

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศ

กรณีศึกษา บริษัท เอบีซี จำกัด

FACTORS AFFECTING USERS' SATISFACTION TO CHOOSE AN INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDER A CASE STUDY OF ABC CO., LTD.

อริยา ศรีราเพ็ญ

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยรังสิต, E-mail: Ariyapop29@gmail.com

บวรวิทย์ โรจน์สุวรรณ

อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต,
E-mail: dr.bavornwit@gmail.com

Ariya Srirapen

Master's Degree Student of Master of Science in Management of Logistics, Graduate School,
Rangsit University, Ltd, E-mail: Ariyapop29@gmail.com

Bavornwit Rojsuwan

Lecture of Master of Science in Management of Logistics, Graduate School, Rangsit University
E-mail: dr.bavornwit@gmail.com

รับเข้า : 2 พฤษภาคม 2568 แก้ไข : 27 พฤษภาคม 2568 ตอรับ : 29 พฤษภาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท เอบีซี จำกัด และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่เลือกใช้บริการขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มลูกค้าหรือผู้ประกอบการที่เลือกใช้บริการขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทกรณีศึกษามาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.00 ของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด โดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2567 ถึงกุมภาพันธ์ 2568 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษามากที่สุด ส่วนปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในภาพรวมมากที่สุด คือ ด้านการให้บริการพิธีการทางศุลกากรกับด้านพนักงานติดตามหนี้ รองลงมาคือ ด้านบริการงานเอกสาร ด้านบริการหลังการขาย ด้านการตัดสินใจและด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการด้านบริการงานเอกสารของบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท เอปียี จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: บริษัทตัวแทนการขนส่งสินค้าทางเรือ การวิเคราะห์หาตัวแปรพยากรณ์ ความพึงพอใจ

Abstract

This study aimed at 1) To study the demographic factors influencing customer satisfaction with the international shipping services of ABC Co., Ltd., and 2) identify key determinants of satisfaction among entrepreneurs who selected the company's services. The sample comprised 45 customers or entrepreneurs who had used the company's international shipping services for at least two years, representing 90.00% of the target population. Data was collected from November 2024 to February 2025 and analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) and inferential statistics (multiple linear regression analysis).

The research results found that the demographic factor related to the level of education was the factor that had the most influence on the satisfaction in choosing to use the international freight forwarders of the case study company, the most important factor that had the most influence on the satisfaction of the entrepreneurs in general was the aspect of customs formalities services and debt collectors, followed by, document services, after-sales service, decision-making, and complaint management, respectively, with a statistical significance level of 0.05. Additionally, the education level significantly affected satisfaction with the company's document-related services, with a significant level of 0.01.

Keywords: Freight Forwarders, Analysis of predictive variables, Satisfaction

บทนำ

ในยุคของการค้าเสรีและเศรษฐกิจโลกาภิวัตน์ การขนส่งระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศผู้ส่งออกหลักของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรกรรม และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ การขนส่งสินค้าทางเรือถือเป็นรูปแบบหลักที่มีต้นทุนต่ำเหมาะกับการขนส่งปริมาณมาก และใช้กันอย่างแพร่หลายในตลาดต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทผู้ประกอบการไทยมีทางเลือกหลากหลายในการใช้บริการตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ (Freight Forwarders) ซึ่งแต่ละรายมีจุดเด่นด้านราคา ความน่าเชื่อถือ การตรงต่อเวลา และคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

สถานการณ์ปัจจุบันยังสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น ความคาดหวังต่อความเร็ว ความปลอดภัย และความสะดวกสบาย ทำให้ผู้ให้บริการขนส่งต้องปรับตัวและพัฒนาประสิทธิภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของประเทศทั้งทางภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพเพื่อเตรียมพร้อมในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างรายได้เปรียบเหนือคู่แข่งในด้านที่สำคัญด้านหนึ่ง คือ การลดต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์ ซึ่งกิจกรรมด้านโลจิสติกส์นั้น เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมกิจกรรมหลายๆกิจกรรมและผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมมักเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอกด้านโลจิสติกส์เป็นผู้ดำเนินการในกิจกรรมแทนเนื่องจากมีความเป็นมืออาชีพและเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน ผู้ประกอบการมีโอกาสในการเลือกใช้ผู้ให้บริการภายนอกด้านโลจิสติกส์เพิ่มขึ้น เนื่องจากจำนวนของบริษัทที่รับเป็นผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์มีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้น และธุรกิจทางด้านโลจิสติกส์ก็นับว่าเป็นธุรกิจที่สำคัญธุรกิจหนึ่ง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเฉลี่ยประมาณ 3.0-3.8 แสนล้านบาท ธุรกิจด้านโลจิสติกส์เป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงาน อยู่ที่ประมาณ 3.5 ล้านคน (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2563)

ผู้วิจัยเห็นว่า ระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ (International Logistics Services) คือระบบการวางแผนและควบคุมกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดส่งสินค้าจากประเทศหนึ่งไปยังประเทศหนึ่งตามความต้องการหรือข้อตกลงของคู่ค้าภายใต้ข้อบังคับและกฎหมายที่ตกลงกันไว้ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้ ผลกำไร และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น ภาครัฐจึงให้การสนับสนุนการพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศเพื่อให้เอกชนสามารถบริหารจัดการสินค้าตลอดกระบวนการทั้งการนำเข้าและการส่งออกสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งเป็นการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันสำหรับการค้าระหว่างประเทศ สำหรับการ

ขนส่งทางทะเลเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของระบบการค้าระหว่างประเทศ การขนส่งสินค้าขาออกของประเทศไทยเป็นการขนส่งทางทะเลเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเหมาะกับการขนส่งสินค้าคราวละมาก ๆ หรือมีขนาดใหญ่มีต้นทุนการขนส่งต่ำที่สุด โดยมีสัดส่วนการขนส่งทางทะเลในปีพ.ศ. 2557 กว่าร้อยละ 88.80 ของการขนส่งระหว่างประเทศทั้งหมดและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในปีพ.ศ. 2558 มีปัจจัยหนุนมาจากการฟื้นตัวของการส่งออกและการขยายตัวของการค้าขายแดนจากการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่เป็นตัวช่วยสนับสนุนกิจกรรมการขนส่งทางทะเลระหว่างประเทศ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557) ซึ่งรายงานข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย (รายเดือน) พบว่า มูลค่าการนำเข้าของไทย ปี 2565 - 2567 (รายเดือน) ในปีพ.ศ. 2566 มีมูลค่าการส่งออกลดลงจำนวน 501,898.60 ล้านบาท เมื่อเทียบกับมูลค่าการนำเข้าของประเทศไทยในปีพ.ศ. 2565 แต่มีมูลค่าการนำเข้าของประเทศไทยเพิ่มขึ้นในปีพ.ศ. 2567 เพิ่มขึ้นจำนวน 828,736.62 ล้านบาท และมูลค่าการส่งออกของประเทศไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2565 - 2567 (รายเดือน) พบว่า ในปีพ.ศ. 2566 มีมูลค่าการส่งออกลดลงจำนวน 1,877,674.53 ล้านบาท และมีแนวโน้มในทิศทางที่จะลดลงต่อเนื่องในปีพ.ศ. 2567 (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2568)

นอกจากนี้ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2566) ได้นำเสนอ การขนส่งสินค้าเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนโลจิสติกส์ ในปี 2566 ต้นทุนการขนส่งสินค้าคิดเป็นร้อยละ 6.70 ของ GDP หรือประมาณ 1,195.10 พันล้านบาท โดยปริมาณการขนส่งสินค้าในประเทศลดลงร้อยละ 5.54 เหลือ 547,082.00 พันตัน สอดคล้องกับมูลค่าการค้าระหว่างประเทศที่ลดลง อย่างไรก็ตาม ในช่วงปลายปี 2566 ถึงครึ่งปีแรกของ 2567 คาดว่าการนำเข้า-ส่งออกสินค้าจะปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะการขนส่งทางน้ำที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากต้นทุนค่าระวางเรือและราคาน้ำมันที่ลดลง ซึ่งในปี 2566 การขนส่งทางน้ำมีสัดส่วนร้อยละ 19.47 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นในปีต่อไป

บริษัทตัวแทนผู้ให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเนื่องจากพวกเขามีบทบาทในการจัดหาพื้นที่เรือและจัดการขนส่งสินค้าของลูกค้าไปยังปลายทาง หรือเป็นตัวกลางระหว่างผู้ส่งสินค้ากับผู้รับขนส่งสินค้า ซึ่งมีความสำคัญต่อการขนส่งระหว่างประเทศในทุกขั้นตอนของธุรกิจส่งออกของไทย ธุรกิจการส่งออกของไทยมีการแข่งขันในระดับตลาดโลก การส่งออกสินค้าจำเป็นต้องมีบริษัทตัวแทนผู้ส่งออกเพื่อคอยติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (กมลชนก ช่างเจริญ, 2559) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นวิเคราะห์ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท เอปียี จำกัด โดยตัวแปรหลักที่นำมาศึกษาประกอบด้วยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการที่เลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศกับปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการ

ให้บริการ ส่วนตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการเลือกใช้ตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท ด้านการบริการการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการได้เปรียบทางการแข่งขันและการตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท เอปียี จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่เลือกใช้บริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษา

สมมติฐานการวิจัย

1. สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศ มากที่สุด
2. สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านบริการงานเอกสารเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท เอปียี จำกัด มากที่สุด

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

■ แนวคิดเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

การพัฒนาการขนส่งควรมุ่งเน้นคุณภาพ มาตรฐานและประสิทธิภาพสูงสุด โดยการขนส่งที่มีประสิทธิภาพควรมีความรวดเร็ว เพื่อรักษาคุณภาพสินค้า ลดต้นทุนและค่าบริการ มีความปลอดภัยทั้งตัวสินค้าและยานพาหนะ มอบความสะดวกรสบายแก่ผู้ใช้บริการ และต้องตรงต่อเวลา เชื่อถือได้ตามกำหนดการที่ชัดเจนในทุกขั้นตอนการเดินทาง.(คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2550) การขนส่งที่ดีช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของตลาดได้ทันเวลา (Klibi, Martel, & Guitouni, 2010) โดยเฉพาะในระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศที่ต้องพึ่งพาความแม่นยำและประสิทธิภาพของผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Thai National Shippers' Council, 2565) จึงจำเป็นที่ทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องร่วมกันพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีให้ทันสมัย.

■ แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าว่าบริการที่ได้รับนั้นสอดคล้องหรือเหนือกว่าความคาดหวัง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาสถานลูกค้าและสร้างความภักดีในระยะยาว (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) โดยเฉพาะในภาคบริการ แนวคิด ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 8Ps ที่เสนอโดย นิติพล ภูตะโชติ (2558) เป็นกรอบแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย ประกอบด้วย: 1) ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) กระบวนการให้บริการ (Process) 6) บุคลากร (People) 7) ประสิทธิภาพและคุณภาพ (Productivity & Quality) และ 8) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ส่วนงานวิจัยโดย ฐาปนี แก้วเสนห์ไฉน (2564) พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการและบุคลากรมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการขนส่งด่วน ส่วน พันธกานต์ จรัสวัฒนาพรรคและสายพิณ ปั่นทอง (2566) ระบุว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ เบญจวรรณ จูแหลมฟ้า (2559) ยังพบว่าประสิทธิภาพของบริการและความน่าเชื่อถือของช่องทางส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าโดยตรง ซึ่งสนับสนุนว่า 8Ps เป็นแนวคิดที่สามารถประยุกต์ใช้กับหลายอุตสาหกรรม

นิยามศัพท์เฉพาะ

การตลาด (Marketing) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินการเพื่อให้สินค้าและบริการสามารถเข้าถึงผู้บริโภคและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและผู้ประกอบการ

ตัวแทนการขนส่งสินค้า (Freight Forwarding) หมายถึง บุคคลหรือบริษัทที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการประสานงานและจัดการขั้นตอนต่างๆ ของการขนส่งสินค้าจากผู้ส่งไปยังผู้รับปลายทางอย่างครบวงจร ทั้งในด้านเอกสาร พิธีการศุลกากร การขนส่งทางบก ทางเรือ หรือทางอากาศ

การบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำที่ฝ่ายหนึ่งมอบให้หรือดำเนินการแก่ฝ่ายอื่น ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้และไม่ก่อให้เกิดกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน โดยอาจเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

การบริการขนส่งสินค้า (Transportation Service) หมายถึง การให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าจากต้นทางไปยังปลายทาง โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งมอบสินค้าอย่างปลอดภัย ตรงเวลา และเกิดความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ

พนักงานขาย (Salesperson) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่เสนอขายสินค้า/บริการ ติดต่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและเป็นผู้กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ รวมถึงให้คำแนะนำและดูแลลูกค้าก่อนและหลังการขาย

การบริการหลังการขาย (After-Sales Service) หมายถึง การสนับสนุนลูกค้าอย่างต่อเนื่องภายหลังการซื้อ เช่น การให้คำปรึกษาทางเทคนิค การซ่อมบำรุงและการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริการงานเอกสาร (Document Services) หมายถึง การบริหารจัดการเอกสารในกระบวนการทางธุรกิจ เช่น การจัดเตรียม ใบขนสินค้าศุลกากร ใบแจ้งหนี้ หรือเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง

พนักงานติดตามหนี้ (Debt Collector) หมายถึง บุคคลหรือหน่วยงานที่มีหน้าที่ตามกฎหมายในการติดตามหนี้ค้างชำระ โดยดำเนินการทวงถามหนี้ภายใต้ขอบเขตของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การบริหารจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Management) หมายถึง กระบวนการที่ใช้ในการรับเรื่อง พิจารณา และดำเนินการตอบสนองต่อข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ หรือคำติชมจากลูกค้าเพื่อพัฒนาคุณภาพบริการ

การบริการของลูกค้า (Customer Service) หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่มุ่งเน้นให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างลูกค้ากับองค์กร

การให้บริการด้านพิธีการศุลกากร (Customs Clearance) หมายถึง การดำเนินการเกี่ยวกับพิธีการศุลกากร เช่น การจัดเตรียมเอกสาร การประสานงานกับเจ้าหน้าที่ศุลกากร และการให้คำปรึกษาด้านพิกัดอัตราภาษีและสิทธิประโยชน์ในการนำเข้า-ส่งออกสินค้า

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าได้ทำการศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศ กรณีศึกษาบริษัท ABC” ใน 2 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการที่เลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศ จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานและประสบการณ์
2. ปัจจัยความพึงพอใจต่อการให้บริการ จำนวน 8 ตัวแปร ได้แก่ ด้านพนักงานขาย ด้านการบริการหลังการขาย ด้านบริการงานเอกสาร ด้านการตลาด ด้านพนักงานติดตามหนี้ ด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ด้านการให้บริการด้านพิธีการศุลกากร และด้านอื่นๆ

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มลูกค้าหรือผู้ประกอบการที่เลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาไม่น้อยกว่า 2 ปี ใช้เทคนิควิธีอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยแบบสอบถามผ่านทาง Google Docs Form (Questionnaire) ออนไลน์ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) จำนวน 45 ราย ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2567 – กุมภาพันธ์ 2568 ระยะเวลา 4 เดือน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามแบบออนไลน์ (Online Questionnaire) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการ และส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือระหว่างประเทศ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ “มากที่สุด” ถึง “น้อยที่สุด” (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2559; พรชัย พงษ์สุวรรณ, 2560)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2568 โดยใช้แบบสอบถามที่จัดทำขึ้น ผู้ศึกษาได้ดำเนินการ 1) จัดทำแบบสอบถาม 2) ดำเนินการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ ให้กับกลุ่มตัวอย่าง 3) ดำเนินการติดตามเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกให้กับผู้ประกอบการ และ 4) นำแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผล

การวิเคราะห์ข้อมูล งานวิจัยฉบับนี้กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตารางบรรยาย
2. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศ กรณีศึกษาบริษัท เอปซี จำกัด โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การแปลผลและการจัดอันดับ

3. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันที่มีส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศแตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยข้อมูลเชิงกลุ่มของตัวแปรมากกว่า 2 ตัวเลือก (One-Way Analysis of Variance, F-Test)

4. การวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท เอพีซี จำกัด โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21–41 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ดำรงตำแหน่งหัวหน้างาน และมีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 1–3 ปี

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย อันดับแรก คือ ความพึงพอใจด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.15) รองลงมาคือ ความพึงพอใจด้านพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 (S.D. = 0.47) ความพึงพอใจด้านพนักงานติดตามหนี้กับด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 (S.D. = 0.51) ความพึงพอใจด้านบริการงานเอกสาร (Operations) กับด้านการให้บริการของ Customer Clearance มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 (S.D. = 0.50) ความพึงพอใจด้านบริการหลังการขายในส่วนของบริษัท Customer Service มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 (S.D. = 0.50) และความพึงพอใจด้านอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 (S.D. = 0.49) ตามลำดับ

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยข้อมูลเชิงกลุ่มของตัวแปรมากกว่า 2 ตัวเลือก (One-Way Analysis of Variance, F-Test) ดังแสดงในตารางที่ 1 ตารางที่ 1 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ความพึงพอใจ	Sig (2-tailed)								
	ด้านพนักงาน	ด้านบริการหลังการ	ด้านบริการงานเอกสาร	ด้านการตลาด	ด้านพนักงาน	ด้านการบริหาร	ด้านการให้บริการ	ด้านการตัดสินใจ	ด้านอื่นๆ
เพศ	0.167	0.111	0.086	0.063	0.194	0.218	0.086	0.012*	0.390
อายุ	0.238	0.037*	0.046*	0.739	0.083	0.083	0.046*	0.150	0.021*
ระดับการศึกษา	0.250	0.016*	0.002*	0.063	0.001*	0.036*	0.001*	0.021*	0.390
ตำแหน่งงาน	0.323	0.093	0.001*	0.887	0.003*	0.003*	0.001*	0.345	0.012*
ประสบการณ์	0.169	0.007*	0.111	0.747	0.030*	0.030*	0.011*	0.001*	0.813

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาแตกต่างกันในภาพรวมมากที่สุด (6 ด้าน) ได้แก่ ด้านการให้บริการพิธีการทางศุลกากรกับด้านพนักงานติดตามหนี้ ด้านบริการงานเอกสาร ด้านบริการหลังการขาย ด้านการตัดสินใจและด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียนตามลำดับ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวกับตำแหน่งงาน (5 ด้าน) ได้แก่ ด้านการให้บริการพิธีการทางศุลกากรกับด้านบริการงานเอกสาร ด้านพนักงานติดตามหนี้กับด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียนและด้านอื่นๆ ตามลำดับ กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวกับประสบการณ์ (5 ด้าน) ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านบริการหลังการขาย ด้านการให้บริการพิธีการทางศุลกากร ด้านพนักงานติดตามหนี้กับด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ตามลำดับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท เอปซี จำกัด ด้านใดมากที่สุด โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Regression) ดังแสดงในตารางที่ 2 ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงพหุของตัวแปรประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวกับระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษา

ตัวแปร พยากรณ์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	F	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	SE _B	β			Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	1.470	0.427		3.443	0.001**		
Y ₃	0.470	0.123	0.504	3.831	0.001**	1.000	1.000
R = 0.504 R ² = 0.254 SE _{est} = 0.409 F = 14.679							

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงพหุของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (B) และคะแนนมาตรฐาน (β) ของตัวแปรปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจบริษัทขนส่งระหว่างประเทศด้านบริการงานเอกสาร (Operations) (Y₃) พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวแปร มีค่า Tolerance มีค่าอยู่ระหว่าง 0 > 1 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ไม่มีความสัมพันธ์กันเองระหว่างคู่ตัวแปร ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2550) และพบว่า Sig. (2-tailed) ของทุกตัวแปรพยากรณ์มีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) ยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) สรุปได้ว่า ปัจจัยด้าน

ประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท เอบีซี จำกัด มากที่สุด คือ ด้านบริการงานเอกสาร (Operations) (Y_3) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ

$$\hat{Y}_1 = 1.470 + 0.407 (Y_3)$$

สรุปผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21–41 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ดำรงตำแหน่งหัวหน้างาน และมีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 1–3 ปี
2. ปัจจัยความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศที่เป็นกรณีศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความพึงพอใจด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือ ความพึงพอใจด้านพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และความพึงพอใจด้านพนักงานติดตามหนี้กับด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ตามลำดับ
3. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาในภาพรวมมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
4. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการด้านบริการงานเอกสารของบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท เอบีซี จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศ กรณีศึกษาบริษัท เอบีซี จำกัด สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21–41 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ดำรงตำแหน่งหัวหน้างาน และมีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 1–3 ปี ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของแรงงานในภาคธุรกิจบริการและโลจิสติกส์ยุคใหม่ โดยเฉพาะในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงปฏิบัติการ ซึ่งมักอยู่ในช่วงอายุทำงานหลักและมีการศึกษาระดับอุดมศึกษา ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐาปนี แก้วเสนห์ (2564) ที่ศึกษาปัจจัยการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนในเขตกรุงเทพฯ โดยพบว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25–40 ปี และมีระดับการศึกษาปริญญาตรีเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ นภาพร จันทรเทศ (2562) ยังรายงาน

ว่า ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ในเขตเมืองส่วนใหญ่เป็นหญิงวัยทำงานตอนต้นถึงกลาง ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการในองค์กร โดยเฉพาะตำแหน่งหัวหน้างานหรือตัวแทนฝ่ายจัดซื้อและขนส่ง

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศ 3 อันดับได้แก่ อันดับที่ 1 ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.15) อันดับที่ 2 คือ ด้านพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 (S.D. = 0.47) อันดับที่ 3 คือ ความพึงพอใจด้านพนักงานติดตามหนี้และด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 (S.D. = 0.51) ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สพล จันทรไพศาลสิน (2558) ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการด้านสิ่งทีปรากฏต่อสายตาลูกค้าเท่านั้นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้าทางถนนในด้านภาพลักษณ์ของบริษัทไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้าทางถนนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ จูแหลมฟ้า (2559) ที่พบว่า การให้บริการบริษัทเบญจวรรณแอนด์บริวารขนส่ง จำกัด มีความสัมพันธ์ในด้านราคา,ด้านบริการ,ด้านลักษณะทางกายภาพ,ด้านบุคคลหรือพนักงาน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก

3. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวกับระดับการศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาในภาพรวมมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Keller (2016) ที่ระบุว่าระดับการศึกษามีผลต่อกระบวนการรับรู้คุณค่าและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในบริการที่มีความซับซ้อน เช่น โลจิสติกส์ระหว่างประเทศยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรศักดิ์ เสมอภาค (2553) และ ฐาปนี แก้วเสน่ห์ใน (2564) ที่สนับสนุนว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ โดยเฉพาะ ตำแหน่งงานและระดับการศึกษา มีผลต่อการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ในด้านต่าง ๆ เช่น ความเชื่อมั่นในพนักงาน ความเข้าใจในบริการหลังการขาย และการจัดการข้อร้องเรียน ซึ่งผลการวิจัยนี้จึงแสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบบริการเฉพาะกลุ่ม (customized service) ที่ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าตามระดับการศึกษาหรือบทบาทหน้าที่ของลูกค้าในองค์กรอย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว

4. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการด้านบริการงานเอกสารของบริษัทขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท เอปซี จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลชนก ช้างเจริญ (2559) ที่พบว่าระดับการศึกษาของลูกค้ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับระดับความพึงพอใจด้านเอกสารและพิธีการศุลกากร โดยกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปให้คะแนนความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มที่มี

การศึกษาระดับต่ำกว่า อันเนื่องมาจากความคาดหวังที่สูงกว่าในด้านความถูกต้อง ความรวดเร็ว และ ความเป็นระบบของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งระหว่างประเทศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) ระบุว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ โดยเฉพาะระดับ การศึกษา มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้บริโภคในหลากหลาย อุตสาหกรรม เนื่องจากระดับการศึกษามีผลต่อความคาดหวัง และเกณฑ์ในการประเมินบริการ เช่น ความน่าเชื่อถือ ความเข้าใจในบริการ และความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน ซึ่งผลการวิจัยนี้ สะท้อนว่า กลุ่มลูกค้าที่มีความรู้ความเข้าใจเชิงระบบเกี่ยวกับเอกสารระหว่างประเทศจะมีความ คาดหวังมากกว่า และหากบริการไม่ตอบโจทย์ความคาดหวังนั้น อาจนำไปสู่คะแนนความพึงพอใจที่ ต่ำลง ทั้งนี้เป็นประเด็นที่สอดคล้องกับผลการวิจัยในกรณีของบริษัท เอปซี จำกัด และบทบาทของ ระดับการศึกษา ในการกำหนดพฤติกรรม ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง ระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในมิติด้าน "บริการงานเอกสาร" ที่เป็นขั้นตอนสำคัญในกระบวนการ โลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ผู้ให้บริการจึงควรออกแบบบริการให้สอดคล้องกับระดับการศึกษาของ ลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลวิจัยที่พบว่าระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในด้าน “บริการงาน เอกสาร” อย่างมีนัยสำคัญ บริษัทตัวแทนขนส่งควรออกแบบรูปแบบการจัดการเอกสารให้เข้าใจง่าย มีขั้นตอนที่เป็นระบบและจัดทำคู่มือหรือคำแนะนำในหลายรูปแบบ เช่น วิดีโอ อินโฟกราฟิก หรือ เอกสารย่อ เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้บริการหลากหลายกลุ่ม
2. ควรให้ความสำคัญกับการอบรมพนักงานในงานบริการพิธีการศุลกากร เนื่องจากบริการ ด้านพิธีการศุลกากรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมมากที่สุด บริษัทควร เน้นการพัฒนาทักษะของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านความรู้ ความแม่นยำและการให้คำแนะนำ ลูกค้า เพื่อเพิ่มความมั่นใจและลดความผิดพลาดในกระบวนการ
3. ควรพัฒนาระบบติดตามข้อร้องเรียนให้เป็นระบบมากขึ้น เนื่องจากการที่ระดับการศึกษา มีผลต่อความคาดหวังในด้าน “การบริหารจัดการข้อร้องเรียน” บริษัทควรมีระบบบันทึก ติดตาม และ สรุปผลการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในบริการและใช้ข้อมูลสะท้อนกลับใน การปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง
4. บริษัทควรนำข้อมูลจากผลวิจัยมาใช้เป็นแนวทางการวางกลยุทธ์การตลาด ในการกำหนด กลุ่มเป้าหมาย (Targeting) และพัฒนาแนวทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่มีพื้นฐาน

ประชากรศาสตร์ต่างกัน เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลจิสติกส์ระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เพิ่มเติมในบริบทอื่นๆ อาทิเช่น ประสบการณ์การทำงาน ประเภทของอุตสาหกรรม หรือขนาดของธุรกิจ เพื่อเปรียบเทียบว่าปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งอย่างไรในแต่ละบริบทหรือไม่
2. ควรศึกษาต่อยอด โดยใช้โมเดลเชิงโครงสร้าง (SEM) สำหรับการวิจัยในอนาคต เพื่อศึกษาและพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เช่น ความพึงพอใจ ความภักดี และคุณภาพบริการ เป็นต้น
3. การศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มเติมตัวแปรเชิงจิตวิทยา เพื่อพัฒนาแบบสอบถามให้ครอบคลุมปัจจัยเชิงพฤติกรรม เช่น ความไว้วางใจ (Trust), ความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty), หรือคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) เพื่อเพิ่มความลึกของการวิเคราะห์
4. ควรทำการศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการที่เลือกใช้บริการบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาในแต่ละประเภทของธุรกิจ เพื่อเปรียบเทียบเกี่ยวกับทิศทางและแนวโน้มในการพัฒนาแบบบริการและการพัฒนาประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ในอนาคตต่อไป

บรรณานุกรม

- กมลชนก ช้างเจริญ. (2559). บทบาทของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการสนับสนุนธุรกิจส่งออกของไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันการขนส่งระหว่างประเทศ.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2567). สถิติการส่งออก. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.ditp.go.th>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การใช้สถิติสำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมสาร.
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2546). โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน “กลยุทธ์ทำให้รวย ช่วยให้ประหยัด.” กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พันธุ์พร.
- ฐาปนี แก้วเสน่ห์โน. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของ ผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นภาพร จันทรเทศ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการโลจิสติกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

- พระนคร]. ฐานข้อมูลวิจัยอิเล็กทรอนิกส์ มทร.พระนคร. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://eresearch.rmutp.ac.th>
- นิติพล ภูตะโชติ (2558). พฤติกรรมองค์การ (*Organizational Behavior*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: Express.
- เบญจวรรณ จุ้แหลมฟ้า. (2559). ประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลางของบริษัท เบญจวรรณแอนด์บวรขนส่ง จำกัด. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรชัย พุกษ์สุวรรณ. (2560). วิจัยเชิงปริมาณสำหรับนักบริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรศักดิ์ เสมอภาค. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการในการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พันธกานต์ จรัสวัฒนาพรและสายพิน ปั่นทอง. (2566). อิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเภทช่วยในการนอนหลับของผู้บริโภคในสังคมออนไลน์. วารสารสุทธิปริทัศน์ ปีที่ 37(2). เมษายน - มิถุนายน.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2559). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2568). รายงานสถิติการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย (รายเดือน) ปี 2565–2567. กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). บทวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและบทบาทการขนส่งทางทะเลของไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.
- สพล จันทรไพศาลสิน. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้าทางถนน. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). ต้นทุนโลจิสติกส์ในปี 2566. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=intro>
- Klibi, W., Martel, A., & Guitouni, A. (2010). The design of robust value-creating supply chain networks: A critical review. *European Journal of Operational Research*, 203(2), 283–293. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2009.06.039>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Thai National Shippers' Council. (2565). รายงานประจำปี: การส่งออกของไทยและการขนส่งระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: สมาคมผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2567 จาก <https://www.tnsc.com/th/annual-report>