92	33	1.522	.137
	ไม่มีประสบการณ์	3.23	1.16			

ตาราง 10 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ประสบการณ์ การใช้บริการ	t - test for Equality of Means				
				df	t	p
18. ความสะดวกในการเข้าถึง ข้อมูลทางโทรศัพท์	มีประสบการณ์	3.86	.99	33	.056	.956
	ไม่มีประสบการณ์	3.84	.68			
19. ความสะดวกในการเข้าถึง ข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet	มีประสบการณ์	3.63	1.04	33	-.146	.885
	ไม่มีประสบการณ์	3.69	1.18			
ด้านการรายงานสถานะ การนำเข้าสินค้าโดยรวม	มีประสบการณ์	3.70	.78	33	.602	.551
	ไม่มีประสบการณ์	3.53	.78			
ด้านการตอบสนองต่อข้อ ร้องเรียนหรือปัญหา						
20. การตอบสนองต่อข้อร้องเรียน หรือปัญหา	มีประสบการณ์	3.81	.79	33	1.443	.158
	ไม่มีประสบการณ์	3.38	.96			
21. ความสามารถในการแก้ไข ปัญหา	มีประสบการณ์	3.86	.88	33	.582	.564
	ไม่มีประสบการณ์	3.69	.75			
22. ความเต็มใจในการแก้ไข ปัญหา	มีประสบการณ์	4.22	.81	33	1.415	.166
	ไม่มีประสบการณ์	3.84	.68			
ด้านการตอบสนองต่อข้อ ร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม	มีประสบการณ์	3.96	.78	33	1.211	.234
	ไม่มีประสบการณ์	3.64	.76			
ด้านการรับประกันความสูญ หาย/เสียหายต่อตัวสินค้า						
23. ความรับผิดชอบเมื่อเกิด ความสูญหาย / เสียหาย กับตัวสินค้า	มีประสบการณ์	4.00	.87	33	1.942	.061
	ไม่มีประสบการณ์	3.38	.96			
24. ความรวดเร็วในการติดตาม เรียกร้องค่าเสียหายจาก บริษัทประกันภัย / ผู้รับเหมา	มีประสบการณ์	3.77	.68	33	1.331	.192
	ไม่มีประสบการณ์	3.38	1.01			
ด้านการรับประกันความ สูญหาย /เสียหายต่อตัวสินค้า โดยรวม	มีประสบการณ์	3.88	.73	33	1.716	.095
	ไม่มีประสบการณ์	3.38	.98			

**ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและ
ค่าบริการ**

25. วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ	มีประสบการณ์	3.90	.75	33	2.209*	.034
	ไม่มีประสบการณ์	3.15	1.28			

ตาราง 10 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ประสบการณ์ การใช้บริการ	t - test for Equality of Means				
				df	t	p
26. ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ	มีประสบการณ์	3.40	.73	33	1.868	.071
	ไม่มีประสบการณ์	2.76	1.30			
27. ข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ	มีประสบการณ์	3.63	.78	33	2.008	.053
	ไม่มีประสบการณ์	2.92	1.32			
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม	มีประสบการณ์	3.65	.63	33	2.251*	.031
	ไม่มีประสบการณ์	2.94	1.21			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านต่างๆ ต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ที่มีประสบการณ์การใช้บริการแตกต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t - test) จากวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความพึงพอใจในความรู้ความชำนาญของพนักงาน การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ และการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม มีค่า Probability (p) เท่ากับ .038, .028, .034 และ .031 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การมีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการในความรู้ความชำนาญของพนักงาน การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ และการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวมแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ระดับของความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรที่ต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับของความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรที่ต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น

95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้า

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร						
1. การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	1.050	.525	.684	.512
	ภายในกลุ่ม	32	24.550	.767		
	รวม	34	25.600			
2. การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.260	.630	1.238	.304
	ภายในกลุ่ม	32	16.283	.509		
	รวม	34	17.543			
3. การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร	ระหว่างกลุ่ม	2	1.105	.552	.989	.383
	ภายในกลุ่ม	32	17.867	.558		
	รวม	34	18.971			
4. ความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร	ระหว่างกลุ่ม	2	2.076	1.038	2.623	.088
	ภายในกลุ่ม	32	12.667	.396		
	รวม	34	14.743			
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.397	.199	.576	.568
	ภายในกลุ่ม	32	11.021	.344		
	รวม	34	11.418			

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจด้านต่างๆ ต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA : Analysis of Variance) พบว่า ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร ได้แก่ การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์ การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร ความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร และการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวม มีค่า F-Prob. เท่ากับ .512, .304, .383, .088 และ .568 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

H_1 : มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 12 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัดกับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน	
	r	Sig. (2-tailed)
ด้านบุคลากร		
1. ความรู้ความชำนาญของพนักงาน	-.118	.497
2. ความรับผิดชอบของพนักงาน	.086	.621
3. การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า	.043	.802
4. การตอบสนองความต้องการ	-.003	.984
5. ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน	-.027	.876
6. การประสานงานระหว่างหน่วยงาน	-.034	.845
ด้านบุคลากรโดยรวม	-.010	.950
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร		
7. การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า	.014	.935
8. การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์	-.174	.314
9. การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร	-.054	.755
10. ความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร	-.130	.455
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวม	-.103	.554
ด้านการจัดส่งสินค้า		
11. ความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน	.167	.336
12. ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า	.119	.492
13. ความสุภาพและความมีวินัยของพนักงานขับรถ	.248	.150
ด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวม	.195	.259

ตาราง 12 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน	
	r	Sig. (2-tailed)
ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า		
14. การติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า	.065	.707
15. การรายงานผลการปฏิบัติงาน	.062	.721
16. การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงานแบบใหม่ของบริษัท	.046	.792
17. การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/เสียหายหรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า	-.015	.928
18. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์	-.028	.869
19. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet	-.011	.948
ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าโดยรวม	.020	.904
ด้านการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา		
20. การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา	.033	.847
21. ความสามารถในการแก้ไขปัญหา	.002	.990
22. ความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา	.001	.992
ด้านการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม	.013	.936
ด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า		
23. ความรับผิดชอบเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า	.008	.960
24. ความรวดเร็วในการติดตามเรียกร้องค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย / ผู้รับเหมา	-.053	.758
ด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม	-.021	.901
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ		
25. วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ	-.097	.577
26. ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ	-.174	.314
27. ข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ	-.059	.733
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม	-.120	.490

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัดกับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน สรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวมกับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .950 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านบุคลากร ได้แก่ ความรู้ความชำนาญของพนักงาน ความรับผิดชอบของพนักงาน การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า การตอบสนองความต้องการ ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน และการประสานงานระหว่างหน่วยงาน กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .497, .621, .802, .984, .876 และ .845 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากร ได้แก่ ความรู้ความชำนาญของพนักงาน ความรับผิดชอบของพนักงาน การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า การตอบสนองความต้องการ ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน และการประสานงานระหว่างหน่วยงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวมกับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .554 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร ได้แก่ การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์ การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร และความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .935, .314, .755 และ .455 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการผ่านพิธีการศุลกากร ได้แก่ การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์ การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร และความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวมกับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .259 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการจัดส่งสินค้า ได้แก่ ความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า และความสุภาพและมีความมีวินัยของพนักงานขับรถ

กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .336, .492, และ .150 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการผ่านพิธีการศุลกากร ได้แก่ ความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า และความสุภาพและควมมีวินัยของพนักงานขับรถ ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าโดยรวม กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .904 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า ได้แก่ การติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า การรายงานผลการปฏิบัติงาน การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงาน การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/เสียหาย หรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์ และความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .707, .721, .792, .928, .869 และ .948 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า ได้แก่ การติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า การรายงานผลการปฏิบัติงาน การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงาน การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/เสียหาย หรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์ และความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .936 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหา ได้แก่ การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา ความสามารถในการแก้ไขปัญหา และความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .847, .990 และ .992 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหา ได้แก่ การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา ความสามารถในการแก้ไขปัญหา และความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .901 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า ได้แก่ ความรับผิดชอบเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า และความรวดเร็วในการติดตามเรียกร้องค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย / ผู้รับเหมา กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .960 และ .758 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า ได้แก่ ความรับผิดชอบเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า และความรวดเร็วในการติดตามเรียกร้องค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย / ผู้รับเหมาไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

7. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .490 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .577, .314 และ .733 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานข้อที่ 6 ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

H_1 : ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่าการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 13 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัดกับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ความถี่ในการนำเข้า โดยเฉลี่ยต่อเดือน	
	r	Sig. (2-tailed)
ด้านบุคลากร		
1. ความรู้ความชำนาญของพนักงาน	-.220	.202
2. ความรับผิดชอบของพนักงาน	.274	.110

3. การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า	.245	.155
4. การตอบสนองความต้องการ	-.120	.491
5. ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน	-.129	.459
6. การประสานงานระหว่างหน่วยงาน	-.106	.540
ด้านบุคลากรโดยรวม	-.021	.901

ตาราง 13 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ความถี่ในการนำเข้า โดยเฉลี่ยต่อเดือน	
	r	Sig. (2-tailed)
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร		
7. การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า	-.103	.552
8. การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์	.081	.640
9. การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร	-.180	.299
10. ความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร	-.235	.173
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวม	-.138	.427
ด้านการจัดส่งสินค้า		
11. ความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน	-.208	.228
12. ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า	-.204	.237
13. ความสุภาพและควมมีวินัยของพนักงานขับรถ	-.226	.191
ด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวม	-.239	.165
ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า		
14. การติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า	-.044	.798
15. การรายงานผลการปฏิบัติงาน	-.055	.749
16. การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงานแบบใหม่ของบริษัท	-.064	.713
17. การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/เสียหายหรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า	-.206	.233
18. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์	-.139	.425
19. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet	-.219	.205
ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าโดยรวม	-.153	.377
ด้านการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา		
20. การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา	-.082	.636
21. ความสามารถในการแก้ไขปัญหา	-.124	.475
22. ความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา	.024	.890

ด้านการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม	-0.067	.701
ด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า		
23. ความรับผิดชอบเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า	-0.099	.570
ตาราง 13 (ต่อ)		
ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ความถี่ในการนำเข้า โดยเฉลี่ยต่อเดือน	
	r	Sig. (2-tailed)
24. ความรวดเร็วในการติดตามเรียกร้องค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย /ผู้รับเหมา	-.285	.096
ด้านการรับประกันความสูญหาย/เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม	-.194	.263
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ		
25. วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ	-.410*	.014
26. ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ	-.380*	.024
27. ข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ	-.363*	.031
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม	-.421*	.011

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัดกับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน สรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวมกับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .901 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านบุคลากร ได้แก่ ความรู้ความชำนาญของพนักงาน ความรับผิดชอบของพนักงาน การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า การตอบสนองความต้องการ ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน และการประสานงานระหว่างหน่วยงาน กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .202, .110, .155, .491, .459 และ .540 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากร ได้แก่ ความรู้ความชำนาญของพนักงาน ความรับผิดชอบของพนักงาน การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า การตอบสนองความต้องการ ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน และการประสานงานระหว่างหน่วยงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวมกับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .427 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร ได้แก่ การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์ การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร และความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .552, .640, .299 และ .173 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร ได้แก่ การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์ การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร และความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวมกับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .165 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการจัดส่งสินค้า ได้แก่ ความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า และความสุภาพและควมมีวินัยของพนักงานขับรถ กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .228, .237 และ .191 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการผ่านพิธีการศุลกากร ได้แก่ ความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า และความสุภาพและควมมีวินัยของพนักงานขับรถ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าโดยรวม กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .377 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า ได้แก่ การติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า การรายงานผลการปฏิบัติงาน การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงาน การรายงานเมื่อเกิดความสูญเสีย/เสียหาย หรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์ และความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .798, .749, .713, .233, .425 และ .205 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า ได้แก่ การติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า การรายงานผลการปฏิบัติงาน การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงาน การรายงานเมื่อเกิดความสูญเสีย/เสียหาย หรือเกิดเหตุ

ฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์ และความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .701 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหา ได้แก่ การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา ความสามารถในการแก้ไขปัญหา และความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .636, .475 และ .890 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหา ได้แก่ การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา ความสามารถในการแก้ไขปัญหา และความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .263 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า ได้แก่ ความรับผิดชอบเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า และความรวดเร็วในการติดตามเรียกร้องค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย / ผู้รับเหมา กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .570 และ .096 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า ได้แก่ ความรับผิดชอบเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า และความรวดเร็วในการติดตามเรียกร้องค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย / ผู้รับเหมาไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

7. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.421 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าบริษัทมีความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นระดับความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวมก็จะลดลง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .014, .024 และ .031 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.410, -.380 และ -.363 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าบริษัทมีความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นระดับความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บจะลดลง

สมมติฐานข้อที่ 7 ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

H_1 : ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 14 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัดกับความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วน โดยเฉลี่ยต่อเดือน	
	r	Sig. (2-tailed)
ด้านบุคลากร		
1. ความรู้ความชำนาญของพนักงาน	-.221	.201
2. ความรับผิดชอบของพนักงาน	.180	.300
3. การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า	.217	.208
4. การตอบสนองความต้องการ	.004	.981
5. ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน	-.074	.672
6. การประสานงานระหว่างหน่วยงาน	-.206	.233
ด้านบุคลากรโดยรวม	-.032	.851

ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร		
7. การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า	-003	.983
8. การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์	.015	.927
9. การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร	-.214	.215
10. ความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร	-.169	.330
ตาราง 14(ต่อ)		
ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วน โดยเฉลี่ยต่อเดือน	
	r	Sig. (2-tailed)
ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวม	-.113	.515
ด้านการจัดส่งสินค้า		
11. ความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน	-.240	.163
12. ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า	-.229	.183
13. ความสุภาพและความมีวินัยของพนักงานขับรถ	-.259	.132
ด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวม	-.273	.112
ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า		
14. การติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า	-.083	.634
15. การรายงานผลการปฏิบัติงาน	-.028	.871
16. การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงานแบบใหม่ของบริษัท	-.093	.592
17. การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/เสียหายหรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการ ส่งมอบสินค้า	-.025	.884
18. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์	-.138	.426
19. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet	-.033	.848
ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าโดยรวม	-.078	.655
ด้านการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา		
20. การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา	-.131	.451
21. ความสามารถในการแก้ไขปัญหา	-.111	.522
22. ความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา	.013	.940
ด้านการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม	-.084	.629
ด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า		
23. ความรับผิดชอบเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า	-.091	.602

24. ความรวดเร็วในการติดตามเรียกร้องค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย /ผู้รับเหมา	-.153	.377
ด้านการรับประกันความสูญหาย/เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม	-.125	.472

ตาราง 14(ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วน โดยเฉลี่ยต่อเดือน	
	r	Sig. (2-tailed)
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ		
25. วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ	-.483*	.003
26. ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ	-.469*	.004
27. ข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ	-.501*	.002
ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม	-.531*	.001

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นความพึงพอใจต่อการให้บริการ
พิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัดกับความต้องการใช้สินค้า
เร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน สรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวมกับความต้องการใช้
สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .851 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวมไม่มี
ความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านบุคลากร ได้แก่ ความรู้ความชำนาญของ
พนักงาน ความรับผิดชอบของพนักงาน การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า การตอบสนองความต้องการ ความ
เข้าใจลูกค้าของพนักงาน และการประสานงานระหว่างหน่วยงาน กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ย
ต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .201, .300, .208, .981, .672 และ .233 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05
นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากร
ได้แก่ ความรู้ความชำนาญของพนักงาน ความรับผิดชอบของพนักงาน การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า การ
ตอบสนองความต้องการ ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน และการประสานงานระหว่างหน่วยงาน ไม่มี
ความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวมกับ
ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .515 ซึ่งมากกว่า .05 นั่น

คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร ได้แก่ การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์ การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร และความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .983, .927, .215 และ .330 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร ได้แก่ การรับแจ้งการนำเข้าสินค้า การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์ การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร และความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวมกับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .112 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการจัดส่งสินค้า ได้แก่ ความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า และความสุภาพและความมีวินัยของพนักงานขับรถ กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .163, .183 และ .132 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการผ่านพิธีการศุลกากร ได้แก่ ความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า และความสุภาพและความมีวินัยของพนักงานขับรถ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าโดยรวม กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .655 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า ได้แก่ การติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า การรายงานผลการปฏิบัติงาน การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงาน การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/เสียหาย หรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์ และความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .634, .871, .592, .884, .426 และ .848 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า ได้แก่ การติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า การรายงานผลการปฏิบัติงาน การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงาน การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/เสียหาย หรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์ และความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .629 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหา ได้แก่ การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา ความสามารถในการแก้ไขปัญหา และความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .451, .522 และ .940 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหา ได้แก่ การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา ความสามารถในการแก้ไขปัญหา และความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .472 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า ได้แก่ ความรับผิดชอบเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า และความรวดเร็วในการติดตามเรียกร้องค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย / ผู้รับเหมา กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .602 และ .377 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า ได้แก่ ความรับผิดชอบเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า และความรวดเร็วในการติดตามเรียกร้องค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย / ผู้รับเหมา ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

7. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.531 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนเพิ่มขึ้นระดับความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวมบริษัทจะลดลง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .003, .004, และ .002

ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บมีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วน โดยเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.483, -.469 และ -.501 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าให้ลูกค้ามีความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนเพิ่มขึ้นระดับความพึงพอใจด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บจะลดลง

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ด้านบุคลากร

1.1 พนักงานต้องมีความชำนาญเพื่อจะได้ทำงานเร็วขึ้น เพราะงานมีการขยายตัว พนักงานมีการปรับเปลี่ยน ผังองค์กรปรับบ่อย

1.2 ควรมีผู้ปฏิบัติงานแทน กรณีที่ผู้รับผิดชอบโดยตรงไม่อยู่

1.3 ควรมีการเยี่ยมเยียนลูกค้า อย่างน้อยเดือนละครั้ง เพื่อทราบปัญหาและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

1.4 บุคลากรทำงานได้ดีในกรณีที่พนักงานคนอื่นไม่มา พนักงานที่อยู่สามารถทำงานแทนได้

1.5 พนักงานขาย (Sale) ของบริษัทต้องมีการปรับปรุงการพูดกับลูกค้า ควรมีความสุภาพ อ่อนโยน การให้ความร่วมมือกับลูกค้า เพราะมีพนักงานขายบางคนแสดงอาการไม่เต็มใจให้บริการ

2. ด้านการผ่านพิธีการศุลกากร

2.1 บริษัทมีความมั่นใจในการผ่านพิธีการศุลกากร

2.2 ควรมีการดำเนินการความพร้อมเรื่องเอกสาร / ข้อมูล เพื่อหลีกเลี่ยงการจ่ายเงินใต้โต๊ะให้เจ้าหน้าที่

2.3 ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้กับลูกค้าเกี่ยวกับกฎหมายและระเบียบพิธีการศุลกากร

3. ด้านการจัดส่งสินค้า

3.1 ควรทำตารางการจัดส่งให้ชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบเองได้

3.2 ควรหาช่องทางการจัดส่งที่ประหยัดมากขึ้น

3.3 ควรมีการแจ้งกำหนดส่งของด้วยวาจาเพื่อยืนยันทุกสินค้า

3.4 ควรมีการแจ้งการส่งสินค้าล่วงหน้า และถ้ามีการเปลี่ยนแปลงวันจัดส่งควรแจ้งให้ลูกค้าทราบ

3.5 พนักงานขับรถควรมีเอกสารประเภทบัตรประจำตัวให้ครบ เพราะเกิดปัญหาในการอนุญาตให้เข้าโรงงาน

3.6 ควรมีรถขนส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ และมีความยาวมากกว่า 4 เมตรขึ้นไป

3.7 ควรมี Shipping ประสานงานหน้าโรงงาน

3.8 ควรตรวจสอบสถานที่จัดส่งให้ถูกต้อง เพราะมีกรณีการจัดส่งผิดโรงงานทำให้ลูกค้าได้รับของล่าช้า

4. ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า

4.1 ควรมีการแจ้งสถานะว่าสินค้า SEA FREIGHT หรือ AIR FREIGHT เข้ามาเมื่อไร เพราะบางครั้งสินค้าเข้าช้ากว่าที่กำหนด ซึ่งโรงงานไม่ทราบเลย

4.2 ควรมีการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าให้รวดเร็ว เพราะบางครั้งสินค้ามาถึงแล้วจึงทราบ

4.3 ควรมีการแจ้งสถานะการนำเข้าสินค้าทาง E-mail ทุกวัน

5. ด้านการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา

5.1 ควรมีการประเมินงานผ่าน SCT – CTL

5.2 ควรมีการแจ้งเป็นเอกสารหรือ E-mail โดยรายงานความคืบหน้าตลอด

5.3 ควรมีการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหาให้รวดเร็ว

6. ด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหาย ต่อตัวสินค้า

6.1 ควรปรับปรุงการขนส่งเพราะพบว่ามี Additive แตกเสียหาย

6.2 ควรปรับปรุงการรับประกันความสูญหาย / เสียหาย ต่อตัวสินค้า

7. ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ

7.1 ต้องการให้เรียกเก็บ 1 Shipment ต่อ 1 ใบแจ้งหนี้ เพื่อสะดวกในการจ่ายเงิน

7.2 ควรมีการส่งบิล VAT ให้เร็วขึ้น

7.3 ระยะเวลาการให้เครดิตสั้นเกินไป บางครั้งโรงงานทำเช็คจ่ายไม่ทันตามกำหนด ควรมีการขยายระยะเวลาการให้เครดิต

7.4 ควรแยกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการสัปดาห์ละครั้ง เพื่อสะดวกต่อทั้งสองฝ่าย เพราะถ้ามาครั้งละมาก ๆ บางทีจ่ายไม่ทัน

7.5 ควรมีการเรียกเก็บค่าบริการเร็วขึ้น เพราะบางครั้งช้าไป 4 – 5 เดือน

7.6 ควรปรับปรุงการจัดเรียงเอกสารให้เรียบร้อย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่บริษัทได้ให้บริการ ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการนำเข้าและจัดส่งสินค้า ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้บริการต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด และนำผลวิจัยที่ได้ ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าให้ได้มากที่สุด

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด
3. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้บริการของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด

สมมติฐานในการวิจัย

1. กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน
2. วิธีการว่าจ้างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน
3. การมีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน
4. ระดับของความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรที่แตกต่างกัน
5. มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ
6. ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ
7. ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้า บริษัทซิเมนต์ไทยโลจิสติกส์จำกัด ซึ่งมีจำนวน 41 ราย (ข้อมูลจากส่วนนำเข้าและส่งออก บริษัทซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ปี 2546)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือหรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปในบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะทั่วไป

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด โดยในการเก็บข้อมูลในแต่ละครั้งผู้วิจัยได้มีการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย ตลอดจนลักษณะของแบบสอบถามให้กับประชากรทราบเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน แล้วจึงทำการตอบแบบสอบถามโดยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการกรอกด้วยตนเอง

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วจะนำมาทำการบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด สรุปผลได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปได้ว่า บริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีส่วนในการถือหุ้นของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ในบริษัท ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทร่วมทุน บริษัทย่อย บริษัทอื่น และบริษัทนอกเครือฯ ตามลำดับ โดยบริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีการใช้บริการผ่าน SCT รองลงมา คือ ว่าจ้าง CTL โดยตรง ตามลำดับ และบริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการจากตัวแทนออกของอื่นนอกจาก CTL รองลงมา คือ มีใช้บริการจากตัวแทนออกของอื่นนอกจาก CTL ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้บริการ

สรุปได้ว่า บริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีมูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงสุด 900,000,000 บาท มีมูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุด 1,000 บาท และมีมูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 50,212,200 บาท เมื่อพิจารณาค่าการกระจายสัมพัทธ์ของมูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า การกระจายตัวของมูลค่าสินค้านำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน มีการกระจายถึงร้อยละ 324.19

บริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวน Shipment โดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงสุด 130 Shipment มีจำนวน Shipment โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุด 0.16 Shipment หรือประมาณ 1 Shipment ในระยะเวลา 6 เดือน และมีจำนวน Shipment โดยเฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 20.74 Shipment เมื่อพิจารณาจำนวน Shipment ที่นำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า การกระจายตัวของจำนวน Shipment ที่นำเข้ามีการกระจายถึงร้อยละ 133.89

บริษัทของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยสูงสุด 130 ครั้งต่อเดือน มีความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุด 0.25 ครั้งต่อเดือนหรือประมาณ 1 ครั้ง ในระยะเวลา 4 เดือน และความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 6.74 ครั้งต่อเดือน เมื่อพิจารณาความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า การกระจายตัวของความต้องการใช้สินค้านำเข้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือน มีการกระจายถึงร้อยละ 324.78

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ที่มีต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด สรุปได้ดังนี้

ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านบุคลากรโดยรวม ในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการมีมนุษย์สัมพันธ์ต่อลูกค้า ในระดับพึงพอใจอย่างมาก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความรู้ความชำนาญของพนักงาน ความรับผิดชอบของพนักงาน การตอบสนองความต้องการ ความเข้าใจลูกค้าของพนักงาน และการประสานงานระหว่างหน่วยงาน ในระดับพึงพอใจ

ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรโดยรวม ในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการรับแจ้งการนำเข้าสินค้า การกำหนดพิกัดอัตราภาษีและการขอใช้สิทธิประโยชน์ การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร และความสามารถในการผ่านพิธีการศุลกากร ในระดับพึงพอใจ

ด้านการจัดส่งสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านการจัดส่งสินค้าโดยรวม ในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความสามารถในการจัดส่งสินค้าเข้าโรงงาน ความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า และความสุภาพและควมมีวินัยของพนักงานขับรถ ในระดับพึงพอใจ

ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้าโดยรวม ในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการติดตามสถานะวันนำเข้าสินค้า การรายงานผลการปฏิบัติงาน การติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงาน การรายงานเมื่อเกิดความสูญหาย/เสียหาย หรือเกิดเหตุฉุกเฉินในการส่งมอบสินค้า ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทางโทรศัพท์ และความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลทาง E-mail หรือ Internet ในระดับพึงพอใจ

ด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหาโดยรวม ในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือปัญหา ความสามารถในการแก้ไขปัญหา และความเต็มใจในการแก้ไขปัญหา ในระดับพึงพอใจ

ด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้าโดยรวม ในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความรับผิดชอบเมื่อเกิดความสูญหาย / เสียหายกับตัวสินค้า และความรวดเร็วในการติดตามเรียกชดเชยค่าเสียหายจากบริษัทประกันภัย / ผู้รับเหมา ในระดับพึงพอใจ

ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด ด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อวิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ในระดับพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ ในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าของผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าปานกลาง รองลงมา คือ มีความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าน้อย และมีความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้ามาก

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 วิธีการว่าจ้างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า วิธีการว่าจ้างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านการมีมนุษย์สัมพันธ์ต่อลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 การมีประสบการณ์จากผู้ใช้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า การมีประสบการณ์จากผู้ใช้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการในความรู้ความชำนาญของพนักงาน การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ และการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 ระดับของความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ระดับของความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการในด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6 ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม และรายข้อ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 7 ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม และรายข้อ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ชิเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บแตกต่างกัน กล่าวคือ บริษัทที่มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่เป็นบริษัทร่วมทุนมีความพึงพอใจในการให้บริการด้านความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บน้อยกว่าบริษัทอื่นและบริษัทนอกเครือ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัทร่วมทุนมีความต้องการในการบันทึกบัญชีที่ถูกต้องและทันกาลกว่าบริษัทย่อยและบริษัทนอกเครือ ตามนโยบายการบริหารงานของเครือซิเมนต์ไทย

2. วิธีการว่าจ้างที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านการมีมนุษย์สัมพันธ์ต่อลูกค้าแตกต่างกัน กล่าวคือ บริษัทที่ว่าจ้างโดยใช้บริการผ่าน SCT มีความพึงพอใจในการให้บริการด้านการมีมนุษย์สัมพันธ์ต่อลูกค้าน้อยกว่าบริษัทที่ว่าจ้าง CTL โดยตรง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าพนักงาน CTL ที่ให้บริการอาจให้ความสำคัญแก่ลูกค้าที่ว่าจ้างบริษัทโดยตรงมากกว่าบริษัทที่ใช้บริการโดยว่าจ้างผ่าน SCT CO.,LTD. โดยหากพิจารณาถึงผลตอบแทนที่บริษัทได้รับจากบริษัทที่ว่าจ้าง CTL โดยตรงจะสูงกว่าบริษัทที่ใช้วิธีการว่าจ้างผ่าน SCT CO.,LTD.

3. การมีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการในด้านความรู้ความชำนาญของพนักงาน การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ และการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวมแตกต่างกัน กล่าวคือ บริษัทที่มีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นมีความพึงพอใจในการให้บริการในความรู้ความชำนาญของพนักงาน การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากร วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ และการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวมมากกว่าบริษัทที่ไม่มีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าในด้านความรู้ความชำนาญของพนักงาน บริษัทมีพนักงานซึ่งเป็นผู้ชำนาญการทางศุลกากรถึง 7 ท่านโดยบริษัทได้ส่งพนักงานเข้าอบรมและผ่านการทดสอบและได้ประกาศนียบัตรจากกรมศุลกากร นอกจากนี้บริษัทยังมีความ

ชำนาญซึ่งเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ได้ให้บริการแก่ลูกค้าในเครือซิเมนต์ไทยมาเป็นเวลาช้านาน โดยมีวิธีการฝึกอบรมที่มีขั้นตอนการดำเนินงานที่ชัดเจน ในด้านการเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการ บริษัทได้พัฒนาระบบอินทราเน็ต ซึ่งพนักงานที่ให้บริการสามารถตรวจสอบพิกัดอัตราศุลกากรจากเว็บไซต์ที่บริษัทจัดทำขึ้น ทำให้การเตรียมเอกสารประกอบการผ่านพิธีการศุลกากรทำได้เร็วขึ้น ในด้านวิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ และการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม เนื่องจากบริษัทใช้วิธีการเรียกเก็บและรูปแบบการเรียกเก็บจากเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นสำหรับงานนำเข้า-ส่งออกโดยเฉพาะ ทำให้ใบแจ้งหนี้ของบริษัทสามารถแสดงค่าใช้จ่ายนำเข้า-ส่งออกได้โดยละเอียดซึ่งง่ายต่อการตรวจสอบ จากเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมาทำให้บริษัทที่มีประสบการณ์จากผู้ให้บริการรายอื่นนอกเหนือจาก CTL เห็นความแตกต่างในการบริการที่ดีกว่า ทำให้มีความพึงพอใจการให้บริการสูงกว่าบริษัทที่ใช้บริการจาก CTL รายเดียว

4. ระดับของความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการในด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะความสามารถในการดำเนินพิธีการศุลกากรของบริษัทอยู่ในระดับสูง ซึ่งทำให้บริษัทสามารถทำการส่งมอบสินค้าได้รวดเร็วตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการจึงทำให้ระดับของความรู้เกี่ยวกับงานพิธีการศุลกากรนำเข้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการในด้านการดำเนินพิธีการศุลกากรไม่แตกต่างกัน

5. มูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการทุกด้าน ทั้งนี้เนื่องมาจากบริษัทได้กำหนดวิธีการทำงานโดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงานและมีการวัดผลทำงาน โดยคำนึงถึงความสามารถในการส่งมอบสินค้าให้ได้ตามที่ลูกค้าต้องการ โดยมีได้แบ่งแยกตามมูลค่าสินค้าที่นำเข้า ทำให้มูลค่าการนำเข้าไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ

6. ความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม และรายข้อ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ กล่าวคือ ถ้าบริษัทมีความถี่ในการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงขึ้นระดับความพึงพอใจในด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวมและรายข้อจะลดลง ทั้งนี้จะมีสาเหตุมาความล่าช้าของในการทำเอกสารเรียกเก็บและความผิดพลาดจากการเรียกเก็บของพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามปริมาณการนำเข้าที่เพิ่มขึ้น

7. ความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจในการให้บริการด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม และรายข้อ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบการเรียกเก็บ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ กล่าวคือ ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สินค้าเร่งด่วนโดยเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นระดับความพึงพอใจในด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการโดยรวม และรายข้อจะลดลง ทั้งนี้จะมีสาเหตุมาจากการต้องการความรวดเร็วในการบันทึกบัญชีค่าใช้จ่ายนำเข้าของสินค้าเร่งด่วนก่อนนำไปใช้งาน ขณะที่บริษัทไม่มีวิธีปฏิบัติงานในการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการเป็นกรณีพิเศษสำหรับการนำเข้าสินค้าเร่งด่วน เพื่อให้สามารถเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการไปยังลูกค้าในรูปแบบที่สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานพิธีการศุลกากรนำเข้าและจัดส่งสินค้าของบริษัท ซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด มีข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมด้านบุคลากร ด้านการดำเนินพิธีการ ศุลกากร ด้านการจัดส่งสินค้า ด้านการรายงานสถานะการนำเข้าสินค้า ด้านการตอบสนองข้อร้องเรียนหรือปัญหา ด้านการรับประกันความสูญหาย / เสียหายต่อตัวสินค้า อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจ แสดงว่ายังมีช่องว่างด้านการบริการ ที่บริษัทต้องศึกษาและปรับปรุงวิธีการให้บริการ เพื่อที่จะลดช่องว่างในการให้บริการ อันจะทำให้ระดับความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัทเพิ่มขึ้น

2. จากผลการวิจัยพบว่า ในด้านการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและค่าบริการ ได้แก่ ความรวดเร็วในการส่งเอกสารเรียกเก็บ และข้อผิดพลาดจากการเรียกเก็บ มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจจะอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต่ำกว่า 34% มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พึงพอใจ ซึ่งบริษัทต้องทำการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาดังกล่าว ซึ่งอาจเกิดจาก วิธีการปฏิบัติงานที่ไม่เหมาะสม พนักงานไม่เพียงพอ ความล่าช้าอันเกิดจากผู้รับเหมาไม่เรียกเก็บค่าบริการ หรือการไม่ทราบถึงความต้องการของลูกค้า และรีบดำเนินการแก้ไขปัญหานี้ให้ได้โดยเร็ว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรทำการศึกษาโดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับลูกค้าที่ให้บริการ เพื่อสำรวจปัญหาและข้อเสนอแนะสำหรับนำไปปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้ได้ผลตรงตามต้องการของลูกค้า

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กิตติ สิริพัลลภ. (2542, มกราคม-มีนาคม) “การสร้างคุณค่าให้ตราห้อย,” วารสารบริหารธุรกิจ. 22(81) : 25.
- กฤตยาพร จิระบลกิจ. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าประเภทธุรกิจ ต่อการให้บริการของบริษัท เทเลคอม เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน).
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ, สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2545). การใช้ SPSS FOR WINDOWS ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค แอนด์เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- การทำเรือแห่งประเทศไทย. (2542, กรกฎาคม, สิงหาคม). การตลาดสำหรับสินค้าบริการ กรุงเทพฯ : นิตยสารการทำเรือ 46, 436 ฉบับเดือนกรกฎาคม, สิงหาคม.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2541) . เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย, พิมพ์ครั้งที่ 7 . กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตรการพิมพ์ (2537)
- ธีระศักดิ์ วรสุข. (2537). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาอำนาจเจริญ. : วิทยานิพนธ์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- พรเทพ ปิยวัฒนาเมธา. (2536). คู่มือการแก้ปัญหาการขาย และการบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538) . การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.. พิมพ์ครั้งที่ 6. (ฉบับปรับปรุงใหม่ล่าสุด). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช . (2542) . สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ หน่วยที่1-8. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ประชาชนจำกัด.
- ศรีเพ็ญ ททรัพย์มณชัย. (2541, มกราคม-มีนาคม). “The Balanced Scorecard 1998 เทคนิคการวัดผลการดำเนินงานกลยุทธ์,” วารสารบริหารธุรกิจ . 2(77) : 6.
- สติมา สุจริตวิชาวศ. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อตัวแทนขายคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลยี่ห้อคอมแพค, วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536) . สร้างบริการสร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- โสภณ ทองปาน. (2541). ทฤษฎีว่าด้วยช่องว่างด้านการบริการ กรุงเทพฯ : เอกสารประกอบการศึกษาโครงการปริญญาโท, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- อังคณา ปุณณภูมิ. (2544). ความคาดหวังของบริษัทรับเหมาก่อสร้างงานทางที่จัดทะเบียนชั้น 1 ของกรมทางหลวงต่อปัจจัยบ่งชี้คุณภาพและการให้บริการของผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ, วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- Christopher, W.F. and Scheuing, E.E. (1993). *The Service Quality Handbook : (with contributions from 57 international experts)*. New York : Amacom.
- Gronroos, C. (1988). Service Quality : *The Six Criteria of Good Service Quality*. Review of Business 3 (New York : St. John's University Press) : No.3.
- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing*. The Nature of Service and Service Quality. Stockholm University, Sweden.

- Kotler, Philip. (1998). *Marketing Management. : Analysis, Planning, Implementation and Control, Nine Edition. Englewood Cliffs.* New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Parasuraman, A, Zeithaml, V.A. and Berry, L. (1985, February). "Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Research," *Journal of Marketing*, 49 :79-81.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L and Parasuraman, A. (1990). *Delivering Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation.* New York : The Free Press – A Division of Macmillan, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์	ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา	รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย	นายฉันทิชย์ วิบูลยารุณ
วันเดือนปีเกิด	12 กุมภาพันธ์ 2516
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	623 ซอยวชิรธรรมสาริต 57 สุขุมวิท 101/1 ตำบลบางจาก อำเภอพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10260
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่นำเข้าส่งออก บริษัทซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัทซีเมนต์ไทย โลจิสติกส์ จำกัด 1 ถนนปูนซีเมนต์ไทย แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2532	มัธยมศึกษาตอนต้น-ปลาย จากโรงเรียนราชวินิตบางแก้ว
พ.ศ.2534	บริหารธุรกิจบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ.2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) จากมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ