

คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี: มุมมองของตัวแทนรับจัดการขนส่ง  
สินค้าระหว่างประเทศ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารกิจการทางทะเล (สหสาขาวิชา) สหสาขาวิชาการบริหารทางทะเล

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SERVICE QUALITY OF CONTAINER TERMINALS IN CHONBURI PROVINCE: FREIGHT  
FORWARDER'S PERSPECTIVE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Science in Maritime Administration (Interdisciplinary  
Program)

Inter-Department of Maritime Administration

GRADUATE SCHOOL

Chulalongkorn University

Academic Year 2022

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัด ชลบุรี: มุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่าง ประเทศ
โดย	น.ส.เมธาวี แสงขาว
สาขาวิชา	การบริหารกิจการทางทะเล (สหสาขาวิชา)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา

---

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

----- คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุทธนา ฉัพพรรณรัตน์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

----- ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉราภรณ์ เปี่ยมสมบูรณ์)

----- อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา)

----- กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์)

เมธาวี แสงขาว : คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี:  
มุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ. ( SERVICE QUALITY OF  
CONTAINER TERMINALS IN CHONBURI PROVINCE: FREIGHT FORWARDER'S  
PERSPECTIVE) อ.ที่ปรึกษาหลัก : รศ. ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพิสดรา

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวัง การรับรู้การให้บริการ และคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและลักษณะของธุรกิจที่มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ใช้ใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำนวน 160 บริษัท ทำการวิเคราะห์สถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุง เรียงตามลำดับ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ ความเป็นรูปธรรมของบริการ และการดูแลเอาใจใส่ ตามลำดับ ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านตำแหน่ง การศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ และระดับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สาขาวิชา การบริหารกิจการทางทะเล      ลายมือชื่อนิสิต .....

(สหสาขาวิชา)

ปีการศึกษา 2565      ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 6282018020 : MAJOR MARITIME ADMINISTRATION (INTERDISCIPLINARY PROGRAM)

KEYWORD: expectations, perceptions, service quality, freight forwarder

Matawee Sangkhaw : SERVICE QUALITY OF CONTAINER TERMINALS IN CHONBURI PROVINCE: FREIGHT FORWARDER'S PERSPECTIVE. Advisor: Assoc. Prof. CHACKRIT DUANGPHAстра, Ph.D.

This research aims to study the Expected service quality, Perceived service performance and Service Quality of the container port in Chonburi Province from the point of view of international freight forwarders and to study Personal factors that affect expectations and perceptions of container port services in Chonburi Province, from the point of view of international freight forwarders. It is a quantitative research. A questionnaire was used as a tool to collect data from a sample group of 160 freight forwarders who used to use the container terminal service in Chonburi Province as a member of the International Freight Forwarders Association. Data analysis with Mean, Standard Deviation and One-way ANOVA. Statistical significance was set at the .05 level.

The study found that Service quality of container port in the jurisdiction of Laem Chabang Port Overall and in detail, all aspects are in the criteria that should be improved. First were Reliability, Responsiveness, Assurance, Tangibles, and Empathy. Personal factors are position, education and work experience affect expectations before receiving services. And the level of perception of international freight forwarders when receiving container port services in the jurisdiction of Laem Chabang Port in all aspects. Statistically significant at the .01 level.

Field of Study: Maritime Administration      Student's Signature .....

(Interdisciplinary Program)

Academic Year: 2022      Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบุคคล และกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลืออย่างดียิ่ง ทั้งด้านวิชาการ การดำเนินงานวิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอดในการทำวิทยานิพนธ์จนประสบความสำเร็จ

เมธาวี แสงขาว



## สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	1
สารบัญภาพ.....	5
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	4
1.3 ขอบเขตการศึกษา.....	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับท่าเรือขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ.....	7
2.2 ตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder).....	19
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการให้บริการ.....	22
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ.....	23
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	27
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้บริการ.....	28

2.7 การวิเคราะห์ช่องว่างของความคาดหวังต่อการรับรู้ของการให้บริการ (GAP Analysis).....	30
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย .....	46
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	46
3.2 รูปแบบการศึกษา.....	47
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	47
3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	49
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	49
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	52
4.2 ผลการศึกษาความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง.....	54
4.3 ผลการศึกษารับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง.....	58
4.4 ผลการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง.....	63
4.5 ผลการศึกษ่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง .....	67
4.6 ผลการศึกษ่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง.....	77
4.7 ผลการศึกษากลุ่มตำแหน่งงานที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง .....	87



บทที่ 5 สรุปรูป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	1
5.1 สรุปรูปผล .....	1
5.2 อภิปรายผล .....	4
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	8
บรรณานุกรม.....	10
ประวัติผู้เขียน .....	16



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 ประเภทของท่าเรือ จำแนกตามรูปแบบการบริหารท่าเรือ .....	10
ตารางที่ 2.2 ประเภทท่าเรือ จำแนกตามประเภทสินค้าที่ท่าเรือให้บริการ .....	11
ตารางที่ 2.3 ท่าเรือในประเทศไทย.....	15
ตารางที่ 2.4 ข้อมูลของแต่ละท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในท่าเรือแหลมฉบัง .....	17
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	52
ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังในภาพรวม .....	54
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวัง ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง .....	55
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวัง ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ).....	55
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวัง ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ).....	56
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวัง ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ).....	57

- ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวัง ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) .....58
- ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือ (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) แหลมฉบังในภาพรวม .....59
- ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) .....59
- ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ).....60
- ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ).....61
- ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ).....62
- ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ).....62
- ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ....63
- ตารางที่ 4.15 ค่าสถิติเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของ



- ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับการรับรู้ของตัวแทนผู้จัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ).....82
- ตารางที่ 4.25 ค่าสถิติเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนผู้จัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ).....84
- ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานกับการรับรู้ของตัวแทนผู้จัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง .....85
- ตารางที่ 4.27 ค่าสถิติเปรียบเทียบกลุ่มตำแหน่งงานที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อคุณภาพบริการในมุมมองของตัวแทนผู้จัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ).....87

## สารบัญภาพ

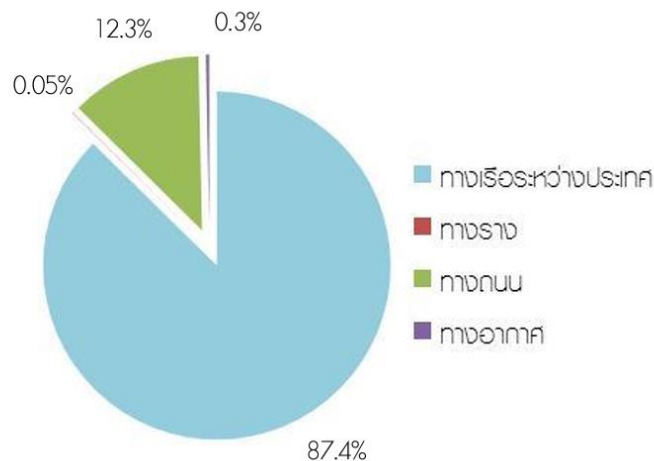
	หน้า
ภาพที่ 1.1 โครงสร้างการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ.....	1
ภาพที่ 1.2 ปริมาณการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศปี พ.ศ. 2547 - 2564.....	2
ภาพที่ 1.3 ปริมาณตู้สินค้าผ่านท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือกรุงเทพ (ล้าน TEU).....	2
ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงที่ตั้งของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ที่จะศึกษาในจังหวัดชลบุรี .....	16
ภาพที่ 2.2 ลักษณะการให้บริการ.....	21
ภาพที่ 2.3 การรับรู้คุณภาพบริการ .....	24
ภาพที่ 2.4 Service Quality Model (Gap Analysis) Adopted.....	31
ภาพที่ 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	45

# บทที่ 1

## บทนำ

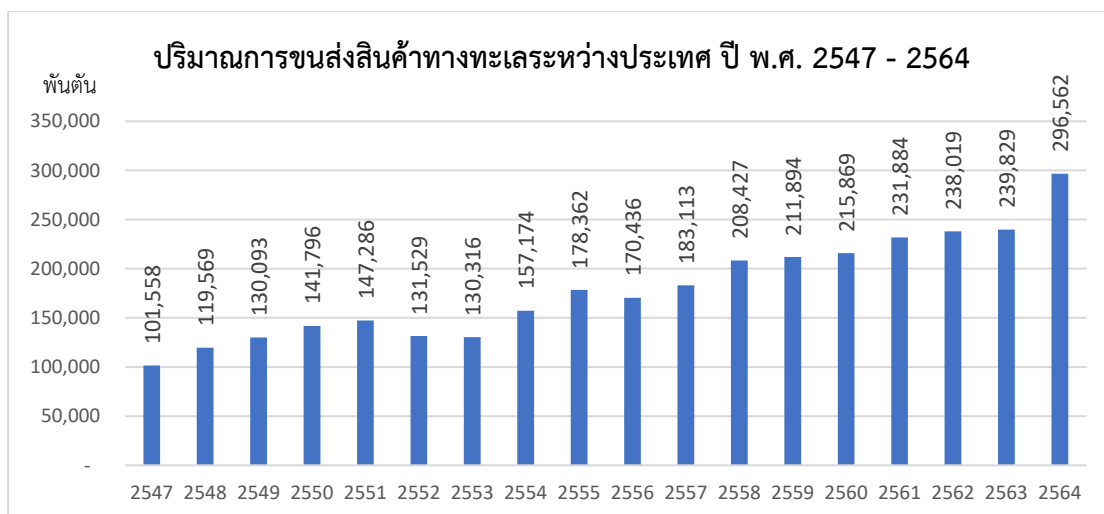
### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

การขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศของไทย จัดเป็นอีกส่วนสำคัญของการค้าระหว่างประเทศ อาจกล่าวได้ว่าระบบการขนส่งสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่รองรับและช่วยให้การเคลื่อนไหวของสินค้าและบริการ ซึ่งการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมากกว่าร้อยละ 80 เป็นการขนส่งสินค้าทางทะเล ตามภาพที่ 1.1 เนื่องจากสามารถขนส่งสินค้าได้คราวละมาก ๆ รวมทั้งค่าระวางมีราคาต่ำเมื่อเทียบกับรูปแบบการขนส่งทางอื่น ๆ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) จึงทำให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะประหยัดต้นทุนจากการขนส่งสินค้าได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้การขนส่งสินค้าทางทะเลทั้งขาเข้าและขาออกได้รับนิยมเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ประเทศไทยก็เป็นอีกประเทศที่มีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลทั้งฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออก ก่อให้เกิดการใช้ประโยชน์และความได้เปรียบของการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ ซึ่งจะเห็นได้จากปริมาณการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศปี พ.ศ. 2547 – 2564 ที่เพิ่มมากขึ้นตามภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.1 โครงสร้างการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

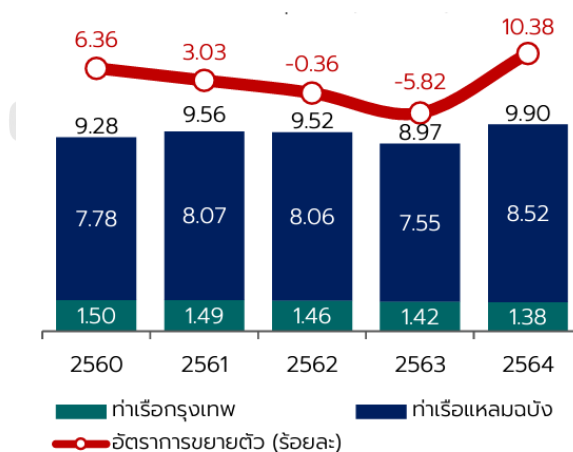
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2565)



ภาพที่ 1.2 ปริมาณการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศปี พ.ศ. 2547 - 2564

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม (2565)

นอกจากนั้น ในปี พ.ศ. 2564 ปริมาณผู้สินค้าผ่านท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือกรุงเทพซึ่งเป็นท่าเรือหลักในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีปริมาณรวม 9.90 ล้าน TEU เพิ่มขึ้นจาก 8.97 ล้าน TEU ในปี พ.ศ. 2563 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 10.38 จากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการนำเข้าส่งออกสินค้าของประเทศคู่ค้า และความต้องการสินค้าที่เพิ่มขึ้น ตามภาพที่ 1.3



ภาพที่ 1.3 ปริมาณผู้สินค้าผ่านท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือกรุงเทพ (ล้าน TEU)

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2565)



ในการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ ท่าเรือถือเป็นองค์ประกอบหลักของการขนส่งสินค้าและมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการค้าระหว่างประเทศในฐานะที่เปรียบเสมือนประตูการค้าที่สำคัญและเป็นจุดผ่านเข้า-ออกของสินค้า (YRU e-Learning, 2564) ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของรัฐ และแหล่งเงินตราต่างประเทศ และยังส่งผลให้เกิดธุรกิจอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ธุรกิจรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ, ตัวแทนออกของ, กิจการโลจิสติกส์ เป็นต้น เป็นกลไกที่ช่วยให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศมีความมั่นคงและเจริญก้าวหน้า (ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2559) สำหรับประเทศไทยนั้นมีท่าเรือสินค้าถึง 147 แห่ง แต่มีท่าเรือสินค้าเพียง 10 กว่าแห่งเท่านั้นที่มีกิจกรรมการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เช่น ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือกรุงเทพ ท่าเรือเคอรี สยามซีพอร์ต ท่าเรือสงขลา เป็นต้น (สุนันทา เจริญปัญญาธิง, 2559) ซึ่งมีหน่วยงานที่บริหารจัดการแตกต่างกันออกไป ได้แก่ การท่าเรือแห่งประเทศไทย การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และบริษัทเอกชน โดยท่าเรือมีการให้บริการที่หลากหลายได้แก่ การให้บริการเรือ การให้บริการเครื่องมือทุ่นแรง การให้บริการจัดเก็บรักษาและรับมอบ-ส่งมอบสินค้า/ตู้สินค้า และบริการอื่นๆ เช่น บริการเก็บขยะ บริการทำความสะอาดและซ่อมตู้คอนเทนเนอร์ เป็นต้น (ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2559) ซึ่งมีผู้เข้าใช้บริการท่าเรือที่หลากหลายตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป ในอดีตท่าเรือแทบจะไม่มี ความจำเป็นต้องแข่งขันกันเลย ทั้งนี้เพราะท่าเรือแต่ละแห่งมีกลุ่มลูกค้าของตัวเอง ค่าขนส่งที่สูง การคมนาคมขนส่งที่ไม่สะดวกหรือนโยบายทางการเมือง ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องนำเข้าและส่งออกสินค้าผ่านท่าเรือใดท่าเรือหนึ่งโดยเฉพาะ แต่ในปัจจุบันสถานการณ์ได้แปรเปลี่ยนไป การคมนาคมที่เชื่อมต่อกันโดยสะดวกนอกจากจะช่วยให้พื้นที่แนวหลังหลายแห่งสามารถเลือกที่จะขนส่งสินค้าผ่านท่าเรือได้มากกว่าหนึ่งแห่งแล้ว ยังทำให้ค่าขนส่งถูกตามไปด้วย (สำนักงานงบประมาณของรัฐบาล, 2562) นอกจากนี้นโยบายการเปิดเสรีทางการค้าของโลก ทำให้ท่าเรือตกอยู่ในสภาวะที่ต้องแข่งขันกัน เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ ซึ่งการแข่งขันจะทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งคู่แข่งเป็นไปได้ทั้งท่าเรือภายในและนอกประเทศ จึงเป็นสาเหตุให้ท่าเรือแต่ละแห่งต้องดำเนินการจัดการด้านคุณภาพบริการของท่าเรือ เพื่อให้ตอบสนองต่อการขนส่งสินค้าและต่อความต้องการใช้บริการท่าเรือที่มีเพิ่มมากขึ้น โดย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557) ทั้งนี้ท่าเรือก็จะต้องมีการออกแบบที่เรียกว่า Terminal Design เพื่อมารองรับเรือประเภทนี้ ให้มีความเหมาะสมทั้งในเชิงวิศวกรรมและสิ่งแวดล้อม โดยจะประกอบด้วย ท่าเทียบเรือ เขื่อนขึ้นคลื่น รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

นอกจากท่าเรือจะเป็นองค์ประกอบหลักของการขนส่งสินค้าทางทะเล ก็ยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าทางทะเล ที่ช่วยให้การดำเนินการในด้านต่างๆ มีสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เช่น เจ้าของเรือ (Ship owner) ตัวแทนสายเดินเรือ (Ship Agent) ผู้ส่งสินค้า (Exporter or Shipper) ผู้รับสินค้า (Consignee) และตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) เนื่องด้วยความยากและความซับซ้อนของกระบวนการขนส่งสินค้าทางทะเล ทำให้ธุรกิจตัวแทนรับ

จัดการขนส่งสินค้าทางทะเลเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น โดยทำหน้าที่เป็นจุดเชื่อมต่อผู้นำเข้าและส่งออกสินค้า เริ่มตั้งแต่การจองระวางเรือ การบรรจุสินค้า การขนส่ง การดำเนินพิธีการศุลกากรทั้งขาเข้าและขาออก รวมไปถึงการจัดการเอกสารที่จำเป็นต้องยื่นให้กับกรมศุลกากร เป็นต้น (Ezy link, 2564) ในปัจจุบันนี้จะเห็นได้ว่าตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศจะเป็นตัวแทนของผู้นำเข้าและส่งออกในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งท่าเรือ เป็นการให้บริการในส่วนของการรับ/คืนตู้หนักที่ทำเรือ การจ่ายเงินค่าภาระแทนผู้นำเข้าและส่งออก การเช็คสถานะของตู้สินค้า การเช็ควันที่เรือเข้า/ออก เป็นต้น ซึ่งประสบกับปัญหาต่างๆเกี่ยวกับการให้บริการ เช่น ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ ความสะดวก รวดเร็วในการเข้ารับบริการ ความพร้อมของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ เป็นต้น (ธนันพัชร กลิ่นขจร, 2561)

จากที่กล่าวไปในข้างต้นผู้ศึกษาเห็นถึงความสำคัญของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์และคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าไปใช้บริการ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อให้ทราบถึงการรับรู้และความคาดหวังเกี่ยวกับการบริการของท่าเรืออย่างน้อยเพียงใด และเพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

1.2.2 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศต่อการบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีคือ โดยผู้ศึกษาจะทำการศึกษาคูณภาพเฉพาะท่าเรือแหลมฉบัง ในส่วนของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์เท่านั้นโดยแยกท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ตามกลุ่มผู้ประกอบการ

1.3.2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าไปใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้บริหารจัดการ

ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) จำนวน 241 บริษัท ซึ่งได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamane, 1970 ในกรณีที่ประชากรมีจำนวนแน่นอน ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 151 บริษัท ผู้ศึกษาจะเก็บตัวอย่างจำนวน 160 บริษัท เพื่อป้องกันความผิดพลาด

### 1.3.3. ตัวแปรที่จะทำการศึกษาประกอบด้วย

ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ ประเภทของกิจการ ตำแหน่ง การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และความถี่ในการเข้าใช้บริการ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคาดหวังและการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศกับปัจจัยในการประเมินคุณภาพการบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ความเป็นรูปธรรม ความดูแลเอาใจใส่ และการตอบสนอง

1.4.4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ระหว่างเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน 2565

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1. ทราบถึงคุณภาพการให้บริการ ความคาดหวังและการรับรู้ของการให้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยวิธี SERVQUAL

1.4.2. ทราบถึงข้อเท็จจริงและข้อเสนอแนะจากตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศสามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี

1.4.3. สามารถเป็นแนวทางให้แก่ท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์อื่นๆ ที่มีลักษณะการให้บริการที่ใกล้เคียงกัน ไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงในการบริการและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

## 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

**ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ** หมายถึง ตัวแทนที่ทำหน้าที่เป็นธุระแทนผู้นำเข้าและผู้ส่งออก ตั้งแต่การจองระวางเรือ การบรรจุสินค้า การขนส่ง การดำเนินพิธีการขาเข้าและขาออก การจัดการเกี่ยวกับเอกสารส่งออกและนำเข้า เป็นต้น

**ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล** หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ความถี่ในการเข้าใช้บริการ เป็นต้น

**ความคาดหวัง** หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของตัวแทนจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่คาดหวังในการให้บริการของท่าเรือสินค้าระหว่างประเทศในจังหวัดชลบุรี

**การรับรู้** หมายถึง การให้บริการของท่าเรือสินค้าระหว่างประเทศที่ตัวแทนจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศรับรู้หรือรู้สึกได้ ซึ่งมาจากการมองเห็น การฟัง และการสัมผัส ที่จะช่วยให้ตัวแทนจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับคุณภาพการบริการที่ได้รับ



## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการศึกษาคุณภาพการให้บริการของท่าเรือสินค้าระหว่างประเทศในจังหวัดชลบุรี: มุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ผู้ศึกษาได้ใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับท่าเรือขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ
2. แนวคิดเกี่ยวกับตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการให้บริการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
7. การวิเคราะห์ช่องว่างของความคาดหวังต่อการรับรู้ของการให้บริการ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับท่าเรือขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

##### ความหมายของท่าเรือ

ท่าเรือ หมายถึง ท่าเทียบเรือ ทางเข้าท่าเรือ ร่องน้ำและทางเดินเรือมายังบริเวณที่กลับลำเรือ อู่ต่อเรือและอุปกรณ์ เครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่อยู่ภายในอาณาบริเวณของท่าเรือ (การทำเรือแห่งประเทศไทย, 2562) สำหรับท่าเรือขนส่งสินค้าทางทะเลถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญในระบบการขนส่งสินค้าอย่างมาก เนื่องจากเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างแผ่นดินของประเทศไทยกับมหาสมุทร และเป็นตำแหน่งสุดท้ายก่อนที่สินค้าจะออกนอกอาณาเขตประเทศไทย ซึ่งสามารถสรุปหน้าที่โดยรวมของท่าเรือขนส่งสินค้าทางทะเลได้ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557)

1. หน้าที่รับเรือเข้าเทียบท่า เป็นหน้าที่พื้นฐานของท่าเรือ เรือที่เข้าจอดที่ท่าเรือจะมีวัตถุประสงค์เพื่อหลบภัยธรรมชาติ บรรทุกขนถ่ายสินค้า ซ่อมแซมและบำรุงรักษาท่าเรือ หรือเติมเชื้อเพลิงและอาหาร
2. หน้าที่ขนส่งและขนถ่ายสินค้า (Transport and Transshipment Function) ท่าเรือจะเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ส่งสินค้าและผู้รับสินค้าที่อยู่ไกลโพ้นทะเลและพื้นที่แนวหลัง

สินค้าจะถูกขนส่งออกจากท่าเรือโดยวิธีต่างๆ กัน ได้แก่ ทางถนน ทางรถไฟ ทางน้ำภายในประเทศ และทางท่อ เมื่อสินค้ามาถึงท่าเรือ สินค้าอาจจะถูกขนส่งต่อทันทีโดยพาหนะอื่นๆ หรืออาจจะถูกเก็บรักษาไว้ชั่วคราวที่ท่าเรือเพื่อรอการขนส่งต่อไป ดังนั้นท่าเรือจึงจำเป็นต้องจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น โรงพักสินค้า อุปกรณ์ยกขน เป็นต้น

3. หน้าที่เก็บรักษาและกระจายสินค้า (Storage and Distribution Function) เมื่อทำการบรรทุกขนถ่ายสินค้าเรียบร้อยแล้ว สินค้าบางส่วนจะขนส่งออกจากท่าเรือทันทีและบางส่วนก็จะถูกเก็บรักษาไว้ที่ท่าเรือทั้งระยะสั้นและระยะยาวด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ กัน และในทางกลับกันท่าเรือจะเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้า ทั้งนี้เพราะท่าเรือมักจะอยู่ใกล้กับตลาด ดังนั้นจึงทำให้สามารถส่งมอบสินค้าให้แก่ผู้รับสินค้าได้โดยสะดวกและรวดเร็วตลอดจนประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและเก็บรักษา

4. หน้าที่ในทางพาณิชย์ และทางอุตสาหกรรม (Commercial and Industrial Function) ในบางการซื้อขายสินค้าบางครั้งคลังสินค้าของท่าเรือจะใช้เป็นพื้นที่สำหรับจัดเก็บสินค้าเพื่อรอการซื้อขายต่อไป และในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าโรงงานอุตสาหกรรมมักจะตั้งอยู่ในท่าเรือทั้งนี้เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งวัตถุดิบที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

#### **บุคคล/หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง**

ท่าเรือเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างการขนส่งทางทะเลและการขนส่งในรูปแบบอื่นๆ เช่น ทางบก ทางราง เป็นต้น ทำให้ท่าเรือมีความเกี่ยวข้องกับบุคคล/หน่วยงานต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่ (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม, 2564)

หน่วยงานของรัฐ เป็นองค์กรสำคัญในการได้มาซึ่งเงินตราจากการค้าต่างประเทศ และยังเป็นองค์กรที่ควบคุมดูแลเกี่ยวกับการวางแผนการพัฒนาและกำหนดอัตราค่าภาระ ซึ่งหากหน่วยงานของรัฐไม่มีการควบคุมดูแล หากมีความผิดพลาดเกิดขึ้นมาผลประโยชน์ที่ประเทศจะได้รับจากท่าเรือจะกลายเป็นผลเสียแก่เศรษฐกิจของชาติได้ สำหรับประเทศไทยหน่วยงานของรัฐที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับท่าเรือโดยตรงมี 2 หน่วยงานคือ กระทรวงคมนาคม และกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

ผู้ประกอบการนำเข้า/ส่งออก กลุ่มผู้ประกอบการผลิตที่มีความประสงค์จะนำเข้า/ส่งออกสินค้า ซึ่งคนกลุ่มนี้ถือว่ามีความสัมพันธ์กับท่าเรือเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นผู้ใช้บริการโดยตรง กล่าวคือ เป็นหน่วยเศรษฐกิจที่ผลิตสินค้าเพื่อส่งออกไปนอกประเทศ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าเกษตรกรรม สินค้าสำเร็จรูป เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น หากผู้ประกอบการผลิตเลือกขนส่งสินค้ากับท่าเรือที่มีประสิทธิภาพ ใช้ต้นทุนการขนส่งต่ำ ย่อมนำกำไรมาสู่ผู้ประกอบการนั่นเอง แต่ในปัจจุบันเนื่องด้วยขั้นตอนในการดำเนินการนำเข้า/ส่งออกมีวิธีการที่ค่อนข้างซับซ้อน รวมถึงเอกสารที่ใช้มีค่อนข้างมาก

ดังนั้นผู้ประกอบการผลิตส่วนใหญ่จึงมักติดต่อให้คนกลางช่วยดำเนินการในเรื่องของการขนส่งสินค้าผ่านท่าแทน

ผู้ประกอบการขนส่งอื่น ๆ เช่น รถบรรทุก รถไฟ การขนส่งทางน้ำและทางอากาศภายในประเทศ ล้วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของท่าเรือในฐานะเป็นผู้ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือการใช้ท่าเรือ สามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง

กรรมกรท่าเรือ เป็นผู้ที่มิชอบท่าอย่างมากต่อการดำเนินกิจการของท่าเรือ เนื่องจากต้องพึ่งแรงงานในการขนถ่ายสินค้าขึ้นลงจากเรือเป็นส่วนใหญ่

ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ถือว่ามีบทบาทสำคัญต่อการขนส่งสินค้าทางทะเลเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นฝ่ายติดต่อดำเนินงาน แต่ทั้งนี้ในกลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลเองได้มีการจำแนกภายในอีก โดยพิจารณาตามหน้าที่ของแต่ละฝ่าย ซึ่งการดำเนินงานจะมีทั้งส่วนคล้ายและที่แตกต่างกัน มีรายละเอียดดังนี้ (Business Line & Life, 2565)

1. ตัวแทนออกของ/ชิปปิง (Custom Broker/Shipping) เป็นกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ในการติดต่อกับกรมศุลกากรเพื่อดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากรและตรวจปล่อยสินค้าแทนผู้ประกอบการนำเข้า/ส่งออก รวมถึงให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวกับกรมศุลกากร

2. ตัวแทนสายเรือ (Ship Agent) เป็นผู้ที่ได้รับมอบอำนาจและให้ดำเนินการแทนเจ้าของเรือ ณ เมืองท่าต้นทางและเมืองท่าปลายทาง

3. ตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) ทำหน้าที่ในการติดต่อดำเนินการแทนผู้นำเข้า/ส่งออกสินค้า ในเรื่องตั้งแต่การจองระวางเรือ การบรรจุสินค้า การขนส่ง การดำเนินพิธีการขาเข้าและขาออก การจัดการเกี่ยวกับเอกสารนำเข้า/ส่งออก เป็นต้น

4. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistic Provider) ทำหน้าที่คล้ายตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ แต่การให้บริการจะมีลักษณะครบวงจร กล่าวคือจะรวมถึงการขนส่งภายในประเทศที่นำเข้า/ส่งออกด้วย ซึ่งจะครอบคลุมกว่าตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

### ประเภทของท่าเรือ

การแบ่งประเภทท่าเรือขนส่งสินค้าทางทะเลสามารถทำได้หลายกรณีขึ้นอยู่กับคุณลักษณะที่นำมาพิจารณา และเนื่องจากท่าเรือแต่ละประเภทมีรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกันจึงส่งผลให้ประสิทธิภาพของท่าเรือมีความแตกต่างกันอีกด้วย ทั้งนี้ในตารางที่ 1 และ 2 ได้แสดงข้อมูลประเภทของท่าเรือ โดยจำแนกตามรูปแบบการบริหารท่าเรือและการจำแนกตามประเภทสินค้าที่ท่าเรือให้บริการตามลำดับ (Cody Jennings, 2559)


ตารางที่ 2.1 ประเภทของท่าเรือ จำแนกตามรูปแบบการบริหารท่าเรือ

รูปแบบการบริหารท่าเรือ	การบริหารจัดการ	ข้อดี	ข้อเสีย	ประเทศตัวอย่าง
1. การบริหารท่าเรือโดยรัฐ (Nationalized Ports)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รัฐบาลเป็นผู้ดำเนินการ สร้างและบำรุงรักษา</li> <li>- การปฏิบัติงานอาจ ดำเนินการโดยหน่วยราชการ หรือบริษัทเอกชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถกำหนดนโยบายทุก ท่าเรือให้เป็นไปในทิศทาง เดียวกัน</li> <li>- ช่วยแก้ไขปัญหาเรื่องการ ขาดแคลนงบประมาณ ค่าเงินงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อำนาจทางการเมืองอาจเข้า มาอิทธิพล</li> <li>- ขาดความคล่องตัวในการ บริหารจัดการสำหรับท่าเรือที่ อยู่ห่างไกล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การบริหารงานแบบ กระจายอำนาจ เช่น ใน ประเทศฝรั่งเศส อิตาลี</li> <li>- การบริหารแบบรวมอำนาจ เช่น ในประเทศแคนาดา แอฟริกาใต้</li> </ul>
2. การบริหารท่าเรือโดย เทศบาลเมือง (Municipal Ports)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เทศบาลเมืองเป็นผู้ บริหารงานในท่าเรือ งาน ก่อสร้างและงานบำรุงรักษา โดยจะอยู่ภายใต้การดูแลของ สภาเทศบาลเมือง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถปรับรูปแบบการ บริหารงานได้เหมาะสม เนื่องจากท่าเรือและผู้บริหาร อยู่เมืองเดียวกัน</li> <li>- ประชาชนในพื้นที่ให้การ สนับสนุน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อำนาจทางการเมืองอาจเข้า มาอิทธิพล</li> <li>- งบประมาณจำกัด</li> </ul>	-
3. การบริหารท่าเรือโดยการ ท่าเรือ (Autonomous Port Authority)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บริหารงานโดยหน่วยงาน อิสระ เรียกว่า การท่าเรือ โดยมีคณะกรรมการบริหาร อันประกอบด้วยผู้แทนจาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การบริหารงานมีความเป็น อันหนึ่งอันเดียวกัน</li> <li>- เกิดการแข่งขันระหว่าง ท่าเรือและมีอาณาเขตที่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- งบประมาณจำกัด</li> <li>- ราคาค่าบริการอาจสูงเกิน กำหนด</li> <li>- การตัดสินใจแก้ปัญหาทำได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเทศอังกฤษ และได้ เผยแพร่ไปยังประเทศอื่นๆ เช่น ประเทศฝรั่งเศส อิตาลี สหรัฐอเมริกา บราซิล รวมถึง</li> </ul>



รูปแบบการบริหารท่าเรือ	การบริหารจัดการ	ข้อดี	ข้อเสีย	ประเทศตัวอย่าง
	หน่วยราชการ ผู้ให้บริการท่าเรือ เป็นผู้มีอำนาจสูงสุด	ชัดเจน	ยาก เนื่องจากคณะกรรมการมีขนาดใหญ่	ประเทศที่กำลังพัฒนา
4. การบริหารท่าเรือโดยเอกชน (Private Owned Ports)	- บริหารงานโดยบริษัทเอกชน	- การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและคล่องตัวมากกว่าการบริหารโดยรัฐบาล	- เนื่องจากมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการแสวงหากำไร ดังนั้นแล้วจึงไม่เหมาะสมสำหรับการบริหารท่าเรือที่สำคัญของประเทศ	-

ที่มา : Cody Jennings (2559)

ประเภทท่าเรือ	ประเภทสินค้า	สิ่งอำนวยความสะดวก	เครื่องมือและอุปกรณ์ขนสินค้า
1. ท่าเทียบเรือสินค้าบรรจุตู้ (Container Terminal)	สินค้าตู้ 	<b>ภายในท่าเรือ</b> -ท่าเทียบเรือ (Wharf) -หน้าท่า (Apron) -ลานตู้สินค้า (Container Yard: CY) -ลานวางเรียงตู้สินค้า (Marshalling Yard) -สถานีตู้สินค้า (Container Freight Station: CFS) -ศูนย์ควบคุม (Control Centre) -ประตู (Gate) -โรงซ่อมตู้สินค้า (Maintenance Shop) -ลานสำหรับรับตู้สินค้าประเภทตู้เย็น (Electric power for refer containers)	ชนิดเครื่องมือขึ้นอยู่กับระบบการปฏิบัติงาน ขนถ่ายสินค้า มี 5 รูปแบบดังนี้ 1. Trailer Storage System: ใช้รถพ่วงในการขนย้ายตู้สินค้า 2. Fork-Lift Truck System: ใช้รถยกในการขนย้ายและจัดเก็บตู้สินค้า 3. Straddle-Carrier System: ใช้รถพ่วงในการขนย้ายและใช้ Straddle-Carrier ในการจัดเก็บเรียงตู้สินค้า 4. Gantry-Crane/Transtainer System: ใช้ Gantry crane ในการขนย้ายสินค้าและจัดเก็บเรียงตู้สินค้า 5. Mixed System: เลือกใช้อุปกรณ์ตามความเหมาะสมของกาปฏิบัติงาน
2. ท่าเทียบเรือสินค้าทั่วไป	สินค้าทั่วไป	<b>ภายนอกท่าเรือ</b> -Inland Container Depot: ICD <b>ระบบการเก็บรักษาสินค้า</b>	ปันจัน รถยกสินค้า (Fork-Lift Truck) และ

ประเภทท่าเรือ	ประเภทสินค้า	สิ่งอำนวยความสะดวก	เครื่องมือและอุปกรณ์ยกขนสินค้า
(General Cargo Berth)		1.บริเวณเก็บรักษาสินค้า (Transit Area) 2.คลังสินค้า (Warehouse)	สายพาน (Conveyor belts)
3. ท่าเทียบเรืออื่นๆ			
3.1. ท่าเทียบเรือสินค้าเทกอง (Dry bulk Terminals)	สินค้าเทกอง	มีความแตกต่างไปจากท่าเรืออื่นๆ ซึ่งขั้นตอนในการขนถ่ายสินค้าจะขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า	<b>อุปกรณ์ใช้บรรทุกสินค้าลงเรือ</b> 1.Travelling Loader 2.Redia/Liner Loader <b>อุปกรณ์ในการขนถ่ายสินค้าขึ้นจากเรือ</b> 1.Pneumatic System 2.Grab 3.Vertical Conveyors 4.Bucket Elevators 5.Slurry System
3.2. ท่าเทียบเรือ RO/RO (Roll on/Roll off)	สินค้าตู้ สินค้าทั่วไป และสินค้าประเภท รถยนต์	-	รถลาก รถยกและ Straddle-Carrier
3.3. ท่าเทียบเรือเนกประสงค์	รองรับเรือสินค้า	1. หน้าท่า (Apron)	อุปกรณ์ที่ติดมากับเรือ รถบรรทุกหรือรถ

ประเภทท่าเรือ	ประเภทสินค้า	สิ่งอำนวยความสะดวก	เครื่องมือและอุปกรณ์ขนสินค้า
(Multipurpose Terminals)	ทั่วไปที่บรรทุกสินค้าหลายประเภทในลำเดียวกัน	2.ลานสินค้ากลางแจ้ง (Open Storage Area) 3.พื้นที่สำหรับการบรรทุก เก็บพัก รวมสินค้า (Unit Load Transit and Consolidation Shed) 4.ประตู (Gate)	ลาก Gantry-crane และ Mobile Tower Crane

ที่มา : สุมาลี สุขตานนท์ และคณะ (2562)



การขนส่งทางทะเลของประเทศไทย เนื่องด้วยตลอดชายฝั่งทะเลของประเทศไทยทั้งอ่าวไทยและอันดามัน ประกอบไปด้วยท่าเรือทั้งสิ้น 443 ท่า โดยสามารถจำแนกท่าเรือตามประเภทการให้บริการจะเห็นว่าท่าเรือเหล่านี้ประกอบไปด้วย ท่าเรือสินค้า 147 ท่า ท่าเรือประมง 222 ท่า และท่าเรือโดยสาร 74 ท่า (สุนันทา เจริญปัญญาอิง, 2559)

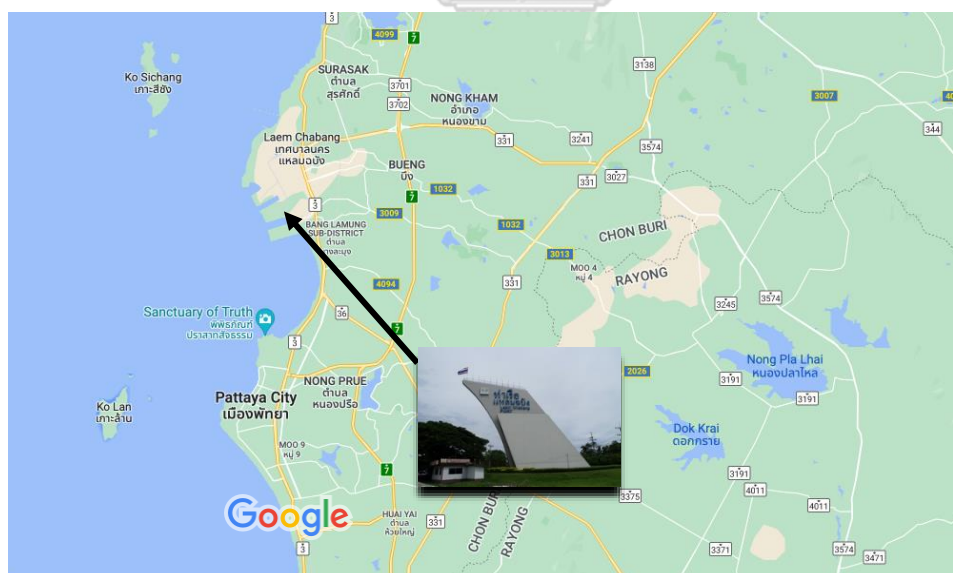
ตารางที่ 2.3 ท่าเรือในประเทศไทย

ลำดับที่	จังหวัด	ท่าเรือสินค้า	ท่าเรือประมง	ท่าเรือโดยสาร	รวม
1	ตราด	1	11	5	17
2	จันทบุรี	0	7	0	7
3	ระยอง	12	22	9	43
4	ชลบุรี	17	12	2	31
5	ฉะเชิงเทรา	9	5	0	14
รวมอ่าวไทยฝั่งตะวันออก		39	57	16	112
6	กรุงเทพฯ	11	1	0	12
7	สมุทรปราการ	47	1	2	50
8	สมุทรสงคราม	3	0	5	8
9	สมุทรสาคร	2	10	4	16
รวมอ่าวไทยตอนใน		63	12	11	86
10	เพชรบุรี	2	7	0	9
11	ประจวบคีรีขันธ์	1	19	0	20
12	ชุมพร	2	14	2	18
13	สุราษฎร์ธานี	16	8	4	28
14	นครศรีธรรมราช	5	24	1	30
15	สงขลา	8	2	3	13
16	ปัตตานี	0	1	0	1
17	นราธิวาส	0	1	0	1
รวมอ่าวไทยฝั่งตะวันตก		34	76	10	120

ลำดับที่	จังหวัด	ท่าเรือสินค้า	ท่าเรือประมง	ท่าเรือโดยสาร	รวม
18	ระนอง	2	13	1	16
19	พังงา	0	20	7	27
20	ภูเก็ต	3	6	13	22
21	กระบี่	5	8	7	20
22	ตรัง	1	14	6	21
23	สตูล	0	16	3	19
รวมชายฝั่งอันดามัน		11	77	37	125
รวมทั้งสิ้น		147	222	74	443

ที่มา : สุนันทา เจริญปัญญาอิง (2559)

โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการคัดเลือกท่าเรือที่มีความสำคัญทางด้านอ่าวไทยฝั่งตะวันออก โดยเลือกท่าเรือในจังหวัดชลบุรีที่เป็นท่าเรือที่มีความสำคัญ มีปริมาณการขนส่งสินค้าสูง และมีความหลากหลายในเรื่องของประเภทสินค้าคือท่าเรือแหลมฉบัง



Map data ©2022 5 km

ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงที่ตั้งของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ที่จะศึกษาในจังหวัดชลบุรี  
ที่มา: ดัดแปลงจาก Google Map (2022)

ท่าเรือแหลมฉบัง การท่าเรือแห่งประเทศไทยเป็นเจ้าของ แต่ให้สัมปทานพื้นที่กับเอกชนเป็น  
ผู้บริหารจัดการและประกอบการในแต่ละท่าเทียบเรือ

ตารางที่ 2.4 ข้อมูลของแต่ละท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในท่าเรือแหลมฉบัง

ท่าเทียบเรือ	ความยาวหน้าท่า (m.)	ความลึกร่องน้ำ (m.)	ขนาดเรือเทียบท่า (dwt.)	ความสามารถในการรองรับสินค้า
<b>บริษัท เอเวอร์กรีน คอนเทนเนอร์ เทอร์มินัล (ประเทศไทย) จำกัด</b>				
B2	300	14	50,000	0.6 ล้านที่อียู/ปี
<b>บริษัท อีสเทิร์นซี แหลมฉบัง เทอร์มินัล จำกัด</b>				
B3	300	14	50,000	0.6 ล้านที่อียู/ปี
<b>บริษัท ที ไอ พี เอส จำกัด</b>				
B4	300	14	50,000	0.6 ล้านที่อียู/ปี
<b>กลุ่ม LCB1</b>				
<b>บริษัท แอลซีบี คอนเทนเนอร์ เทอร์มินัล 1 จำกัด</b>				
B1	300	14	50,000	0.6 ล้านที่อียู/ปี
<b>บริษัท แอล ซี เอ็ม ที จำกัด</b>				
A0	590	14	1,000	0.3 ล้านที่อียู/ปี
<b>กลุ่ม LCIT</b>				
<b>บริษัท แหลมฉบัง อินเตอร์เนชั่นแนล เทอร์มินัล จำกัด</b>				
B5	400	14	50,000	0.8 ล้านที่อียู/ปี
<b>บริษัท แหลมฉบัง อินเตอร์เนชั่นแนล เทอร์มินัล จำกัด</b>				
C3	200	16	80,000	1.0 ล้านที่อียู/ปี
<b>กลุ่มบริษัท ฮัทซัน พอร์ต (ประเทศไทย) จำกัด</b>				
<b>บริษัท ไทยแหลมฉบัง เทอร์มินัล จำกัด</b>				
A2	400	14	50,000	0.4 ล้านที่อียู/ปี
<b>บริษัท ฮัทซัน แหลมฉบัง เทอร์มินัล จำกัด</b>				
A3	350	14	65,000	0.4 ล้านที่อียู/ปี
C1	700	16	80,000	1.4 ล้านที่อียู/ปี
C2	500	16	80,000	1.0 ล้านที่อียู/ปี

ท่าเทียบเรือ	ความยาวหน้าท่า (m.)	ความลึกร่องน้ำ (m.)	ขนาดเรือเทียบท่า (dwt.)	ความสามารถในการรองรับสินค้า
D1	700	16	80,000	1.4 ล้านตัน/ปี
D2	500	16	80,000	1.0 ล้านตัน/ปี
D3	500	16	80,000	1.0 ล้านตัน/ปี

ที่มา: สุมาลี สุขตานนท์ และคณะ (2562)

### ท่าเรือแหลมฉบัง ระยะที่ 3

สถานะท่าเรือแหลมฉบังในปัจจุบันนั้น ได้มีการพัฒนาท่าเรือแหลมฉบังมาแล้วในระยะที่ 1 และระยะที่ 2 ซึ่งมีพื้นที่รวมขนาด 8,752 ไร่ เป็นอาณาบริเวณทางบก (พื้นที่เวนคืน) 6,341 ไร่ และอาณาบริเวณทางน้ำ (พื้นที่ถมทะเล) 2,411 ไร่ โดยมีท่าเรือที่เปิดดำเนินการแล้ว ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2562)

- 1) ท่าเทียบเรือตู้สินค้า 11 ท่า
- 2) ท่าเทียบเรือขนส่งรถยนต์ (Ro/Ro) 3 ท่า
- 3) ท่าเทียบเรืออเนกประสงค์ 3 ท่า
- 4) ท่าเทียบเรือสินค้าทั่วไป 1 ท่า
- 5) อุต่อและซ่อมเรือ 1 ท่า

ศักยภาพท่าเรือแหลมฉบังในปัจจุบันมีความสามารถในการรองรับตู้สินค้าประมาณ 11 ล้านตู้ต่อปี และรองรับรถยนต์ได้ 2 ล้านคันต่อปี

โครงการพัฒนาท่าเรือแหลมฉบัง ระยะที่ 3 เป็นการเพิ่มขีดความสามารถของท่าเรือเพื่อรองรับความต้องการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศที่เพิ่มขึ้นในอนาคต โดยจะดำเนินการก่อสร้างท่าเทียบเรือสำหรับจอดเรือน้ำลึก และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ รวมทั้งการพัฒนาศูนย์การขนส่งตู้สินค้าทางรถไฟที่ท่าเรือแหลมฉบัง (Single Rail Transfer Operator, SRTO) ก่อสร้างท่าเทียบเรือชายฝั่ง (ท่าเทียบเรือ A) ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อแก้ไขปัญหาจราจรภายในท่าเรือ ตลอดจนโครงข่ายและระบบการขนส่งต่อเนื่องที่จำเป็นในเขตพื้นที่ท่าเรือแหลมฉบังที่จะเชื่อมต่อกับภายนอกให้เพียงพอและพร้อมที่จะรองรับการขยายตัวของปริมาณเรือและสินค้าประเภทต่าง ๆ ที่ตั้งโครงการอยู่ที่ ท่าเรือแหลมฉบังตั้งอยู่ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการ ได้แก่ (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2562)

- 1) เพิ่มขีดความสามารถในการรองรับตู้สินค้าจาก 11 ล้านตู้ต่อปีเป็น 18 ล้านตู้ต่อปี
- 2) เพิ่มขีดความสามารถในการรองรับรถยนต์จาก 2 ล้านคันต่อปีเป็น 3 ล้านคันต่อปี



- 3) ติดตั้งระบบจัดการตู้สินค้าแบบอัตโนมัติ (Automation)
- 4) เพิ่มสัดส่วนการขนส่งสินค้าทางรางเป็น 30%
- 5) พัฒนาเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าของภูมิภาคอินโดจีน (Hub Port) และประตูการค้าที่สำคัญของภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (Gateway Port) พร้อมก้าวขึ้นเป็นท่าเรือระดับโลก (World-Class Port)

องค์ประกอบโครงการการพัฒนาท่าเรือแหลมฉบัง ระยะที่ 3 บนพื้นที่ขนาด 1,600 ไร่ ประกอบไปด้วย (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2562)

- 1) ท่าเทียบเรือตู้สินค้า 7 ท่า สามารถรองรับตู้สินค้าได้ไม่ต่ำกว่า 7 ล้านตู้ต่อปี
- 2) ท่าเทียบเรือรถยนต์ (Ro/Ro) 1 ท่า สามารถรองรับรถยนต์ได้ 1 ล้านคันต่อปี
- 3) ท่าเทียบเรือสินค้าทั่วไปและตู้สินค้า 1 ท่า
- 4) การอำนวยความสะดวกผู้ใช้บริการท่าเรือด้วยระบบ e-Port ผ่านเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์เต็มรูปแบบ
- 5) การเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคม โดยเน้นการขนส่งระบบราง เพื่อเชื่อมต่อธุรกิจภาคโลจิสติกส์

โครงการคาดว่าจะเปิดดำเนินการภายใน ปี พ.ศ. 2568 มีแผนการก่อสร้างแบ่งออกเป็น โครงสร้างพื้นฐาน 5 ปี และการก่อสร้างท่าเทียบเรือ และติดตั้งอุปกรณ์ขนถ่าย 3 ปี โดยโครงการเป็นการร่วมทุนระหว่างภาครัฐและเอกชนมีมูลค่าการลงทุนโครงการ 114,000 ล้านบาทในรูปแบบให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐ (Public Private Partnership: PPP) ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ (ท่าเทียบเรือ F) 35 ปี คาดว่าผลตอบแทนของโครงการ (project return) จะอยู่ที่ 149,045 ล้านบาท ประกอบด้วย การท่าเรือแห่งประเทศไทยลงทุน 5 หมื่นล้านบาท และเอกชนลงทุน 6 หมื่นล้านบาท ในส่วนของเอกชน แบ่งเป็น ท่าเทียบเรือ F ลงทุน 3 หมื่นล้านบาท และท่าเทียบเรือ E ลงทุน 3 หมื่นล้านบาท โดยจะพัฒนาท่าเทียบเรือ F ก่อน สัมปทาน 35 ปี ส่วนท่าเทียบเรือ E รอพิจารณาความต้องการ (ดีมานด์) ในการขนส่งสินค้าและปริมาณตู้อีกครั้ง ก่อนจะเปิดประมูลร่วมลงทุนกับเอกชนต่อไป

## 2.2 ตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder)

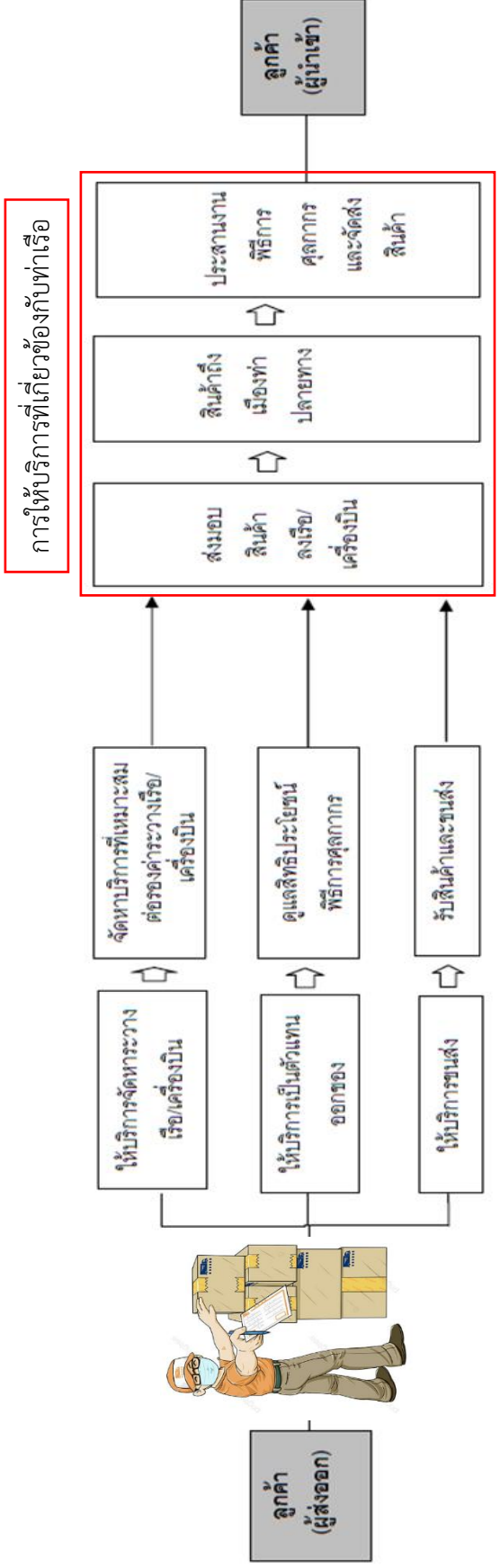
ปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศได้มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างมากและรูปแบบการขนส่งนั้นได้มีการพัฒนาอย่างมาก ส่งผลให้ธุรกิจรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศต้องขยายบริการที่สามารถให้แก่ลูกค้าได้ จากการให้บริการในขั้นพื้นฐาน อาทิเช่น การจองระวางเรือ การจัดการเรื่องพิธี

การศุลกากรขาเข้า ขาออก จนถึงการใช้บริการแบบผู้ให้บริการขนส่งหลายรูปแบบให้แก่ลูกค้า (สำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

การใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศนั้น ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่จริง แล้วเป็นการแบ่งเบาภารกิจของบริษัทเรือ รวมทั้งในเรื่องของความรับผิดชอบซึ่งเป็นเรื่องสำคัญมาก โดยปกติแล้วการที่จะนำผู้สินค้า (ตู้คอนเทนเนอร์) ออกไปนอกท่าเรือเพื่อไปบรรจุสินค้าเองนั้น ผู้ส่งสินค้าหรือเจ้าของสินค้าเป็นผู้รับผิดชอบ แต่ถ้านำสินค้าไปบรรจุในท่าเรือ บริษัทเรือยังคงต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการบรรจุสินค้าเข้าตู้สินค้า (วิรัตน์ บาหยัน และสายัณห์ จันทร์วิภาสวงศ์, 2531) นั่นคือ หน้าที่และความรับผิดชอบต่างๆ เหล่านี้จะสมบูรณ์ต่อเมื่อมีผู้รับผิดชอบที่จริงจังและมีหลักฐาน

บริการของผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) ได้ให้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศและไม่ได้ประกอบกิจการเดินเรือเอง แต่จะให้บริการในลักษณะทำการแทนผู้ประกอบการในการให้บริการของสายเดินเรือประจำในทางกฎหมายเรียกว่า NVOCC หรือ Non-vessel Owning Common Carrier ส่วนผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) หมายถึง ผู้ที่รับจัดการขนส่งสินค้าให้แก่ผู้ส่งสินค้าโดยตนเองมิใช่ผู้รับขน (Carrier) ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าเปรียบเสมือนคนกลาง (Intermediary) ระหว่างผู้คนขนส่งสินค้ากับผู้รับสินค้า ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าได้ทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้ส่งสินค้าหรือจัดการส่งสินค้าแทนผู้รับสินค้า โดยใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (ชมรมประกันภัยทางทะเลและโลจิสติกส์, 2561)

กล่าวโดยสรุปคือ ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หมายถึง ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยที่ไม่ได้ประกอบกิจการเดินเรือเอง (NVOCC) แต่เป็นผู้เชื่อมต่อกิจกรรมการขนส่งระหว่างประเทศระหว่างผู้นำเข้าและผู้ส่งออก



ภาพที่ 2.2 ลักษณะการให้บริการ

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการให้บริการ

การบริการ (Service) หมายถึง การกระทำกิจกรรมใด ๆ ด้วยร่างกายเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวก ความสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ซึ่งกระทำด้วยร่างกาย คือ การแสดงออกด้วยการแต่งกาย ปฏิบัติการ กิริยาท่าทาง และวิธีการพูดจา ซึ่งการบริการสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ (สำนักงานคณบดีคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก, 2564)

1. ขั้นตอนให้บริการ เป็นการปฏิบัติตามขั้นตอน และเทคนิค ของวิธีการปฏิบัติ ที่ถูกต้อง เหมาะสม เพื่อให้ผู้รับบริการได้ประโยชน์ตรงตามความต้องการมากที่สุด

2. พฤติกรรมการบริการ เป็นการแสดงออกด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา กิริยาท่าทางและการพูดจา ซึ่งพฤติกรรมที่ดีย่อมสร้างความสุขให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี ได้แก่ การแต่งกายที่สุภาพ สะอาด เรียบร้อย สีหน้า แววตาที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส อ่อนโยน กิริยาท่าทางที่สุภาพ อ่อนน้อม การพูดจาด้วยน้ำเสียงที่นุ่มนวล สุภาพ ชัดเจน ให้เกียรติมีหางเสียง เป็นต้น

การบริการที่ดีเป็นการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดี ผู้รับบริการจะได้รับความประทับใจและเกิดความชื่นชมองค์กร อันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร เบื้องหลังความสำเร็จของทุกงานมักจะมีงานบริการเป็นเครื่องมือในการสนับสนุน ไม่ว่าจะป็นงานประชาสัมพันธ์งานบริการวิชาการต่างๆ ตลอดทั้งความร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจจากเจ้าหน้าที่ทุกระดับซึ่งจะต้องช่วยกันขับเคลื่อนพัฒนางานบริการให้มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ จนเกิดเป็น การบริการที่ดี (Kaitisa, 2564)

การบริการ “SERVICE” ซึ่งหากนำตัวอักษรแต่ละตัวมาแยกเป็นคำใหม่ๆ จะพบคำที่มีความหมายของคุณลักษณะ 7 ประการในการสร้างความพึงพอใจของผู้ให้บริการ ดังนี้ (Kaitisa, 2564)

S=Smiling & Sympathy: ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ เห็นอกเห็นใจในความยุ่งยากลำบากของลูกค้า

E=Early response: ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

R=Respectful: แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติลูกค้า

V=Voluntariness manner: การให้บริการแบบสมัครใจ และเต็มใจ

I=Image Enhancing: แสดงออกถึงการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการ

C=Courtesy: กิริยาอาการอ่อนโยน สุภาพ และมีมารยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน

E=Enthusiasm: มีความกระตือรือร้นขณะบริการ จะให้บริการมากกว่าที่คาดหวัง

เสมอ

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

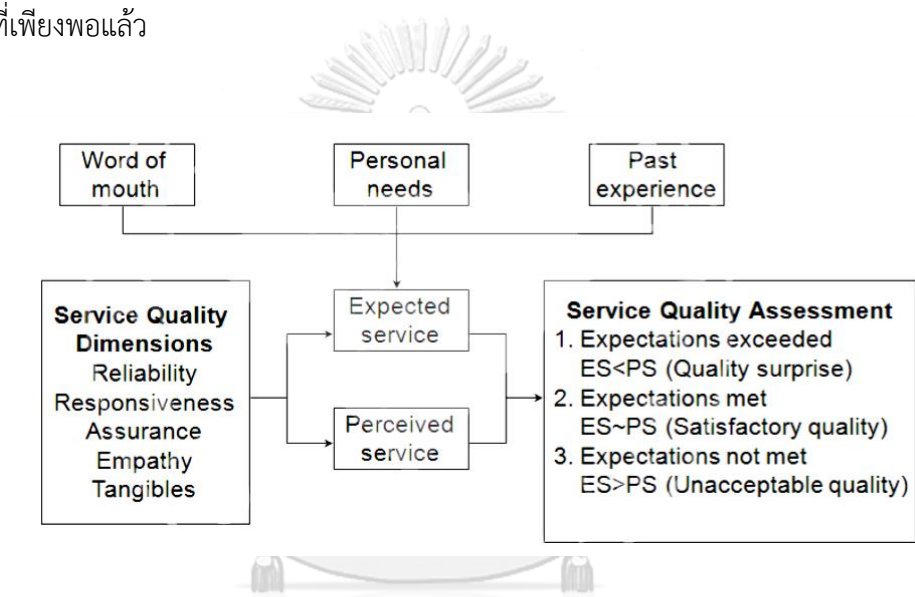
คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่ตอบสนอง ความคาดหวังและความต้องการของผู้รับบริการทั้งคุณภาพ กระบวนการผลิต กระบวนการส่งมอบ ตลอดจนการดูแลหลังจากการให้บริการนั้น ๆ แล้ว ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ (ชุตินา ห้าวหาญ, 2559) โดยการบริการที่มีมาตรฐานจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดจากการบริการที่มีคุณภาพนั้นประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และความเห็นอกเห็นใจ (จันทร์เพ็ญ กรวิทยาคุณ, 2559)

ปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันสูง ธุรกิจการให้บริการต่าง ๆ มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง การให้บริการที่ดี การสร้างความแตกต่างจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคต่อไป โดย Kotler (2000) กล่าวว่า ธุรกิจบริการจำเป็นต้องให้บริการได้เท่ากับหรือมากกว่าความคาดหวัง หรือความต้องการของลูกค้า เพราะถ้าหากว่าลูกค้าได้รับการบริการต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ อาจทำให้เกิดความรู้สึกไม่พอใจได้ รวมถึงลูกค้าอาจไม่กลับมาใช้บริการอีก ในทางตรงข้าม หากลูกค้าได้รับการบริการเท่ากับ หรือมากกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพอใจ และอาจมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอีก คุณภาพการให้บริการเป็นแนวคิดหรือทัศนคติของลูกค้าที่ได้สะสมข้อมูลสิ่งคาดหวังเอาไว้ถึงการบริการ ทั้งนี้ ผู้รับบริการจะประทับใจและพึงพอใจ เมื่อการบริการที่ให้ลูกค้าได้นั้นเป็นที่ยอมรับได้ (Tolerance Zone) แต่การพึงพอใจในที่นี้ ลูกค้าแต่ละรายก็จะมีไม่เท่ากัน สาเหตุจากความคาดหวังที่มีของแต่ละรายมีความแตกต่างกัน ซึ่งคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) นี้ เป็นการตัดสินใจของลูกค้า มิใช่ผู้ให้บริการตลาดหรือผู้บริหาร แต่ขึ้นกับผู้รับบริการที่ได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างไร โดยคุณภาพวัดได้จากความต้องการหรือความคาดหวังของผู้รับบริการ (Feigenbaum, 1991)

การวิจัยเพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการ โดยให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าตอบแบบสอบถาม 2 ครั้งครั้งละ 21 ข้อ ด้วยการใช้มาตรวัด 7 Scales ด้วยกัน คือ การให้คะแนน 1 ถึง 7 จากคะแนน 1 หมายถึง การไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงคะแนน 7 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง คำถามชุดแรกเป็นการวัดความคาดหวังของลูกค้า (Expected Service Quality) ส่วนคำถามชุดที่สอง เป็นการวัดการรับรู้ผลการบริการจริง (Perceived Service Performance) และนำคะแนนที่ได้มาคำนวณเป็นคุณภาพบริการ (Service Quality) ดังนี้ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985)

คุณภาพบริการ = คะแนนการรับรู้ผลการบริการ - คะแนนความคาดหวัง  
 Service Quality = P - E

1. คะแนนการรับรู้ผลการบริการมากกว่าคะแนนความคาดหวัง ( $P > E$ ) แสดงว่าคุณภาพบริการเป็นเลิศ
2. คะแนนการรับรู้ผลการบริการน้อยกว่าคะแนนความคาดหวัง ( $P < E$ ) แสดงว่าคุณภาพบริการแย่
3. คะแนนการรับรู้ผลการบริการเท่ากับคะแนนความคาดหวัง ( $P = E$ ) แสดงว่าเป็นคุณภาพบริการที่เพียงพอแล้ว



ภาพที่ 2.3 การรับรู้คุณภาพบริการ

ที่มา : Parasuraman et al. (1985)

ในการวัดคุณภาพการให้บริการนั้น Zeithaml, Parasuraman, and Berry (1990) ได้พัฒนาตัวแบบเพื่อใช้สำหรับการประเมินคุณภาพการให้บริการโดยอาศัยการประเมินจากพื้นฐานการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้า พร้อมกับได้หาคำนิยามเพื่อกำหนดความหมายของคุณภาพการให้บริการและปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสม เรียกว่า ตัวแบบคุณภาพการให้บริการ (SERVQUAL) ประกอบด้วย 5 มิติหลัก (RATER) ได้แก่

1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของการบริการ แสดงให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อาทิ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือสำหรับใช้ประกอบการให้บริการ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล เอาใจ

ใส่ และความตั้งใจจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการ การบริการที่ถูกแสดงออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น และเป็นที่น่าประทับใจ

2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการให้ตรงตามสัญญาที่ผู้ให้บริการให้ไว้กับผู้รับบริการ การบริการที่ให้ทุกครั้งถูกต้องเหมาะสม และได้ผลออกมาเหมือนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ความสม่ำเสมอจะช่วยให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงการบริการที่มีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจของผู้ให้บริการ ที่ช่วยตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันที่ที่ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย สะดวก ตรงกับความต้องการ และความคาดหวัง หรือเกินกับความคาดหวังของผู้รับบริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการสามารถแสดงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นอบน้อม มีมารยาทที่ดี ติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นต่อการรับบริการในครั้งถัดไป

5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ การรู้จักและเข้าใจความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการแต่ละคน

อย่างไรก็ตามยังมีช่องว่างหรืออุปสรรค 5 ประการที่ทำให้ผู้บริการไม่ประสบผลสำเร็จในการให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ดังนี้ (Parasuraman et al., 1985)

ช่องว่างที่ 1 เป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ (Consumer Expectation) และการรับรู้ของฝ่ายบริการ (Management Perception) คือ ผู้บริหารไม่ทราบความต้องการที่แท้จริงและความคาดหวังของผู้รับบริการได้ทั้งหมด จึงจัดบริการตามที่ตนคิดว่าผู้รับบริการต้องการ ทำให้การให้บริการคลาดเคลื่อนไปจากความต้องการอันแท้จริงของผู้รับบริการ

ช่องว่างที่ 2 เป็นช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้บริหารเกี่ยวกับความต้องการและการกำหนดลักษณะของคุณภาพบริการ (Service Quality Specification) คือ ผู้บริหารจะรับรู้ถึงความต้องการของผู้รับบริการถูกต้อง แต่ผู้บริหารไม่ได้เอาใจใส่อย่างจริงจัง เพื่อกำหนดเป้าหมายหรือมาตรฐานของการให้บริการด้วย อาจจะมีข้อจำกัดต่าง ๆ

ช่องว่างที่ 3 เป็นช่องว่างระหว่างลักษณะของคุณภาพบริการที่ได้กำหนดไว้และบริการที่ให้ (Service Delivery) คือ ผู้บริหารได้กำหนดลักษณะของคุณภาพบริการไว้อย่างชัดเจน

แล้ว แต่มีหลายปัจจัยที่มีผลทำให้การให้บริการจริงไม่เป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้ ทำให้บริการไม่มีคุณภาพ เช่น บุคลากรไม่มีความสามารถ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ไม่ทันสมัย

ช่องว่างที่ 4 เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ให้และการสื่อสารภายนอกให้ผู้รับบริการทราบ (External Communication) การสื่อสาร หรือการประชาสัมพันธ์ให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการ แต่เมื่อผู้รับบริการมาใช้กลับพบในสิ่งที่ตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตนจะได้รับ เช่น มีการกำหนดระยะเวลาในการรอตรวจรับไว้ให้ทราบ แต่เมื่อมารับบริการกลับพบว่าล่าช้าไปมากจากเวลาที่ได้กำหนดไว้

ช่องว่างที่ 5 ช่องว่างระหว่างบริการที่ผู้รับบริการรับรู้ (Perceived Service) และบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง (Expected Service) หมายถึง ผลต่างระหว่างการรับรู้กับความคาดหวังในบริการ หากบริการที่ผู้รับบริการได้รับดีกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้บริการนั้นจะเป็นที่พึงพอใจและประทับใจในบริการ แต่ถ้าบริการที่รับรู้ได้น้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ผู้รับบริการก็จะไม่พึงพอใจในบริการและจะมองว่าเป็นบริการที่ไม่ดี

ดังนั้น ธุรกิจบริการหรือกิจการต่าง ๆ ต้องเน้นการสนับสนุน หรือผลักดันเรื่องการบริการให้มากขึ้น ทั้งนี้การบริการดังกล่าวจะต้องใส่คุณภาพลงไปด้วย โดยส่วนงานไหนที่สามารถจะใส่การบริการเพิ่มเติมลงไปได้ก็ควรทำ และไม่เน้นเพียงเฉพาะธุรกิจที่ให้บริการอย่างเดียวเท่านั้น แต่ธุรกิจที่ขายสินค้าก็ต้องใส่การให้บริการลงไปในช่วงธุรกิจนั้น ๆ ด้วย เพราะผู้บริโภคในปัจจุบันไม่ได้ตัดสินใจซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากตัวสินค้าอย่างเดียวอีกต่อไปแล้ว รวมทั้งยังมีสถานะการต่อสู้แข่งขันกับคู่แข่งที่รุนแรง จึงต้องทำทุกวิถีทางที่จะสร้างเกราะกำบังในการต่อสู้แข่งขัน และดำเนินอยู่รอดให้ได้ต่อไปในอนาคต

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษากำหนดให้ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ (Service Quality Model) ของ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) หรือเรียกว่า RATER เป็นตัวแปรอิสระในการศึกษาคุณภาพการให้บริการของท่าเรือผู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี: มุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย

- (1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)
- (2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)
- (3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)
- (4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)
- (5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)



## 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความคาดหวัง หมายถึง ความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์ หมายถึง เครื่องมือ อุปกรณ์ วิธีการที่จะไปสู่ความพึงพอใจ ดังนั้นจึงพยายามค้นหาหรือกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองต่อความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้ว ความคาดหวังของบุคคลจะได้รับความพึงพอใจ ขณะเดียวกันก็คาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ (Vroom, 1990) เป็นทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้น ๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือ สิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการ พวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับ (Parasuraman et al., 1985) ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังแบ่งออกเป็น 5 ประการได้แก่

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

ความคาดหวังของลูกค้าเกิดจากปัจจัย 7 ประการได้แก่

1. ชื่อเสียงภาพพจน์ขององค์กร รวมทั้งคำร่ำลือต่าง ๆ
2. ตัวของพนักงานผู้ให้บริการ เช่น การแต่งตัว รูปร่าง
3. ตัวสินค้าหรือบริการ เช่น ประเทศที่ผลิตยี่ห้อ
4. ราคาของบริการนั้น
5. สภาพแวดล้อมในขณะนั้น
6. มาตรฐานคุณภาพของลูกค้าเอง
7. คู่แข่งของสถานบริการนั้น

ในบางครั้งความคาดหวังของลูกค้ายังมีการรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วย โดยสามารถที่จะอธิบายถึงข้อแตกต่างได้ว่า ข้อมูลที่ลูกค้าได้รับผนวกกับสถานการณ์แวดล้อมในเวลานั้นทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจไปเองว่า ผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้อย่างดีจึงทำให้ลูกค้าเกิดความหวังที่สูงหรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริง เมื่อได้รับบริการตามมาตรฐานปกติก็อาจรู้สึกที่ไม่พอใจได้ เช่น ในกรณีของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ผู้ใช้บริการมักที่จะคาดหวังให้ระบบสามารถที่จะใช้

ติดต่อได้อย่างต่อเนื่อง สัญญาณชัดเจน มีบริการหลังการขายที่ดี รวมทั้งบริษัทผู้ให้บริการติดตามให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และเมื่อระบบที่ใช้อยู่สามารถตอบสนองได้ตามความหวังลูกค้าก็เกิดความพอใจและบอกต่อไปยังคนใกล้ชิดให้เข้ามาใช้บริการของระบบนั้น

Cristopher, Vandermerwe, and Lewis (1996) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการ และพบว่า

1. ความคาดหวังของลูกค้าต่อสินค้าและบริการจะมีความผันแปรในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นความคาดหวังของลูกค้าต่อผู้ให้บริการแต่ละรายในอุตสาหกรรมเดียวกันยังมีความแตกต่างกัน

2. ความคาดหวังของลูกค้าจะมีความผันแปรในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ชายกับกลุ่มผู้หญิง กลุ่มคนหนุ่มสาวกับกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มพนักงานที่ทำงานในโรงงานกับกลุ่มพนักงานที่ทำงานในสำนักงาน เป็นต้น

3. ความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการจะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์จากการรับบริการ ซึ่งแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือจากผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกัน ในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ในการเข้าใช้บริการมาก่อน ลูกค้าจะเปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนซื้อ (Pre-Purchase Expectation) ซึ่งจะเกิดจากปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือการนำเสนอของพนักงานขาย

สรุปว่า ความคาดหวังคือ ความรู้สึก ความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบต่อการรับรู้ของเราโดยใช้ประสบการณ์การเรียนรู้เป็นตัวบ่งบอก

ในการศึกษาครั้งนี้ ทำการศึกษาความคาดหวัง (Expected service: E) ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ความเป็นรูปธรรม ความดูแลเอาใจใส่ และการตอบสนอง เป็นตัวแปรอิสระเพื่อทราบถึงคุณภาพบริการที่รับรู้

## 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้บริการ

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งเริ่มต้นจากการรับรู้ข้อมูลจากภายนอกของประสาทสัมผัสต่างๆ (Sensation) ข้อมูลจะถูกส่งไปแลกเปลี่ยนกับข้อมูลจากความทรงจำเดิมที่มี (Memory) จากนั้นจึงประมวลออกมาเป็นความเข้าใจ (Cognition) และส่งผลออกมาเป็นการโต้ตอบ (Action) ในที่สุดข้อมูลที่ได้นับมาในแต่ละวันเป็นเพียงส่วนหนึ่งของข้อมูลจำนวนมหาศาลที่มีอยู่รอบตัว เพราะในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ จะมีสิ่งเร้าจากภายนอกจำนวนมากที่มีอิทธิพลต่อเรา เนื่องจากเราจะเลือกให้ความสนใจต่อสิ่งเร้าภายนอกที่มีความสำคัญที่สุดในช่วงเวลานั้นและจะเพิกเฉยต่อข้อมูล

อื่น ๆ ที่เหลือ (กรรณก อนรรฆนระกุล, 2564) การรับรู้ว่าเป็นกระบวนการแปลความหมายของสิ่งของ บุคคล โดยมีกระบวนการในการเลือกรับ แต่ละบุคคลจะให้ความสำคัญแตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ของแต่ละคน องค์ประกอบที่มีผลต่อการรับรู้ได้แก่ สถานการณ์ ความต้องการ และหน้าที่ความรับผิดชอบ (Kotler, 2000)

การรับรู้เป็นกระบวนการที่ลูกค้าเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความสิ่งเร้าออกมาเป็นความหมาย บุคคลหลายคนแม้จะอยู่ในเหตุการณ์เดียวกันและในเวลาเดียวกันแต่อาจตีความออกเป็นความหมายที่ไม่เหมือนกันได้ ขึ้นอยู่กับความจำเป็น (Needs) ค่านิยม (Values) และความคาดหวัง (Expectation) (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2548)

กระบวนการรับรู้จะเกิดขึ้นต้องประกอบไปด้วย (อินทิรา จัทรรัฐ, 2552)

1. การสัมผัสหรืออาการสัมผัส คนเรารับรู้โดยทางหู ตา จมูก ลิ้น และผิวหนัง อวัยวะเหล่านี้เป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์สำคัญในการรับสัมผัสแล้วส่งต่อไปเป็นประสบการณ์ทางสมอง เพื่อให้เกิดการรับรู้ต่อไป

2. ชนิดและธรรมชาติของสิ่งเร้าและการรับรู้ ตามปกติบุคคลมักเกิดการรับรู้ได้โดยไม่ต้องสัมผัสสิ่งเร้าทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องมาจากประสบการณ์ที่บุคคลได้รับจากการรับรู้และเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อมสะสมกันเรื่อยมาจนเกิดเป็นความรู้ความเข้าใจได้ทันที แม้ว่าจะสัมผัสสิ่งเร้าเพียงบางส่วนหรือส่วนใดส่วนหนึ่งเท่านั้น นอกจากนี้การจัดระเบียบของสิ่งเร้าทำให้มองเห็นภาพส่วนรวมได้ชัดเจน

3. การแปลความหมายของการสัมผัสกับการรับรู้มักดำเนินไปคู่กับการรับสัมผัสเสมอ ถ้าเราถูกเร้าด้วยสิ่งที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน เรามักแปลความหมายโดยเปรียบกับสิ่งที่เคยพบเห็นมาแล้ว

4. ประสบการณ์เดิมกับการรับรู้ในการแปลความหมายหรือตีความหมายของความรู้สึกจากการสัมผัส เพื่อให้เป็นการรับรู้ในสิ่งหนึ่งสิ่งนั้น บุคคลจำเป็นต้องใช้ประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิมหรือความชัดเจนที่เคยมีมาแต่หนหลัง

Gronroos (1990) ได้ใช้แบบจำลองความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction/Dissatisfaction or CS/D Model) เพื่ออธิบายว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการหรือไม่ กล่าวคือ คุณภาพการบริการที่รับรู้ได้ผลลัพธ์ของกระบวนการประเมินที่ลูกค้าได้เปรียบเทียบความคาดหวังการบริการกับการรับรู้บริการที่รับรู้ได้จริง โดยมีแบบจำลองคุณภาพในการรับรู้โดยรวม (The Total Perceived Quality) ประกอบด้วย 2 ด้านคือ

1. คุณภาพทางเทคนิค (Technical Quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับจากการบริการที่สามารถวัดได้อย่างชัดเจน

2. คุณภาพทางหน้าที่ (Function Quality) เป็นวิธีการให้บริการที่วัดคุณภาพได้ยาก มีความหลากหลาย และเปลี่ยนแปลงได้มาก คุณภาพในหน้าที่จะเกี่ยวข้องกับปฏิกิริยาทางจิตวิทยา

ในการศึกษาครั้งนี้ ทำการศึกษาการรับรู้ (Perceived service: P) ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ความเป็นรูปธรรม ความดูแลเอาใจใส่ และการตอบสนอง เป็นตัวแปรอิสระเพื่อทราบถึงคุณภาพบริการที่รับรู้

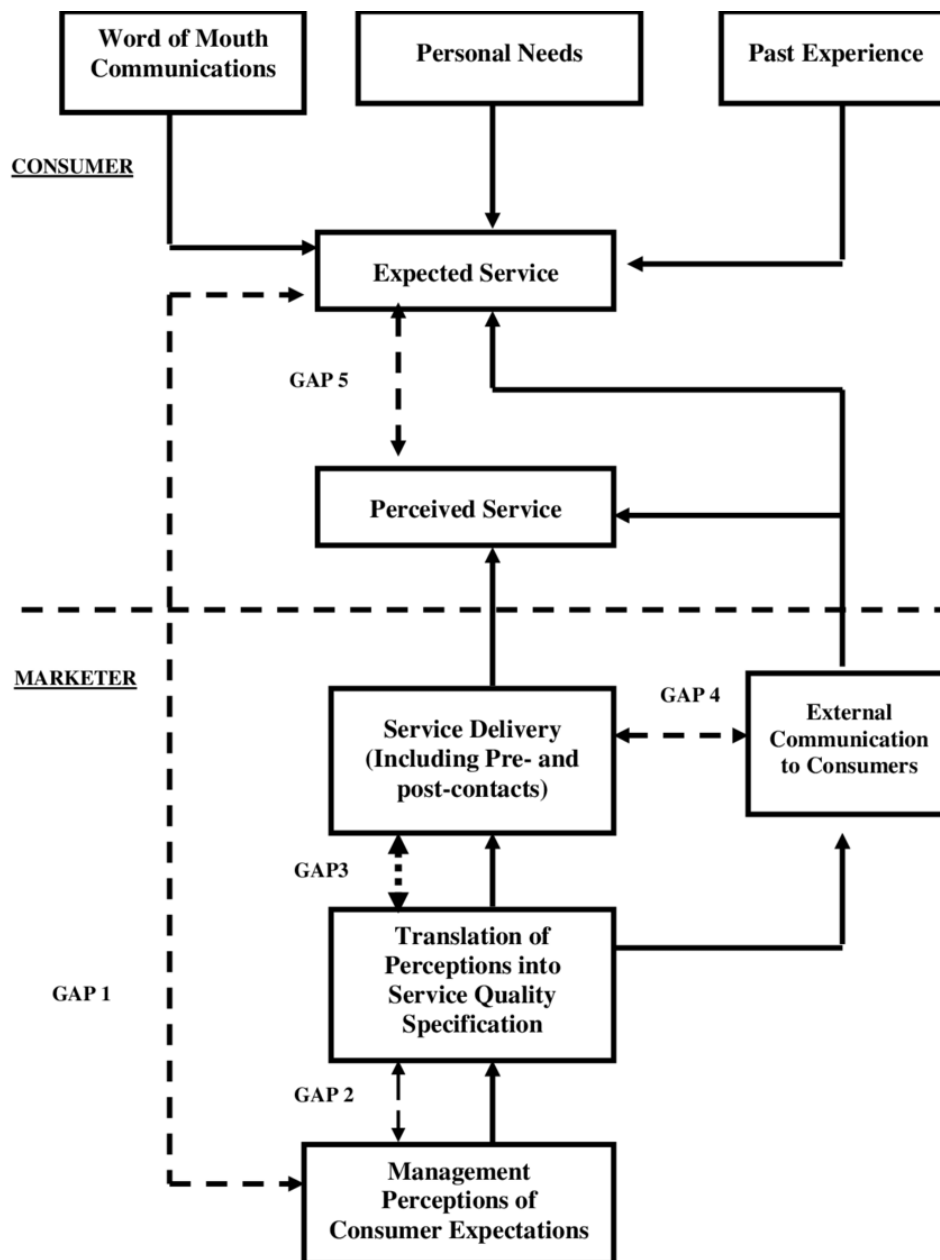
## 2.7 การวิเคราะห์ช่องว่างของความคาดหวังต่อการรับรู้ของการให้บริการ (GAP Analysis)

ตัวแบบจำลองช่องว่างของคุณภาพบริการนั้นยากแก่การประเมิน และมักมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่เสมอในการบริการทั่วไป เนื่องจาก (อรจันท์ ศิริโชติ, 2556)

1. การรับรู้คุณภาพบริการนั้นขึ้นอยู่กับเปรียบเทียบความคาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้นๆ ไม่ว่าจะธุรกิจบริการจะส่งมอบบริการอย่างไรดีแค่ไหนก็ตาม หากไม่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาว่าการบริการดังกล่าวไม่มีคุณภาพ

2. ในด้านการตลาดสำหรับธุรกิจผลิตสินค้าลูกค้าจะประเมินเฉพาะสินค้าสำเร็จรูปเท่านั้น แต่สำหรับธุรกิจบริการลูกค้าประเมินทั้งกระบวนการบริการ และผลลัพธ์ของการบริการด้วย ตัวอย่างเช่น ลูกค้าไปทำผมลูกค้าไม่ประเมินเพียงผลลัพธ์บริการว่าทรงผมที่ตัดใหม่นั้นสวยหรือไม่ แต่จะประเมินอรรถยาศัยความเป็นมืออาชีพ และความสะอาดของช่างร่วมด้วย

ตัวแบบจำลองคุณภาพบริการของพาราสุรามัน และคณะนั้น ช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับความรับรู้ของผู้บริหาร พนักงานบริการ และลูกค้าสามารถใช้ในการวิเคราะห์กระบวนการบริหารคุณภาพดังแสดงในภาพที่ 3 ช่องว่างที่สำคัญที่สุดคือ ช่องว่างของการบริการ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่คาดหวัง และบริการที่รับรู้ในมุมมองของลูกค้า และเป้าหมายของธุรกิจบริการ คือ การปิดหรือลดช่องว่างบริการให้แคบที่สุดเท่าที่จะทำได้



ภาพที่ 2.4 Service Quality Model (Gap Analysis) Adopted

ที่มา : Parasuraman et al. (1985)

คุณภาพบริการในการรับรู้ของลูกค้าขึ้นอยู่กับขนาด และทิศทางของช่องว่างทั้ง 5 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันตามแบบจำลองช่องว่างของบริการ Parasuraman et al. (1985) ได้สร้างเครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งพัฒนามาจากงานวิจัยเชิงสำรวจ เกี่ยวกับคุณภาพบริการใช้เวลาศึกษาทั้งสิ้น 7 ปีตั้งแต่ พ.ศ. 2526 ถึง พ.ศ. 2533 แบ่งออกเป็น 4 ระยะได้แก่

ระยะที่ 1 ทำการวิจัยเชิงคุณภาพในกลุ่มลูกค้า และผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่ง และได้นำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบของคุณภาพบริการในระยะต่อมา

ระยะที่ 2 ทำการวิจัยเชิงประจักษ์โดยมุ่งศึกษาที่ลูกค้าโดยเฉพาะ ใช้รูปแบบคุณภาพบริการที่ได้จากระยะที่ 1 มาปรับปรุงด้วยวิธีการวิจัย ได้เครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพบริการที่เรียกว่า SERVQUAL และปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพบริการตามการรับรู้และความคาดหวังของลูกค้า

ระยะที่ 3 ทำการวิจัยเชิงประจักษ์จากระยะที่ 2 แต่ครั้งนี้มุ่งศึกษาผู้ที่ให้บริการซึ่งมีการดำเนินงานหลายขั้นตอน เริ่มต้นด้วยการทำวิจัยในสำนักงาน 89 แห่งของ 5 บริษัทชั้นนำในกลุ่มงานบริการทั้งหมด 6 งานคือ งานบริการซ่อมบำรุง งานบริการบัตรเครดิต งานบริการประกันภัย งานบริการโทรศัพท์ทางไกล งานบริการธนาคารสาขาย่อย และงานบริการนายหน้าซื้อขาย

ระยะที่ 4 ทำการวิจัยเชิงสำรวจมุ่งศึกษาที่ความคาดหวัง และการรับรู้ของลูกค้า และได้้นำการศึกษาวิจัยทั้ง 4 ระยะมาสร้างแบบสอบถามเรียกว่า ศึกษาวิจัย SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วยมิติของคุณภาพที่ประเมินโดยลูกค้า 5 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ความเป็นรูปธรรม ความดูแลเอาใจใส่ และการตอบสนอง แบบสอบถามนี้ได้รับการทดสอบในธุรกิจบริการหลายครั้ง พบว่ามิติของคุณภาพใกล้เคียงกัน

พื้นฐานแนวคิดของการศึกษาในเรื่องตลาดการบริการของพาราสุรามัน เป็นการวัดช่องว่างระหว่างการบริการที่คาดหวัง และการรับรู้ในมุมมองของลูกค้า แบบวัดแยกเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรกวัดความคาดหวังของผู้ใช้บริการใช้มาตราวัด 7 ระดับ โดยที่ 1 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด และ 7 สำคัญมากที่สุด ในส่วนที่ 2 วัดการรับรู้บริการที่ลูกค้ามีต่อการบริการใช้มาตราวัด 7 ระดับ โดย 1 หมายถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด และ 7 เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีข้อคำถามจำนวน 22 ข้อที่ครอบคลุมองค์ประกอบคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน (Parasuraman et al., 1985)

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ที่ให้บริการ พนักงานบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เนื่องจากบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ การประเมินจึงต้องประเมินจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีตัวตนซึ่งอยู่รอบๆ การให้บริการ โดยการประเมินจะเน้นใน 2 ส่วน คือ เน้นที่อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวกทางวัตถุ เช่น โต๊ะในการให้บริการ เก้าอี้สำหรับนั่งรอ ชั้นวางของ ป้ายหรือสัญลักษณ์ และเน้นที่พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เช่น การแต่งกายของพนักงาน เป็นต้น โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมินหรือข้อความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

(1) บริษัทมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย

(2) ลูกค้าสามารถสังเกตเห็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของบริษัทได้ง่าย

(3) พนักงานของบริษัทที่มีความสุภาพเรียบร้อย

(4) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสอดคล้องกับการให้บริการของบริษัท

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการได้ตามที่ได้ให้สัญญาไว้กับลูกค้าอย่างน่าเชื่อถือ ถูกต้อง และสม่ำเสมอ โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมินหรือข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการได้แก่

(1) บริษัทได้ให้บริการตามที่สัญญาไว้

(2) เมื่อลูกค้ามีปัญหา บริษัทแสดงออกถึงความจริงใจในการแก้ปัญหา

(3) บริษัทให้การบริการที่ถูกต้องเหมาะสม ตั้งแต่การให้บริการในครั้งแรก

(4) บริษัทได้บริการตรงตามเวลาที่สัญญาไว้

(5) บริษัทไม่มีประวัติเรื่องความผิดพลาดในการให้บริการ

3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความมุ่งมั่น เต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า การให้บริการอย่างรวดเร็วฉับไว และพร้อมให้บริการอยู่เสมอ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงการเตรียมการของบริษัทในการให้บริการแก่ลูกค้า โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมินองค์ประกอบคุณภาพด้านการตอบสนองต่อลูกค้าได้แก่

(1) พนักงานได้แจ้งให้ลูกค้าทราบว่าจะได้รับบริการเมื่อใด

(2) พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้ทันที

(3) พนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า

(4) พนักงานไม่ยุ่งเกินไปที่จะตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้า

4. ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยการที่พนักงานบริการต้องมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ ความซื่อสัตย์ และมีสัมมาคารวะ สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมินหรือข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าได้แก่

(1) พนักงานให้บริการโดยแสดงออกให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการได้รับการบริการ

(2) ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ

(3) พนักงานมีมารยาทที่ดีต่อลูกค้าทุกครั้งที่มาใช้บริการ

(4) พนักงานมีความรู้ ความสามารถที่จะตอบสนองคำถามของลูกค้า

5. ความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การให้ความสนใจ ความเห็นอกเห็นใจ และให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละคนซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันไป โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมินหรือข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ได้แก่

- (1) บริษัทให้ความสนใจใส่แก่ลูกค้าเป็นรายบุคคล
- (2) บริษัทเปิดให้บริการในเวลาที่เหมาะสมแก่การมาใช้บริการของลูกค้า
- (3) พนักงานของบริษัทให้ความสนใจใส่แก่ลูกค้าเป็นรายบุคคล
- (4) บริษัทยึดหลักความสนใจของลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญ
- (5) พนักงานเข้าใจความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการทั้ง 5 ประการนี้ ถูกนำไปประยุกต์ใช้วัดคุณภาพบริการในธุรกิจต่างๆ จำนวนมาก เพื่อที่บริษัทจะได้ทราบถึงการรับรู้คุณภาพการบริการในมุมมองของลูกค้า และนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า (ยุพาวรรณ วรรณานิชย์, 2548)

ในการศึกษาครั้งนี้ ทำการศึกษาคุณภาพการบริการที่รับรู้ ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ความเป็นรูปธรรม ความดูแลเอาใจใส่ และการตอบสนอง โดยเป็นผลมาจากการรับรู้ผลการบริการ - ความคาดหวัง

## 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุศยรัตน์ คู่เทียม (2548) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพบริการของสำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพบริการของสำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ และศึกษาเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับระดับบริการที่ได้รับจริงของคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านผู้ให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านลักษณะทางการภาพ ด้านการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพบริการของสำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ โดยใช้กรอบแนวคิดของเครื่องมือ SERVQUAL และ LibQUAL มาประยุกต์ใช้ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นักศึกษา อาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการ ผู้ปฏิบัติงานด้านประวัติศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการทั้ง 3 กลุ่มมีความคาดหวังในคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ในระดับมาก สำหรับบริการที่ได้รับจริง พบว่า ผู้ใช้บริการได้รับบริการจริงในระดับมาก 4 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และในระดับปานกลาง 1 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางการภาพผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการทั้ง 3 กลุ่มพบว่า ไม่แตกต่างกันทั้ง 5 ด้าน ส่วนบริการที่ได้รับจริง พบว่า ไม่แตกต่างกัน 3 ด้าน และแตกต่างกัน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางการภาพและด้านการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศ

จิตลดา เทวีทวารักษ์ (2549) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเซียน่า เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจการให้บริการของสายการบินเอเซียน่าและเปรียบเทียบระดับคุณภาพ



การให้บริการของสายการบินเอเชียมา ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียมา โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความมีน้ำใจ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้า ความปลอดภัยและการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง

ปนัดดา ดันติวัฒนพานิช (2550) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพของผู้ให้บริการ โดยใช้แบบสอบถามซึ่งแบ่งตามคุณลักษณะการให้บริการ 5 คุณลักษณะคือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อมั่นไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้าที่รับบริการทันที ความน่าเชื่อถือมั่นคง ความเข้าใจและความเอาใจใส่ผู้รับบริการ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยการบริการที่ลูกค้าคาดหวังกับการบริการที่ลูกค้าได้รับรู้จริงจากบริษัท เอปซี จำกัด และบริษัทอื่นๆ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการให้ความคาดหวังต่อบริษัท เอปซี จำกัดมากกว่าบริษัทอื่นๆ ที่ใช้บริการอยู่ในทุกๆ ด้าน 2) ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อบริษัท เอปซี จำกัดมากกว่าบริษัทอื่นที่ให้บริการอยู่ในทุกๆ ด้าน 3) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัท เอปซี จำกัด มากกว่าบริษัทอื่นที่ให้บริการอยู่ในทุกๆ ด้าน

ครรชิต ยศพรไพบุลย์ (2551) ได้ทำการศึกษาการวัดความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าร้านอาหาร Fast Food การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านหลักของเครื่องมือ SERVQUAL คือ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความไว้วางใจ ความเอาใจใส่ และรูปลักษณะทางกายภาพ มีความแตกต่างกัน ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าร้านอาหาร Fast Food คุณภาพบริการที่ลูกค้าได้รับบริการจะต่ำกว่าคุณภาพบริการที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ( $P < E$ ) โดยมีค่าเฉลี่ย  $-0.59$  และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $0.96$

อินทิรา จันทร์รัฐ (2552) ได้ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทั้งหมดนี้ใช้โปรแกรม SPSS for Windows Version 16 ช่วยคำนวณค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการในด้านทัศนคติความมั่นใจ ทัศนคติการตอบสนองที่รวดเร็ว ทัศนคติความเชื่อถือได้ ทัศนคติการเข้าถึงจิตใจลูกค้า และด้านทัศนคติลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ 0.01 โดยค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตามการรับรู้ของผู้รับบริการมีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตามความคาดหวังทั้ง 5 ด้าน ซึ่งแสดงว่าลูกค้าไม่พึงพอใจต่อคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน คุณภาพบริการอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าความคาดหวังโดยด้านที่คะแนนความเชื่อถือได้เป็นด้านที่มีช่องว่างของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มากที่สุด ดังนั้นควรมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการในด้านนี้มากที่สุด ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำข้อมูลที่ได้รับมาพัฒนากระบวนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นและเพื่อให้คุณภาพบริการมีความสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการให้มากยิ่งขึ้น

ปฐมาพร โตสง่า (2553) ได้ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน โดยใช้ทฤษฎีของพาราสุรามาน, ไชธรมอล และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) ที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพบริการ 10 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความรู้ความชำนาญ การเข้าถึงบริการ อธิบายการสื่อสาร ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย การเอาใจใส่ และการสร้างสิ่งจำเป็นที่จับต้องได้ โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ซึ่งได้จากการเลือกตัวอย่างตามสะดวกจากผู้ที่เคยใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทาวสถิติ ลักษณะโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-38 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีสถานภาพโสด และมีระดับรายได้ 19,001-30,000 บาท จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังและรับรู้ในการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับสูงและในรายด้านทั้ง 10 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความรู้ความชำนาญ การเข้าถึงบริการ อธิบาย การสื่อสาร ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย การเอาใจใส่ การสร้างสิ่งจำเป็นที่จับต้องได้ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและการรับรู้ในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

กฤษมาพร พิงโพธิ์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการของอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังที่ควรให้ความสนใจมากที่สุด คือ 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ได้แก่ สภาพแวดล้อมความปลอดภัย ความสะอาดสวยงาม อุปกรณ์และเฟอร์นิเจอร์ที่เหมาะสมกับการใช้งาน 2. ด้านความน่าเชื่อถือ ได้แก่ พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้

เป็นอย่างดี ให้การบริการอย่างถูกต้อง ทำให้เกิดความไว้วางใจเชื่อมั่นได้ 3. ด้านการให้ความมั่นใจ ได้แก่ พนักงานให้บริการสุภาพ มีอัธยาศัยไมตรีดี การรักษาความปลอดภัยทั่วถึง 2) ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ การศึกษา และรายได้เฉลี่ย ไม่มีความแตกต่างกันตรงข้าม ประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการของอุตสาหกรรมบริการ ทัศนศึกษาโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

บุญยฤทธิ์ สุริยวงศ์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการนำเรือเข้าเทียบท่าเรือโออาร์พีซีระยอง ในทัศนะของผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการนำเรือเข้าเทียบท่าเรือโออาร์พีซีระยองในทัศนะของผู้ใช้บริการ และเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการนำเรือเข้าเทียบท่าในทัศนะของผู้ใช้บริการจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการท่าเทียบเรือ (นายเรือ/กัปตัน) บริษัท โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) จำนวน 103 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการท่าเทียบเรือมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของท่าเทียบเรือโออาร์พีซีระยองโดยรวมคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การบริการด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม ผู้ใช้บริการท่าเทียบเรือมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน และอีก 4 ด้าน ได้แก่ การให้บริการการติดต่อสื่อสาร เทคโนโลยี การให้บริการเครื่องมือทุ่นแรง การให้บริการของพนักงาน และการให้บริการด้านเรือ อยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการนำเรือเข้าเทียบท่าเรือโออาร์พีซีระยอง ของผู้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การให้บริการของพนักงาน และการบริการด้านความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม ผู้ใช้บริการเรือเดินภายในประเทศและเรือเดินต่างประเทศ มีความคิดเห็นในภาพรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 การให้บริการการติดต่อสื่อสาร เทคโนโลยี ผู้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การให้บริการด้านเครื่องมือทุ่นแรงผู้บริการเรือเดินภายในประเทศ และเรือเดินต่างประเทศ มีความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิชญดา ดอนสมจิตร และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวัดคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาเปรียบเทียบกับประเทศไทยด้วยเครื่องมือวัดคุณภาพ SERVQUAL โดยศึกษาความความหวังและความรับรู้บริการจากมุมมองของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ใน 5 มิติ ได้แก่ รูปลักษณ์ทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือของการให้บริการ การตอบสนองต่อผู้บริการ การสร้างความ

มั่นใจในบริการ และการดูแลเอาใจใส่ กลุ่มตัวอย่างงานวิจัยนี้ คือ ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์และผู้ให้บริการโลจิสติกส์กัมพูชาและไทย รวมทั้งสิ้น 215 ชุด ผลการศึกษา พบว่า ปัจจุบันคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา และประเทศไทยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน 5 มิติ ได้แก่ รูปลักษณ์ทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือของการให้บริการ การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ การสร้างความมั่นใจในบริการ และการดูแลเอาใจใส่ โดยภาพรวมผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชามีคุณภาพบริการระดับปานกลาง และประเทศไทยมีคุณภาพบริการสูง ประเด็นที่ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ประเทศไทยควรพัฒนาคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่

ดวงใจ จันทร์ตาแสง (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าขาออกของผู้ประกอบการ กรณีศึกษา ท่าเรือกรุงเทพ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการที่รับบริการขนส่งสินค้าของท่าเรือกรุงเทพ จำนวน 303 ราย ผลการศึกษาพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการของท่าเรือกรุงเทพอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านพื้นที่การจัดเก็บสินค้าให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าขาออก การให้บริการเครื่องมือทุ่นแรง สิ่งอำนวยความสะดวกในท่าเรือกรุงเทพ และสถานที่ตั้งของท่าเรือกรุงเทพ ตามลำดับ

วิมลวัลย์ ทรงศิริยศ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าขาออกของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาท่าเรือกรุงเทพ ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการที่ใช้บริการขนส่งสินค้าของท่าเรือกรุงเทพ จำนวน 303 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการของท่าเรือกรุงเทพมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าขาออก รองลงมาได้แก่ ด้านพื้นที่ในการให้บริการจัดเก็บสินค้าให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการติดต่อสื่อสารกับท่าเรือกรุงเทพ และให้ความสำคัญ ด้านสถานที่ตั้งของท่าเรือกรุงเทพน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ประเภทธุรกิจ และประเทศปลายทางของสินค้าที่ส่งออกที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าขาออกของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของท่าเทียบเรือแหลมฉบังกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมพาณิชยนาวีไทยรองรับประชาคมอาเซียน โดยได้มีการประยุกต์ใช้ทฤษฎี GAP Analysis และโมเดล Performance-Importance Analysis เข้ามาใช้ในการวิเคราะห์และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของท่าเทียบเรือกรณีศึกษาโดยสำรวจผู้ให้บริการด้านเรือ (บริษัทสายการเดินเรือและบริษัทตัวแทนเรือ) จำนวน 90 บริษัท แต่มีแบบสอบถามส่งกลับมา 85 บริษัท หรือมีอัตราการตอบกลับร้อยละ 94.4 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการด้านสินค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในกิจกรรมต่าง ๆ ของท่า

เทียบเรือกรณีศึกษาเกินกว่าระดับมาตรฐานเล็กน้อยแต่ก็ยังอยู่ในระดับที่ต่ำเมื่อเทียบกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ขณะที่การศึกษาครั้งนี้ยังได้จัดข้อเสนอแนะเพื่อช่วยให้ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาดังกล่าวไป พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อยกระดับท่าเทียบเรือกรณีศึกษาในกรุงเทพฯให้กลายเป็นท่าเรือระดับโลกในอนาคต

ศรารุณี แก้วศรี และคณะ (2560) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งผู้โดยสารทางน้ำ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ระดับคุณภาพการให้บริการ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการ 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ ผลการวิจัยพบว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ บริษัท ซีทรานเฟอร์รี่ จำกัด ใช้บริการเรือเฟอร์รี่ที่ท่าเรือดอนสัก วัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อทัศนศึกษาท่องเที่ยว พักผ่อน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 200-400 บาท ความถี่ในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 10.01-15.00 น. และเดินทางมาท่าเรือโดยใช้รถส่วนตัว ด้านระดับคุณภาพการให้บริการในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กันทุกด้าน

เวทยา ใฝ่ใจดี (2560) ทำการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมาต่อการรับบริการภายนอกด้านการขนส่งสินค้า โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ใช้บริการการขนส่งสินค้าภายนอกจำนวน 110 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคาดหวังคุณภาพบริการโดยภาพรวมคล้าย ๆ กัน ซึ่งการประเมินคุณภาพบริการของผู้ให้บริการภายนอกด้านการขนส่งสินค้าจากการรับบริการของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ดี เนื่องจากมีระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับการรับรู้ นอกจากนี้ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการ

อนุสรณ์ มีเรื่อง และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ และประโยชน์สุขของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพฯ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพฯ จำนวน 201 คน ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการในมิติสิ่งที่สัมผัสได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน (2) คุณภาพการให้บริการในมิติการรับประกันมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน (3) คุณภาพการให้บริการในมิติการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน (4) คุณภาพการให้บริการในมิติด้านความเชื่อถือและไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (5)

คุณภาพการให้บริการในมิติด้านความรวดเร็วในการตอบสนองมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (6) คุณภาพการให้บริการในมิติการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (7) การใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (8) การใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน และ (9) ความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

ธนันพัชร กลิ่นขจร (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาผลกระทบจากการให้บริการด้าน LOGISTICS ไม่ต่อเนื่องของการขนส่งท่าเรือแห่งประเทศไทยต่อผู้ใช้บริการ กรณีตัวแทนเจ้าของเรือ โดยทำการศึกษาจาก ตัวแทนเจ้าของเรือ ประกอบด้วย ผู้บริหาร 10 ตัวอย่าง ผู้ปฏิบัติงาน 35 ตัวอย่าง ที่ทำงาน 1 ปีขึ้นไป ผลการศึกษาพบว่า (1) ตัวแทนเรือเลือกใช้บริการ LOGISTICS ของการทำเรือแห่งประเทศไทย ข้อตกลงตามกฎหมาย/ประเภทสินค้า/ปัจจัยโรงงาน (2) ตัวแทนเรือมีระดับความพึงพอใจปานกลางประเมินจากความรวดเร็วประสิทธิภาพของเครื่องมือและจำนวนบุคลากร (3) ประโยชน์สูงสุดที่ได้รับคือสามารถนำสินค้าออกหรือเปิดตู้ได้อย่างรวดเร็ว หากไม่ต้องรอเจ้าหน้าที่ในระหว่างช่วงเวลาที่หยุดพักโดยให้ความสำคัญเรื่องต้นทุนเสียประโยชน์เป็นลำดับรอง ช่วยลดปัญหาความแออัดในการทำเรือ (4) ค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ท่าเรือแหลมฉบัง การสัมภาษณ์ผู้บริหาร (1) ความตกลงของคู่ค้า (2) ตัวแทนเดินพิธีการมีความชำนาญในการนำสินค้าออกจากท่าเรือได้อย่างรวดเร็ว ข้อเสนอแนะ จากเหตุผลในส่วนโครงสร้างขององค์กรประกอบกัน ดังนั้นปัญหาจึงไม่ได้เกิดจากระเบียบการทำเรือแห่งประเทศไทยว่าด้วยการนำสินค้าหรือตู้สินค้าเข้าออก จากท่าเรือกรุงเทพนอกเวลาปฏิบัติงานปกติหรือในวันหยุด พ.ศ. 2556 เพียงเหตุผลเดียว แต่เกิดจากโครงสร้างขององค์กร ภายใต้พระราชบัญญัติการทำเรือแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2494 ที่ให้พักตามเวลาพักปกติด้วยประการหนึ่ง เปรียบเทียบกับท่าเรือแหลมฉบังที่เปิดโอกาสให้มีเอกชนรับสัมปทานในการบริหาร ส่งผลด้านประสิทธิภาพการทำงานได้มากกว่า สามารถยกตู้ต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง มีการจัดพนักงานเป็นรอบการทำงานไม่จำเป็นต้องหยุดพักการทำงาน เกิดการบริหารด้านทรัพยากรบุคคลที่ต่อเนื่อง รองรับต่อความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า ทั้งนี้ไม่นับรวมประสิทธิภาพด้านเครื่องมือ หรือเครื่องใช้ในการดำเนินงาน ถือเอาประเด็นการบริหารจัดการภายในเป็นตัวทดสอบ

สุวรรณมา โพธิ์อ่อน และไพโรจน์ เร้าธนชุลกุล (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาท่าเรือแหลมฉบังสู่การเป็นท่าขนส่งอิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า ท่าเรือแหลมฉบังเป็นท่าเรือหลักในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และเป็นท่าเทียบเรือที่มีอัตราเติบโตของการให้บริการขนถ่ายสินค้าสูงสุดแห่งหนึ่งของโลก เนื่องจากมีการนำแนวทางและนโยบายปฏิบัติด้านการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาท่าเรือแหลมฉบังให้เป็นท่าขนส่งอิเล็กทรอนิกส์ (e-Port) ซึ่งปัจจัยที่จะทำให้การพัฒนาท่าขนส่งอิเล็กทรอนิกส์ประสบ

ความสำเร็จ (Key Success Factors) ก็คือ การใช้เทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ที่ทันสมัยจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาท่าเรือไปสู่ความเป็นท่าเรือสากลที่มีสมรรถภาพสูง เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการแลกเปลี่ยน รวบรวม จัดเก็บ วิเคราะห์ ค้นหา และเผยแพร่ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นระหว่างท่าเรือ หรือ Mode การขนส่งอื่น ๆ เช่น รถไฟ รถยนต์ หรือหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศของท่าเรือแหลมฉบังซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ท่าเรือประสบความสำเร็จมีด้วยกัน 4 ประการ (1) การลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (2) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนและวางแผนการดำเนินงานของท่าเรือ (3) โครงสร้างของเทคโนโลยีสารสนเทศต้องมีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ไม่ยุ่งยาก (4) สนับสนุนให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพจะช่วยปรับเปลี่ยนให้การดำเนินงานของท่าเรือมีความทันสมัยขึ้น สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถพัฒนาท่าเรือแหลมฉบังให้เป็น World Class Port ด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูล สำหรับอำนวยความสะดวกและสร้างความรวดเร็วแก่ผู้ใช้บริการเพื่อลดระยะเวลาและค่าใช้จ่าย โดยมุ่งเน้นระบบไร้เอกสาร (Paperless) ยกกระตือรือร้นให้บริการ การเพิ่มขีดความสามารถ (Capacity) ช่วยลด Waiting Time ของเรือที่เทียบท่าทำให้ต้นทุนส่วนที่เป็น Port Cost ของสายการบินเรือต่ำลง การจัดสรรพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง การเพิ่มศักยภาพในการบริหารงานหน้าท่า เป็นต้น

ปาริชาติ หนูเงิน (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความต้องการการบริการของผู้นำเข้าสินค้าทางเรือสำหรับท่าเรือคลองเตย โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการท่าเรือคลองเตย จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้เลือกใช้บริการท่าเรือคลองเตยที่มีปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ ต่างกันทำให้ความต้องการการบริการของผู้นำเข้าสินค้าทางเรือสำหรับท่าเรือคลองเตยไม่ต่างกัน กลุ่มผู้เลือกใช้บริการท่าเรือคลองเตยที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกันทำให้ความต้องการการบริการของผู้นำเข้าสินค้าทางเรือสำหรับท่าเรือคลองเตยของผู้บริโภคต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของผู้นำเข้าสินค้าทางเรือสำหรับท่าเรือคลองเตย ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านการกำหนดเวลาในการรับสินค้าที่แน่นอน มีผลต่อความต้องการการบริการของผู้นำเข้าสินค้าทางเรือสำหรับท่าเรือคลองเตย

บุญวนิช อาตม์อูย และอำพล การุณสุนทรวงษ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความจุและคุณภาพการให้บริการสถานีขนส่งสาธารณะกรณีศึกษา ท่าเรือในแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพมหานคร ทำการศึกษาโดยเจาะจงกลุ่มตัวอย่างในวันจันทร์ถึงศุกร์ช่วงเปิดทอมที่ท่าเรือต่วน และท่าเรือข้ามฟากของท่าเรือสาทร ในช่วงเร่งด่วนเช้าและเร่งด่วนเย็น ผลการศึกษาพบว่า เวลาการ

ให้บริการของเรือด่วนและเรือข้ามฟาก คือ 122.64 วินาที/ลำ และ 107.80 วินาที/ลำ ตามลำดับ ความจุท่าเทียบเรือสูงสุดที่สามารถรองรับได้ของท่าเรือด่วนเท่ากับ 29 ลำ/ชั่วโมง และท่าเรือข้ามฟากเท่ากับ 33 ลำ/ชั่วโมง ระดับการให้บริการสำหรับทางเดินของท่าเรือด่วนและท่าเรือข้ามฟากสามารถใช้ความเร็วในการเดินเท้าได้อย่างอิสระและไม่เบียดกันระหว่างคนเดิน (LOS A) ระดับการให้บริการพื้นที่รอคอยบริเวณท่าเทียบเรือด่วนคือมีการยืนคอยเล็กน้อย และอาจจะเกิดแถวคอยในการเข้าหรือออก และความหนาแน่นของคนยังอยู่ในช่วงที่มีความสะดวกสบาย (LOS C) ในส่วนระดับการให้บริการพื้นที่รอคอยบริเวณท่าเทียบเรือข้ามฟาก มีการยืนรอและมีการสัมผัสกันเนื่องจากอยู่ใกล้กัน มีแถวคอยและการเดินอาจจะถูกจำกัดความเร็ว มีระยะเวลารอที่นาน มีความหนาแน่นที่ทำให้รู้สึกไม่สะดวกสบาย (LOS D)

Parasuraman et al. (1985) ได้ทำการศึกษาคุณภาพบริการของการบริการ 4 ประเภทคือ ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ และธุรกิจดูแลรักษาและซ่อมบำรุง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจ และจัดการสนทนาแบบกลุ่ม (Focus - Group) กับลูกค้าของธุรกิจจำนวน 12 กลุ่มเพื่อสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพพบว่ามีปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินคุณภาพของการบริการมี 10 ประการ ซึ่งสามารถครอบคลุมการประเมินธุรกิจบริการที่หลากหลาย ต่อจากนั้นก็นำเอาปัจจัยทั้ง 10 มาศึกษาต่อโดยการพัฒนาเป็นแบบสอบถามจำนวน 97 ข้อ โดยผลที่ได้รับจากการเก็บข้อมูลนั้นทำให้สามารถตัดทอนคำถามเหลือ 22 ข้อ และสะท้อนได้เป็น 5 ปัจจัย ดังนี้ 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2. ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ 3. การตอบสนองต่อความต้องการ 4. การให้ความมั่นใจ 5. การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ในแบบสอบถามนั้นวัดโดยใช้วิเคอร์ทสเกลแบบ 7 ระดับ และได้แบ่งคำถามออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่เกี่ยวกับความคาดหวังของผู้บริโภคมีจำนวน 22 ข้อ และสัดส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้มีจำนวน 22 ข้อเช่นกัน ซึ่งแบบสอบถามที่ได้มานี้มีค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค 0.92 ต่อจากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาใช้เป็นเครื่องมือในการวัดคุณภาพบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค โดยการนำค่าเฉลี่ยมาเปรียบเทียบกัน หากการรับรู้มีคะแนนที่สูงกว่าความคาดหวังก็แสดงว่าการบริการนั้นๆ มีคุณภาพ แต่หากคะแนนของความคาดหวังนั้นสูงกว่าการรับรู้ก็จะทำให้เกิดช่องว่าง (Gap) และหมายความว่าบริการนั้นขาดคุณภาพ

Gabbie, Olive, O'Neill, and Martin (1996) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพบริการของโรงแรมในไอร์แลนด์เหนือ โดยทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและความคาดหวังของลูกค้าผู้ใช้บริการในอุตสาหกรรมโรงแรม โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL ทำการวัดระดับคุณภาพภาพของโรงแรม 3 ดาวสองแห่งในไอร์แลนด์เหนือ (ในที่นี้จะกล่าวถึงว่าเป็นโรงแรม X และโรงแรม Y) เพื่อพิจารณาช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการ



กับการรับรู้คุณภาพบริการจริง โดยโรงแรม X เป็นโรงแรมที่เข้าร่วมโครงการบริหารอย่างมีคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management Program) ของศูนย์ควบคุมคุณภาพของไอร์แลนด์เหนือ (Northern Ireland Quality Centre, NIOC) และโรงแรม Y เป็นโรงแรมที่มาได้เข้าร่วมโครงการดังกล่าว พบว่าโรงแรม Y ซึ่งเป็นโรงแรมที่มั่นคง และมีชื่อเสียงเป็นผู้นำตลาดของโรงแรมในระดับเดียวกัน มีความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการค่อนข้างสูงในทุกปัจจัยของคุณภาพบริการ ความคาดหวังของคุณภาพบริการของทั้งสองโรงแรมมีมากที่สุดในปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ การให้ความมั่นใจ ในขณะที่ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความคาดหวังน้อยได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ และการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าลูกค้าเข้ามาใช้บริการโรงแรมมีความสนใจเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพที่เป็นรูปธรรมน้อยกว่า ปัจจัยที่ไม่เป็นรูปธรรมอันได้แก่ ความมีชื่อเสียงของโรงแรม เมื่อพิจารณาในด้านการรับรู้คุณภาพบริการพบว่าการรับรู้คุณภาพการบริการของโรงแรม X นั้นสูงกว่าการรับรู้คุณภาพบริการของโรงแรม Y ในทุกปัจจัยยกเว้นปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการปรับปรุงโรงแรม X ในช่วงที่มีการวิจัย อย่างไรก็ตามสามารถสรุปได้ว่าการรับรู้คุณภาพการบริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของโรงแรม X ที่สูงกว่าโรงแรม Y (ยกเว้นด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ) แสดงให้เห็นว่าการเข้าร่วมโครงการ Total Quality Management Program มีผลต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

Jiju and Craig (2004) ทำการประเมินคุณภาพของโรงแรมในเครือในประเทศอังกฤษ โดยงานวิจัยนี้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยใช้กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในประเทศอังกฤษในบริเวณที่ต่างกัน 6 แห่ง ซึ่งการประมวลผลคุณภาพบริการนี้ทำโดยการปรับปรุงเครื่องมือ SERVQUAL ของ Zeithaml และคณะ (1990) ซึ่งประกอบด้วย 1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2. ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ 3. การตอบสนองความต้องการ 4. การให้ความมั่นใจ 5. การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ จากผลการวิจัยพบว่า การตอบสนองความต้องการ เป็นปัจจัยสำคัญมากที่สุด และการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ เป็นปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุด ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการให้บริการเข้าเป็นปัญหาสำคัญของโรงแรมในเครือนี้ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่พนักงานขาดความเข้าใจในความต้องการของผู้มาใช้บริการ

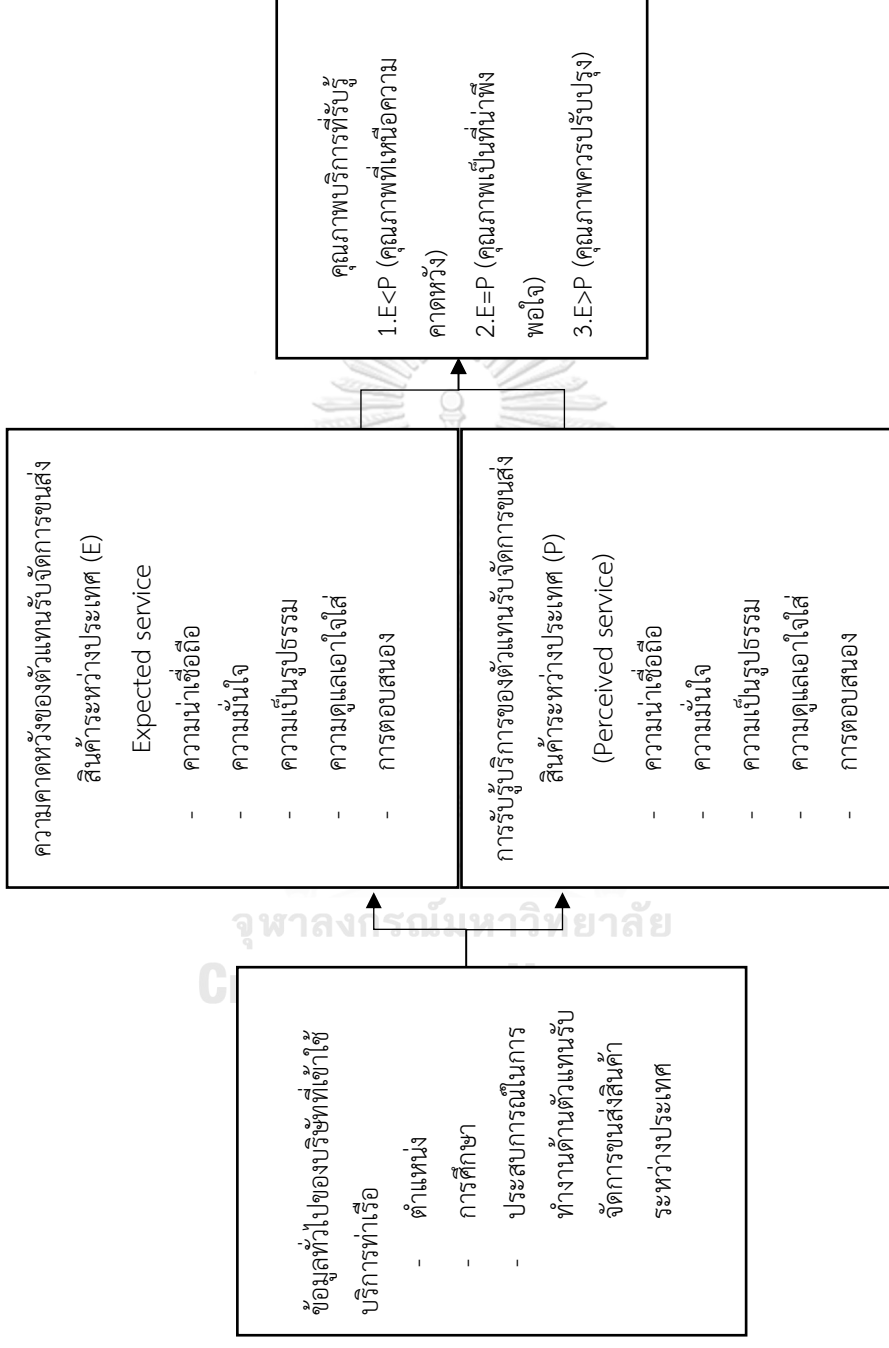
Lau Pei Mey (2005) ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาวในมาเลเซีย โดยนำเครื่องมือ SERVQUAL ที่ปรับปรุงแล้วมาใช้ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมของผู้ใช้บริการโรงแรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านของ SERVQUAL ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่าการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาวในมาเลเซีย ต่ำกว่าระดับความคาดหวังในคุณภาพบริการและช่องว่างระหว่างความคาดหวังใน

คุณภาพบริการของลูกค้าผู้มาใช้บริการโรงแรมกับการรับรู้คุณภาพบริการยังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับท่าเรือและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการภายใต้แนวคิดของพาราสุรามัน และคณะ (Parasuraman et al., 1985) โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วยมิติของคุณภาพที่ประเมินโดยลูกค้า 5 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ความเป็นรูปธรรม ความดูแลเอาใจใส่ และการตอบสนอง และได้ทำการวิจัยเพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการ โดยให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าตอบแบบสอบถาม โดยชุดแรกคำถามเป็นการวัดความคาดหวังของลูกค้า (Expected Service Quality) ส่วนคำถามชุดที่สองเป็นการวัดการรับรู้ผลการบริการจริง (Perceived Service Performance) และนำคะแนนที่ได้มาคำนวณเป็นคุณภาพบริการ (Service Quality) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{คุณภาพบริการ} &= \text{คะแนนการรับรู้ผลการบริการ} - \text{คะแนนความคาดหวัง} \\ \text{Service Quality} &= P - E \end{aligned}$$

โดยประเด็นทั้งหมดที่ได้กล่าวไปในข้างต้นจะถูกนำมาพิจารณา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาคุณภาพบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าภายใต้กรอบแนวคิด



ภาพที่ 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี: มุมมองของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษานำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ได้แก่ ท่าเรือแหลมฉบัง เฉพาะในส่วนของท่าน้ำเรือตู้คอนเทนเนอร์เท่านั้น

##### กลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) จำนวน 241 บริษัท ซึ่งได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamane, 1970 ในกรณีที่ประชากรมีจำนวนแน่นอน ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 151 บริษัท ผู้ศึกษาจะเก็บตัวอย่างจำนวน 160 บริษัท เพื่อป้องกันความผิดพลาด

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดยที่

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้เท่ากับ 0.05

N = ขนาดของประชากร

$$\text{แทนค่า } n = \frac{241}{1+241(0.05^2)}$$

$$= 150.39$$

### 3.2 รูปแบบการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอนดังนี้ (ภวัต วรรณพิน, 2554)

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการศึกษา โดยนำแนวคิดคุณภาพการบริการ และเครื่องมือในการวัดคุณภาพบริการที่เรียกว่า SERVQUAL ตามแนวคิดของ Parasuraman มาใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพบริการ ซึ่งคำถามจะครอบคลุมมิติทั้ง 5 ด้าน ที่ใช้กำหนดคุณภาพบริการ คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความไว้วางใจ (Assurance) ความเอาใจใส่ (Empathy) และรูปลักษณะทางกายภาพ (Tangibles)
3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและเสนอแนะข้อปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบตามความตรงเชิงเนื้อหา และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการทำ IOC (Index of Item Objective Congruence) เลือกเฉพาะข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ที่มีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป มาใช้เป็นข้อคำถาม (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540, น. 125)
5. ทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะให้ถูกต้อง
6. นำแบบสอบถามที่ได้จากขั้นที่ 1 โดยการนำ Pilot – test กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะทางประชากรคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา จำนวน 30 ราย ตอบแบบสอบถาม และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยพิจารณาจากค่า Cronbach's Alpha จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 (Nunnally & Bernstein, 1994)
7. ทำการปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม
8. แจกแบบสอบถาม

โดยผู้ศึกษาสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ตำแหน่ง การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานด้านตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ บริการในท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังที่ท่านเข้ามาใช้บริการบ่อยที่สุด และความถี่ในการเข้าใช้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังต่อเดือน จำนวน 5 ข้อเป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพบริการระหว่างความคาดหวังต่อบริการที่จะได้รับ และการรับรู้คุณภาพบริการที่ได้รับจริงตามเครื่องมือ SERVQUAL ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ซึ่งสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเปรียบเทียบกันระหว่างบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง แบ่งเป็น 5 ระดับ ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's scale) (Likert, Rensis, 1967) ตั้งแต่มากที่สุดถึงน้อยที่สุด ดังนี้

ระดับมากที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 5 คะแนน
ระดับมาก	กำหนดให้เท่ากับ 4 คะแนน
ระดับปานกลาง	กำหนดให้เท่ากับ 3 คะแนน
ระดับน้อย	กำหนดให้เท่ากับ 2 คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 1 คะแนน

ในการแปลค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้หลักการแบ่งอันตรภาคชั้น โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

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

ดังนั้น ช่วงระยะห่างเท่ากับ 0.8 จะทำให้เกณฑ์ในการแปลคะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นได้ (เอมอร์ ผิวเหลือง, 2554) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็น	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของท่าเรือผู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี: มุมมองของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

### 3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1. การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้ศึกษานำแบบสอบถามข้อคำถามทุกตัวแปร ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คนตรวจสอบข้อคำถามทั้งด้านความถูกต้องทางสำนวนและความตรงต่อเนื้อหาที่ต้องการวัดหรือไม่ (Index of Item – Objective Congruence : IOC) (Rovinelli & Hambleton, 1997, p.82) โดยกำหนดคะแนนสำหรับการพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อดังนี้

+1 หมายถึง แบบสอบถามมีความสอดคล้อง และมีความตรงเชิงเนื้อหา เพื่อที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหาหรือไม่ เพื่อที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

-1 หมายถึง แบบสอบถามไม่มีความสอดคล้อง และไม่มีความตรงเนื้อหา เพื่อที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 2. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)

นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือโดยใช้วิธีวัดความสอดคล้องภายในของมาตรวัดด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยกำหนดค่าที่สามารถนำไปใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ ) ของครอนบาร์คไม่ต่ำกว่า 0.70 (Nunnally & Bernstein, 1994)

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ผู้ศึกษาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ดังนี้ ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทั้งนี้การวัดระดับการให้ความสำคัญของแต่ละ

ละปัจจัยใช้มาตรวัดตามวิธี Likert's Scales โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน และมีเกณฑ์การจัดระดับค่าเฉลี่ยความสำคัญของแต่ละประเด็นคำถาม โดยลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จากนั้นนำข้อมูลมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

1) ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Description statistic) โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) ค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ใช้วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

- Independent Samples T- test ใช้ในการทดสอบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน

- One Way ANOVA ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์รายคู่ โดยวิธี LSD



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี: มุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวัง การรับรู้การให้บริการ และคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและลักษณะของธุรกิจที่มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ผลการศึกษาความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง
3. ผลการศึกษารับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง
4. ผลการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง
5. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง
6. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง
7. ผลการศึกษากลุ่มตำแหน่งงานที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

- n หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง  
 S.D. หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
 $\bar{X}$  หมายถึง ค่าเฉลี่ย  
 t หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t-distribution  
 F หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution  
 Sig. หมายถึง ระดับนัยสำคัญ หรือค่า p-value

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ

ตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) จำนวน 160 บริษัท มีแบบสอบถามส่งกลับมา 160 บริษัท หรือมีอัตราการตอบกลับร้อยละ 100 สามารถจำแนกข้อมูลทั่วไปในรูปของจำนวนและร้อยละได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่ง	เจ้าของกิจการ	23	14.40
	ผู้จัดการ	30	18.80
	หัวหน้างาน	44	27.50
	พนักงาน	63	39.40
การศึกษา	ปวส./อนุปริญญา	15	9.40
	ปริญญาตรี	104	65.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	41	25.60
ประสบการณ์ในการทำงานด้าน	ต่ำกว่า 1 ปี	5	3.10
ตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้า	1-5 ปี	19	11.90
ระหว่างประเทศ	6-10 ปี	57	35.60

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ	
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	79	49.40	
<b>บริการในท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์</b>			
<b>ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือ</b>	บริการเครื่องมือทุ่นแรง	4	2.50
<b>แหลมฉบังที่เข้ามาใช้บ่อยที่สุด</b>	บริการจัดเก็บรักษาสินค้า/ตู้สินค้า	29	18.10
	บริการการเงิน	4	2.50
	บริการขนถ่ายสินค้า	123	76.90
<b>ความถี่ในการเข้าใช้บริการของ</b>	น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน	76	47.50
<b>ท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขต</b>	5-10 ครั้ง/เดือน	45	28.10
<b>รับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง</b>	11-15 ครั้ง/เดือน	23	14.40
<b>ต่อเดือน</b>	มากกว่า 15 ครั้งขึ้นไป	16	10.00

จากตารางที่ 4.1 สามารถจำแนกข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้

1) ตำแหน่ง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงาน มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมาคือ หัวหน้างาน มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ผู้จัดการ มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และเจ้าของกิจการ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4

2) การศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมา มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และการศึกษาระดับ ปวส./อนุปริญญา มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4

3) ประสบการณ์ในการทำงานด้านตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 รองลงมา มีประสบการณ์ 6-10 ปี มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 มีประสบการณ์ 1-5 ปี มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และมีประสบการณ์ต่ำกว่า 1 ปี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1

4) บริการในท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือที่ใช้บ่อยที่สุด คือ บริการขนถ่ายสินค้า มีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมาคือ บริการจัดเก็บรักษาสินค้า/ตู้สินค้า มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 บริการเครื่องมือทุ่นแรง มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และบริการการเงิน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

5) ความถี่ในการเข้าใช้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่เข้าใช้บริการน้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ เข้าใช้บริการ 5-10

ครั้ง/เดือน มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 เข้าใช้บริการ 11-15 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และเข้าใช้บริการมากกว่า 15 ครั้งขึ้นไป มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10

#### 4.2 ผลการศึกษาความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมและรายด้าน ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังในภาพรวม

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	4.13	0.46	มาก
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	4.23	0.52	มากที่สุด
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	4.19	0.56	มาก
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	4.17	0.56	มาก
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	4.08	0.49	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16	0.52	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ย 4.19 การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ย 4.17 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ย 4.13 และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ย 4.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวัง ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

ความคาดหวัง ด้านความเป็นรูปธรรม ของบริการ (Tangibles)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการของท่าเรือในจุด ต่าง ๆ	4.18	0.74	มาก
ความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ	4.02	0.78	มาก
ความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ	4.23	0.85	มากที่สุด
ความเพียงพอของพื้นที่จัดเก็บสินค้าในท่าเรือ	4.22	0.80	มากที่สุด
มีป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน	3.99	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13	0.46	มาก

จากตารางที่ 4.3 ความคาดหวัง ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นสูงที่สุดในระดับมากที่สุด คือ ความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมาคือ ความเพียงพอของพื้นที่จัดเก็บสินค้าในท่าเรือ มีค่าเฉลี่ย 4.22 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการของท่าเรือในจุดต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.18 ความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.02 และมีป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวัง ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

ความคาดหวัง ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
บุคลากรของท่าเรือมีความสามารถในการให้บริการอย่าง ถูกต้อง ครบถ้วน	4.16	0.78	มาก

ความคาดหวัง ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ระบบปฏิบัติการมีความถูกต้อง แม่นยำ	4.20	0.81	มาก
บุคลากรมีการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้ แจ้งลูกค้าไว้	4.33	0.74	มากที่สุด
อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ให้บริการมีเพียงพอ และได้ มาตรฐาน	4.25	0.81	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 ความคาดหวัง ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทน  
บริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความ  
รับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ในภาพรวมมีความ  
คิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นสูงที่สุดอยู่  
ในระดับมากที่สุด คือ บุคลากรมีการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้แจ้งลูกค้าไว้ มีค่าเฉลี่ย  
4.33 รองลงมาคือ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ให้บริการมีเพียงพอ และได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.25 มี  
ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ระบบปฏิบัติการมีความถูกต้อง แม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 4.2 และบุคลากร  
ของท่าเรือมีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 4.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวัง ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ  
(Responsiveness) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับ  
บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับ  
สัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

ความคาดหวัง ด้านการตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
บุคลากรของท่าเรือให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.00	0.75	มาก
บุคลากรสามารถตอบข้อสงสัยในการเข้ารับบริการอย่าง ถูกต้อง ชัดเจน	4.29	0.79	มากที่สุด
ระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละจุดเป็นไปอย่าง เหมาะสม	4.28	0.82	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.19	0.56	มาก

จากตารางที่ 4.5 ความคาดหวัง ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ บุคลากรสามารถตอบข้อสงสัยในการเข้ารับบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือ ระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละจุดเป็นไปอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.28 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ บุคลากรของท่าเรือให้บริการด้วยความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวัง ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

ความคาดหวัง ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
บุคลากรมีทักษะในการให้บริการที่ดี	4.07	0.66	มาก
มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชม.	4.29	0.85	มากที่สุด
ท่าเรือมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐาน	4.14	0.87	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17	0.56	มาก

จากตารางที่ 4.6 ความคาดหวัง ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชม. มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ท่าเรือมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.14 และบุคลากรมีทักษะในการให้บริการที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวัง ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

ความคาดหวัง ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
บุคลากรให้บริการด้วยความเข้าใจในปัจเจกบุคคล	4.02	0.75	มาก
บุคลากรให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.17	0.75	มาก
บุคลากรพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	4.04	0.75	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08	0.49	มาก

จากตารางที่ 4.7 ความคาดหวัง ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นสูงที่สุดอยู่ในระดับมาก คือ บุคลากรให้บริการด้วยความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ บุคลากรพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 4.04 และบุคลากรให้บริการด้วยความเข้าใจในปัจเจกบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

#### 4.3 ผลการศึกษาการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมและรายด้าน ดังนี้



ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือ (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) แหวมฉบับในภาพรวม

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	3.23	0.55	ปานกลาง
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	3.14	0.65	ปานกลาง
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	3.19	0.75	ปานกลาง
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	3.26	0.65	ปานกลาง
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	3.19	0.65	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.20	0.65	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า การรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหวมฉบับ (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง คือ การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ย 3.26 รองลงมาคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ย 3.23 การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ย 3.19 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ย 3.19 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ย 3.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหวมฉบับ (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

การรับรู้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการของท่าเรือในจุดต่าง ๆ	3.17	1.07	ปานกลาง
ความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ	3.28	1.09	ปานกลาง
ความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ	3.16	1.01	ปานกลาง
ความเพียงพอของพื้นที่จัดเก็บสินค้าในท่าเรือ	3.23	1.11	ปานกลาง

การรับรู้ ด้านความเป็นรูปธรรม ของบริการ (Tangibles)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
มีป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน	3.33	1.07	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.23	0.55	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 การรับรู้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.33 รองลงมา คือ ความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.28 ความเพียงพอของพื้นที่จัดเก็บสินค้าในท่าเรือ มีค่าเฉลี่ย 3.23 ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการของท่าเรือในจุดต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.17 และความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

การรับรู้ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
บุคลากรของท่าเรือมีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน	3.18	1.14	ปานกลาง
ระบบปฏิบัติการมีความถูกต้อง แม่นยำ	3.09	1.04	ปานกลาง
บุคลากรมีการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้แจ้งลูกค้าไว้	3.16	1.06	ปานกลาง
อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ให้บริการมีเพียงพอ และได้มาตรฐาน	3.14	1.11	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.14	0.65	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 การรับรู้ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปาน

กลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นสูงที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง คือ บุคลากรของท่าเรือมีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.18 รองลงมา คือ บุคลากรมีการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้แจ้งลูกค้าไว้ มีค่าเฉลี่ย 3.16 อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ให้บริการมีเพียงพอ และได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.14 และระบบปฏิบัติการมีความถูกต้อง แม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 3.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือผู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

การรับรู้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
บุคลากรของท่าเรือให้บริการด้วยความเต็มใจ	3.18	1.12	ปานกลาง
บุคลากรสามารถตอบข้อสงสัยในการเข้ารับบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน	3.21	1.05	ปานกลาง
ระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละจุดเป็นไปอย่างเหมาะสม	3.18	1.05	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.19	0.75	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 การรับรู้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือผู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นสูงที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง คือ บุคลากรสามารถตอบข้อสงสัยในการเข้ารับบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.21 รองลงมาคือ บุคลากรของท่าเรือให้บริการด้วยความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ย 3.18 และระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละจุดเป็นไปอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

การรับรู้ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
บุคลากรมีทักษะในการให้บริการที่ดี	3.19	0.96	ปานกลาง
มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชม.	3.28	1.09	ปานกลาง
ท่าเรือมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐาน	3.32	1.05	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.26	0.65	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 การรับรู้ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นสูงที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง คือ ท่าเรือมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.32 รองลงมาคือ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชม. มีค่าเฉลี่ย 3.28 และบุคลากรมีทักษะในการให้บริการที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

การรับรู้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
บุคลากรให้บริการด้วยความเข้าใจในปัจเจกบุคคล	3.21	1.08	ปานกลาง
บุคลากรให้บริการด้วยความเต็มใจ	3.19	1.12	ปานกลาง
บุคลากรพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.18	1.09	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.19	0.65	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.13 การรับรู้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือ

แหลมฉับ (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นสูงที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง คือ คลากรให้บริการด้วยความเข้าใจในปัจเจกบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.21 รองลงมาคือ บุคลากรให้บริการด้วยความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ย 3.19 และบุคลากรพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.18 ตามลำดับ

#### 4.4 ผลการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉับ

ในการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉับนั้น ผู้วิจัยประยุกต์ใช้วิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการโดยนำข้อมูลส่วนของการรับรู้ผลการบริการจริง (Perceived Service Performance) ลบกับข้อมูลส่วนของความคาดหวังว่าจะได้รับการให้บริการ (Expected Service Quality) ดังนี้ (Parasuraman et al, 1985)

$$\text{คุณภาพบริการ} = \text{การรับรู้ผลการบริการ (P)} - \text{ความคาดหวัง (E)}$$

โดยมีการแปลความหมาย ดังนี้

1. การรับรู้ผลการบริการมากกว่าความคาดหวัง ( $P > E$ ) แสดงว่าคุณภาพบริการเป็นเลิศ
2. การรับรู้ผลการบริการน้อยกว่าความคาดหวัง ( $P < E$ ) แสดงว่าคุณภาพบริการแย่หรือควรปรับปรุง
3. การรับรู้ผลการบริการเท่ากับความคาดหวัง ( $P = E$ ) แสดงว่าเป็นคุณภาพบริการที่เพียงพอแล้ว

ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉับมีดังนี้

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉับ (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

ตัวแปร	ความคาดหวัง		การรับรู้		คุณภาพบริการ		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	เกณฑ์
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)							
ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการของท่าเรือในจุดต่างๆ	4.18	0.74	3.17	1.07	-1.01	1.28	ควรปรับปรุง

ตัวแปร	ความคาดหวัง		การรับรู้		คุณภาพบริการ		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	เกณฑ์
ความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ	4.02	0.78	3.28	1.09	-0.74	1.31	ควรปรับปรุง
ความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ	4.23	0.85	3.16	1.01	-1.06	1.35	ควรปรับปรุง
ความเพียงพอของพื้นที่จัดเก็บสินค้าในท่าเรือ	4.22	0.80	3.23	1.11	-0.99	1.36	ควรปรับปรุง
มีป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน	3.99	0.76	3.33	1.07	-0.66	1.35	ควรปรับปรุง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13	0.46	3.23	0.55	-0.89	0.69	ควรปรับปรุง
<b>ความน่าเชื่อถือ (Reliability)</b>							
บุคลากรของท่าเรือมีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน	4.16	0.78	3.18	1.14	-0.98	1.34	ควรปรับปรุง
ระบบปฏิบัติการมีความถูกต้อง แม่นยำ	4.20	0.81	3.09	1.04	-1.11	1.13	ควรปรับปรุง
บุคลากรมีการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้แจ้งลูกค้าไว้	4.33	0.74	3.16	1.06	-1.17	1.28	ควรปรับปรุง
อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ให้บริการมีเพียงพอ และได้มาตรฐาน	4.25	0.81	3.14	1.11	-1.11	1.28	ควรปรับปรุง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23	0.52	3.14	0.65	-1.09	0.72	ควรปรับปรุง
<b>การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)</b>							
บุคลากรของท่าเรือให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.00	0.75	3.18	1.12	-0.82	1.38	ควรปรับปรุง
บุคลากรสามารถตอบสนองข้อสงสัยในการเข้ารับบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน	4.29	0.79	3.21	1.05	-1.08	1.24	ควรปรับปรุง
ระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละจุดเป็นไปอย่างเหมาะสม	4.28	0.82	3.18	1.05	-1.09	1.25	ควรปรับปรุง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.19	0.56	3.19	0.75	-1.00	0.88	ควรปรับปรุง
<b>การให้ความมั่นใจ (Assurance)</b>							
บุคลากรมีทักษะในการให้บริการที่ดี	4.07	0.66	3.19	0.96	-0.88	1.11	ควรปรับปรุง
มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชม.	4.29	0.85	3.28	1.09	-1.01	1.36	ควรปรับปรุง
ท่าเรือมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐาน	4.14	0.87	3.32	1.05	-0.83	1.30	ควรปรับปรุง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17	0.56	3.26	0.65	-0.90	0.76	ควรปรับปรุง
<b>การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)</b>							
บุคลากรให้บริการด้วยความเข้าใจในปัจเจก	4.02	0.75	3.21	1.08	-0.81	1.17	ควรปรับปรุง

ตัวแปร	ความคาดหวัง		การรับรู้		คุณภาพบริการ		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	เกณฑ์
บุคคล							
บุคลากรให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.17	0.75	3.19	1.12	-0.98	1.28	ควรปรับปรุง
บุคลากรพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	4.04	0.75	3.18	1.09	-0.86	1.27	ควรปรับปรุง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08	0.49	3.19	0.65	-0.88	0.79	ควรปรับปรุง
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.16	0.52	3.20	0.65	-0.95	0.77	ควรปรับปรุง

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) โดยทำการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการและระดับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง พบว่า ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี โดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) ประเมินคุณภาพบริการในภาพรวมมีระดับคะแนน -0.95 ซึ่งมีระดับคะแนนน้อยกว่าศูนย์ หมายถึง คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังอยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านควรปรับปรุงมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.09 รองลงมาคือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.00 การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.90 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.89 และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.88 ตามลำดับ จึงหมายถึง การให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุงทุกด้าน สำหรับผลการวิเคราะห์แยกตามรายด้าน เป็นดังนี้

#### 4.4.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)

คุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) พบว่า ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) ประเมินคุณภาพบริการในภาพรวมมีระดับคะแนน -0.89 อยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นหรือรายข้อ พบว่า มีประเด็นที่ควรปรับปรุงมากที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ ความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.06 รองลงมาคือ ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการของท่าเรือในจุดต่างๆ มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.01 ความเพียงพอของพื้นที่จัดเก็บสินค้าในท่าเรือ มีคะแนนคุณภาพบริการ

-0.99 ความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.74 และมีป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.66 ตามลำดับ

#### 4.4.2 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)

คุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) พบว่า ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) ประเมินคุณภาพบริการในภาพรวมมีระดับคะแนน -1.09 อยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีประเด็นที่ควรปรับปรุงมากที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ บุคลากรมีการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้แจ้งลูกค้าไว้ มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.17 รองลงมาคือ ระบบปฏิบัติการมีความถูกต้อง แม่นยำ มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.11 อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ให้บริการมีเพียงพอ และได้มาตรฐาน มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.11 และบุคลากรของท่าเรือมีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.98 ตามลำดับ

#### 4.4.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)

คุณภาพการให้บริการในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) พบว่า ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) ประเมินคุณภาพบริการในภาพรวมมีระดับคะแนน -1.00 อยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีประเด็นที่ควรปรับปรุงมากที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ ระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละจุดเป็นไปอย่างเหมาะสม มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.09 รองลงมาคือ บุคลากรสามารถตอบสนองข้อสงสัยในการเข้ารับบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.08 และบุคลากรของท่าเรือให้บริการด้วยความเต็มใจ มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.82 ตามลำดับ

#### 4.4.4 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)

คุณภาพการให้บริการในด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) พบว่า ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) ประเมินคุณภาพบริการในภาพรวมมีระดับคะแนน -0.90 อยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีประเด็นที่ควรปรับปรุงมากที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชม. มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.01 รองลงมาคือ บุคลากรมีทักษะในการให้บริการที่ดี มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.88 และท่าเรือมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐาน มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.83 ตามลำดับ



#### 4.4.5 ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)

คุณภาพการให้บริการในด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) พบว่า ตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) ประเมินคุณภาพบริการในภาพรวมมีระดับคะแนน -0.88 อยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีประเด็นที่ควรปรับปรุงมากที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ บุคลากรให้บริการด้วยความเต็มใจ มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.98 รองลงมาคือบุคลากรพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.86 และบุคลากรให้บริการด้วยความเข้าใจในปัจเจกบุคคล มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.81 ตามลำดับ

#### 4.5 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

##### 4.5.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) กำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

$H_1$ : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

ตารางที่ 4.15 ค่าสถิติเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

ความคาดหวัง	ตำแหน่ง	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F	p-value
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	เจ้าของกิจการ	23	4.487	0.486	12.067	0.000**
	ผู้จัดการ	30	4.333	0.334		
	หัวหน้างาน	44	3.959	0.424		
	พนักงาน	63	4.016	0.419		
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	เจ้าของกิจการ	23	4.717	0.490	20.033	0.000**
	ผู้จัดการ	30	4.533	0.434		
	หัวหน้างาน	44	4.028	0.435		
	พนักงาน	63	4.056	0.441		
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	เจ้าของกิจการ	23	4.625	0.368	20.462	0.000**
	ผู้จัดการ	30	4.600	0.355		
	หัวหน้างาน	44	3.984	0.580		
	พนักงาน	63	3.973	0.492		
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	เจ้าของกิจการ	23	4.654	0.382	16.861	0.000**
	ผู้จัดการ	30	4.478	0.369		
	หัวหน้างาน	44	4.000	0.632		
	พนักงาน	63	3.958	0.470		
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	เจ้าของกิจการ	23	4.550	0.467	14.530	0.000**
	ผู้จัดการ	30	4.233	0.329		
	หัวหน้างาน	44	3.977	0.444		
	พนักงาน	63	3.900	0.462		

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) แตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $p\text{-value} < 0.05$ )

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังนี้

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งกับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

ความคาดหวัง	ตำแหน่ง	$\bar{X}$	เจ้าของกิจการ	ผู้จัดการ	หัวหน้างาน	พนักงาน
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	เจ้าของกิจการ	4.487	-	-	0.528*	0.471*
	ผู้จัดการ	4.333	-	-	0.374*	0.317*
	หัวหน้างาน	3.959	-	-	-	-
	พนักงาน	4.016	-	-	-	-
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	เจ้าของกิจการ	4.717	-	-	0.689*	0.662*
	ผู้จัดการ	4.533	-	-	0.505*	0.478*
	หัวหน้างาน	4.028	-	-	-	-
	พนักงาน	4.056	-	-	-	-
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	เจ้าของกิจการ	4.625	-	-	0.640*	0.651*
	ผู้จัดการ	4.600	-	-	0.616*	0.627*
	หัวหน้างาน	3.984	-	-	-	-
	พนักงาน	3.973	-	-	-	-
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	เจ้าของกิจการ	4.654	-	-	0.654*	0.696*
	ผู้จัดการ	4.478	-	-	0.479*	0.520*
	หัวหน้างาน	4.000	-	-	-	-
	พนักงาน	3.958	-	-	-	-
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	เจ้าของกิจการ	4.550	-	0.317*	0.573*	0.650*
	ผู้จัดการ	4.233	-	-	0.256*	0.333*
	หัวหน้างาน	3.977	-	-	-	-
	พนักงาน	3.900	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งกับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจำนวน 4 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 เจ้าของกิจการ มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการมากกว่า หัวหน้างาน แตกต่างกัน 0.528 คู่ที่ 2 เจ้าของกิจการ มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการมากกว่า พนักงาน แตกต่างกัน 0.471 คู่ที่ 3 ผู้จัดการ มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการมากกว่า หัวหน้างาน แตกต่างกัน 0.374 คู่ที่ 4 ผู้จัดการ มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการมากกว่า พนักงาน แตกต่างกัน 0.317



แทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) กำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

$H_1$ : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

ตารางที่ 4.17 ค่าสถิติเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

ความคาดหวัง	การศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F	p-value
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	ปวส./อนุปริญญา	15	4.053	0.381	7.088	0.001**
	ปริญญาตรี	104	4.050	0.469		
	สูงกว่าปริญญาตรี	41	4.351	0.382		
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ปวส./อนุปริญญา	15	3.950	0.403	26.650	0.000**
	ปริญญาตรี	104	4.101	0.476		
	สูงกว่าปริญญาตรี	41	4.671	0.401		
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ปวส./อนุปริญญา	15	3.823	0.549	29.594	0.000**
	ปริญญาตรี	104	4.048	0.529		
	สูงกว่าปริญญาตรี	41	4.675	0.294		
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	ปวส./อนุปริญญา	15	3.956	0.416	19.758	0.000**
	ปริญญาตรี	104	4.029	0.568		
	สูงกว่าปริญญาตรี	41	4.594	0.338		
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ปวส./อนุปริญญา	15	3.845	0.415	16.196	0.000**
	ปริญญาตรี	104	3.977	0.441		
	สูงกว่าปริญญาตรี	41	4.414	0.476		

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของ

ท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ที่แตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $p\text{-value} < 0.05$ )

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังนี้

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

ความคาดหวัง	การศึกษา	$\bar{X}$	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	ปวส./อนุปริญญา	4.053	-	-	-0.298*
	ปริญญาตรี	4.050	-	-	-0.301*
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.351	-	-	-
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ปวส./อนุปริญญา	3.950	-	-	-0.721*
	ปริญญาตรี	4.101	-	-	-0.570*
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.671	-	-	-
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ปวส./อนุปริญญา	3.823	-	-	-0.853*
	ปริญญาตรี	4.048	-	-	-0.627*
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.675	-	-	-
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	ปวส./อนุปริญญา	3.956	-	-	-0.638*
	ปริญญาตรี	4.029	-	-	-0.565*
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.594	-	-	-
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ปวส./อนุปริญญา	3.845	-	-	-0.569*
	ปริญญาตรี	3.977	-	-	-0.437*
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.414	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 18 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ปวส./อนุปริญญา มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.298 คู่ที่ 2 ปริญญาตรี มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.301

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ปวส./อนุปริญญา มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.721 คู่ที่ 2 ปริญญาตรี มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.570

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับ บริการ (Responsiveness) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ปวส./อนุปริญญา มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.853 คู่ที่ 2 ปริญญาตรี มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.627

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ปวส./อนุปริญญา มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.638 คู่ที่ 2 ปริญญาตรี มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.565

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ปวส./อนุปริญญา มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.569 คู่ที่ 2 ปริญญาตรี มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.437

#### 4.5.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) กำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

$H_1$ : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

ตารางที่ 4.19 ค่าสถิติเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

ความคาดหวัง	ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F	p-value
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	ต่ำกว่า 1 ปี	5	4.760	0.537	17.288	0.000**
	1-5 ปี	19	4.568	0.293		
	6-10 ปี	57	4.172	0.451		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	79	3.949	0.374		
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ต่ำกว่า 1 ปี	5	4.700	0.671	25.550	0.000**
	1-5 ปี	19	4.868	0.347		
	6-10 ปี	57	4.325	0.509		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	79	3.984	0.363		
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ต่ำกว่า 1 ปี	5	4.600	0.894	13.015	0.000**
	1-5 ปี	19	4.669	0.192		
	6-10 ปี	57	4.304	0.593		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	79	3.962	0.463		
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	ต่ำกว่า 1 ปี	5	4.734	0.595	17.912	0.000**
	1-5 ปี	19	4.704	0.291		
	6-10 ปี	57	4.287	0.577		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	79	3.916	0.452		
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ต่ำกว่า 1 ปี	5	4.734	0.595	13.691	0.000**
	1-5 ปี	19	4.490	0.422		
	6-10 ปี	57	4.123	0.474		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	79	3.903	0.406		

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) แตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (p-value < 0.05)



ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังนี้

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานกับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้ออกคนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

ความคาดหวัง	ประสบการณ์	$\bar{X}$	< 1 ปี	1-5 ปี	6-10 ปี	> 10 ปี
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	< 1 ปี	4.760	-	-	0.588*	0.811*
	1-5 ปี	4.568	-	-	0.396*	0.619*
	6-10 ปี	4.172	-	-	-	0.223*
	> 10 ปี	3.949	-	-	-	-
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	< 1 ปี	4.700	-	-	-	0.716*
	1-5 ปี	4.868	-	-	0.544*	0.884*
	6-10 ปี	4.325	-	-	-	0.340*
	> 10 ปี	3.984	-	-	-	-
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	< 1 ปี	4.600	-	-	-	0.638*
	1-5 ปี	4.669	-	-	0.365*	0.708*
	6-10 ปี	4.304	-	-	-	0.343*
	> 10 ปี	3.962	-	-	-	-
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	< 1 ปี	4.734	-	-	-	0.818*
	1-5 ปี	4.704	-	-	0.417*	0.789*
	6-10 ปี	4.287	-	-	-	0.372*
	> 10 ปี	3.916	-	-	-	-
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	< 1 ปี	4.734	-	-	0.611*	0.831*
	1-5 ปี	4.490	-	-	0.367*	0.587*
	6-10 ปี	4.123	-	-	-	0.220*
	> 10 ปี	3.903	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 20 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานกับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง



ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานกับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 5 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ประสบการณ์ในการทำงาน < 1 ปี มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการมากกว่า 6-10 ปี แตกต่างกัน 0.611 คู่ที่ 2 ประสบการณ์ในการทำงาน < 1 ปี มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 0.831 คู่ที่ 3 ประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการมากกว่า 6-10 ปี แตกต่างกัน 0.367 คู่ที่ 4 ประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 0.587 คู่ที่ 5 ประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปี มีความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 0.220

#### 4.6 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

##### 4.6.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) กำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

$H_1$ : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

ตารางที่ 4.21 ค่าสถิติเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

การรับรู้	ตำแหน่ง	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F	p-value
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	เจ้าของกิจการ	23	3.591	0.742	5.687	0.001**
	ผู้จัดการ	30	3.700	0.676		
	หัวหน้างาน	44	3.082	0.692		
	พนักงาน	63	3.276	0.718		
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	เจ้าของกิจการ	23	3.837	0.756	9.587	0.000**
	ผู้จัดการ	30	3.667	0.661		
	หัวหน้างาน	44	3.063	0.763		
	พนักงาน	63	3.028	0.859		
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	เจ้าของกิจการ	23	3.812	0.641	7.927	0.000**
	ผู้จัดการ	30	3.533	0.646		
	หัวหน้างาน	44	2.878	0.878		
	พนักงาน	63	3.202	0.895		
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	เจ้าของกิจการ	23	4.160	0.675	9.981	0.000**
	ผู้จัดการ	30	3.922	0.807		
	หัวหน้างาน	44	3.144	0.893		
	พนักงาน	63	3.386	0.893		
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	เจ้าของกิจการ	23	3.927	0.673	13.264	0.000**
	ผู้จัดการ	30	3.955	0.593		
	หัวหน้างาน	44	3.052	0.826		
	พนักงาน	63	3.148	0.882		

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง แตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $p\text{-value} < 0.05$ )

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังนี้

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งกับการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

การรับรู้	ตำแหน่ง	$\bar{X}$	เจ้าของกิจการ	ผู้จัดการ	หัวหน้างาน	พนักงาน
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	เจ้าของกิจการ	3.591	-	-	0.510*	-
	ผู้จัดการ	3.700	-	-	0.618*	0.424*
	หัวหน้างาน	3.082	-	-	-	-
	พนักงาน	3.276	-	-	-	-
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	เจ้าของกิจการ	3.837	-	-	0.774*	0.809*
	ผู้จัดการ	3.667	-	-	0.604*	0.639*
	หัวหน้างาน	3.063	-	-	-	-
	พนักงาน	3.028	-	-	-	-
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	เจ้าของกิจการ	3.812	-	-	0.933*	0.610*
	ผู้จัดการ	3.533	-	-	0.655*	-
	หัวหน้างาน	2.878	-	-	-	-0.324*
	พนักงาน	3.202	-	-	-	-
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	เจ้าของกิจการ	4.160	-	-	1.016*	0.774*
	ผู้จัดการ	3.922	-	-	0.778*	0.536*
	หัวหน้างาน	3.144	-	-	-	-
	พนักงาน	3.386	-	-	-	-
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	เจ้าของกิจการ	3.927	-	-	0.875*	0.779*
	ผู้จัดการ	3.955	-	-	0.903*	0.807*
	หัวหน้างาน	3.052	-	-	-	-
	พนักงาน	3.148	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งกับการรับรู้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 3 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 เจ้าของกิจการ มีการรับรู้บริการมากกว่า หัวหน้างาน แตกต่างกัน 0.510 คู่ที่ 2 ผู้จัดการ มีการรับรู้บริการมากกว่า หัวหน้างาน แตกต่างกัน 0.618 คู่ที่ 3 ผู้จัดการ มีการรับรู้บริการมากกว่า พนักงาน แตกต่างกัน 0.424

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งกับการรับรู้ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 4 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 เจ้าของกิจการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า หัวหน้างาน แตกต่างกัน 0.774 คู่ที่ 2 เจ้าของกิจการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า พนักงาน แตกต่างกัน 0.809 คู่ที่ 3 ผู้จัดการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า หัวหน้างาน แตกต่างกัน 0.604 คู่ที่ 4 ผู้จัดการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า พนักงาน แตกต่างกัน 0.639

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งกับการรับรู้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับ บริการ (Responsiveness) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 4 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 เจ้าของกิจการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า หัวหน้างาน แตกต่างกัน 0.933 คู่ที่ 2 เจ้าของกิจการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า พนักงาน แตกต่างกัน 0.610 คู่ที่ 3 ผู้จัดการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า หัวหน้างาน แตกต่างกัน 0.655 คู่ที่ 4 หัวหน้างาน มีการรับรู้การบริการน้อยกว่า พนักงาน แตกต่างกัน -0.324

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งกับการรับรู้ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 4 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 เจ้าของกิจการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า หัวหน้างาน แตกต่างกัน 1.016 คู่ที่ 2 เจ้าของกิจการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า พนักงาน แตกต่างกัน 0.774 คู่ที่ 3 ผู้จัดการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า หัวหน้างาน แตกต่างกัน 0.778 คู่ที่ 4 ผู้จัดการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า พนักงาน แตกต่างกัน 0.536

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งกับการรับรู้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 4 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 เจ้าของกิจการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า หัวหน้างาน แตกต่างกัน 0.875 คู่ที่ 2 เจ้าของกิจการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า พนักงาน แตกต่างกัน 0.779 คู่ที่ 3 ผู้จัดการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า หัวหน้างาน แตกต่างกัน 0.903 คู่ที่ 4 ผู้จัดการ มีการรับรู้การบริการมากกว่า พนักงาน แตกต่างกัน 0.807

#### 4.6.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) กำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

$H_1$ : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

ตารางที่ 4.23 ค่าสถิติเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

การรับรู้	การศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F	p-value
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	ปวส./อนุปริญญา	15	3.093	0.913	6.058	0.003**
	ปริญญาตรี	104	3.256	0.707		
	สูงกว่าปริญญาตรี	41	3.673	0.652		
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ปวส./อนุปริญญา	15	3.200	0.846	7.241	0.001**
	ปริญญาตรี	104	3.120	0.843		
	สูงกว่าปริญญาตรี	41	3.689	0.722		
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ปวส./อนุปริญญา	15	3.045	0.943	8.211	0.000**
	ปริญญาตรี	104	3.116	0.879		
	สูงกว่าปริญญาตรี	41	3.715	0.643		
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	ปวส./อนุปริญญา	15	2.867	0.845	8.729	0.000**
	ปริญญาตรี	104	3.471	0.902		
	สูงกว่าปริญญาตรี	41	3.927	0.823		
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ปวส./อนุปริญญา	15	3.221	0.783	5.939	0.003**
	ปริญญาตรี	104	3.253	0.875		
	สูงกว่าปริญญาตรี	41	3.780	0.815		

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (p-value < 0.05)

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังนี้

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับการรับรู้ของตัวแทนผู้จัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

การรับรู้	การศึกษา	$\bar{X}$	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญา ตรี
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	ปวส./อนุปริญญา	3.093	-	-	-0.580*
	ปริญญาตรี	3.256	-	-	-0.417*
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.673	-	-	-
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ปวส./อนุปริญญา	3.200	-	-	-0.489*
	ปริญญาตรี	3.120	-	-	-0.569*
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.689	-	-	-
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ปวส./อนุปริญญา	3.045	-	-	-0.670*
	ปริญญาตรี	3.116	-	-	-0.510*
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.715	-	-	-
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	ปวส./อนุปริญญา	2.867	-	-0.605*	-1.061*
	ปริญญาตรี	3.471	-	-	-0.456*
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.927	-	-	-
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ปวส./อนุปริญญา	3.221	-	-	-0.559*
	ปริญญาตรี	3.253	-	-	-0.528*
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.780	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับการรับรู้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ปวส./อนุปริญญา มีการรับรู้การบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.580 คู่ที่ 2 ปริญญาตรี มีการรับรู้การบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.417

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับการรับรู้ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ปวส./อนุปริญญา มีการรับรู้การบริการ



น้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.489 คู่ที่ 2 ปริญญาตรี มีการรับรู้การบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.569

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับการรับรู้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับ บริการ (Responsiveness) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ปวส./อนุปริญญา มีการรับรู้การบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.670 คู่ที่ 2 ปริญญาตรี มีการรับรู้การบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.510

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับการรับรู้ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 3 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ปวส./อนุปริญญา มีการรับรู้การบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 1.061 คู่ที่ 2 ปริญญาตรี มีการรับรู้การบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.456 คู่ที่ 3 ปวส./อนุปริญญา มีการรับรู้การบริการน้อยกว่า ปริญญาตรี แตกต่างกัน 1.061

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษากับการรับรู้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ปวส./อนุปริญญา มีการรับรู้การบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.559 คู่ที่ 2 ปริญญาตรี มีการรับรู้การบริการน้อยกว่า สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน 0.528

#### 4.6.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) กำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

$H_1$ : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

ตารางที่ 4.25 ค่าสถิติเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

การรับรู้	ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F	p-value
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	ต่ำกว่า 1 ปี	5	4.000	0.860	4.866	0.003**
	1-5 ปี	19	3.653	0.610		
	6-10 ปี	57	3.453	0.705		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	79	3.157	0.730		
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ต่ำกว่า 1 ปี	5	3.750	0.952	13.956	0.000**
	1-5 ปี	19	4.079	0.391		
	6-10 ปี	57	3.434	0.805		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	79	2.934	0.776		
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ต่ำกว่า 1 ปี	5	3.734	0.830	7.142	0.000**
	1-5 ปี	19	3.912	0.348		
	6-10 ปี	57	3.351	0.825		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	79	3.013	0.894		
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	ต่ำกว่า 1 ปี	5	3.600	1.166	10.385	0.000**
	1-5 ปี	19	4.511	0.259		
	6-10 ปี	57	3.514	0.907		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	79	3.304	0.871		
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ต่ำกว่า 1 ปี	5	3.534	1.068	6.437	0.000**
	1-5 ปี	19	4.069	0.480		
	6-10 ปี	57	3.462	0.915		
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	79	3.156	0.829		

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (p-value < 0.05)

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังนี้

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานกับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

การรับรู้	ประสบการณ์	$\bar{X}$	< 1 ปี	1-5 ปี	6-10 ปี	> 10 ปี
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	< 1 ปี	4.000	-	-	-	0.843*
	1-5 ปี	3.653		-	-	0.496*
	6-10 ปี	3.453			-	0.296*
	> 10 ปี	3.157				-
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	< 1 ปี	3.750	-	-	-	0.816*
	1-5 ปี	4.079		-	0.645*	1.145*
	6-10 ปี	3.434			-	0.501*
	> 10 ปี	2.934				-
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	< 1 ปี	3.734	-	-	-	-
	1-5 ปี	3.912		-	0.560*	0.898*
	6-10 ปี	3.351			-	0.338*
	> 10 ปี	3.013				-
การให้ความมั่นใจ (Assurance)	< 1 ปี	3.600	-	-0.911*	-	-
	1-5 ปี	4.511		-	0.996*	1.207*
	6-10 ปี	3.514			-	-
	> 10 ปี	3.304				-
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	< 1 ปี	3.534	-	-	-	-
	1-5 ปี	4.069		-	0.607*	0.914*
	6-10 ปี	3.462			-	0.307*
	> 10 ปี	3.156				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานกับการรับรู้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 3 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ประสบการณ์ในการทำงาน < 1 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10

ปี แตกต่างกัน 0.843 คู่ที่ 2 ประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 0.496 คู่ที่ 3 ประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 0.296

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานกับการรับรู้ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 4 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ประสบการณ์ในการทำงาน < 1 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 0.816 คู่ที่ 2 ประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า 6-10 ปี แตกต่างกัน 0.645 คู่ที่ 3 ประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 1.145 คู่ที่ 4 ประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 0.501

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานกับการรับรู้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 3 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า 6-10 ปี แตกต่างกัน 0.560 คู่ที่ 2 ประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 0.898 คู่ที่ 3 ประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 0.338

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานกับการรับรู้ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 3 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ประสบการณ์ในการทำงาน < 1 ปี มีการรับรู้การบริการน้อยกว่า 1-5 ปี แตกต่างกัน 0.911 คู่ที่ 2 ประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า 6-10 ปี แตกต่างกัน 0.996 คู่ที่ 3 ประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 1.207

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานกับการรับรู้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 3 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 ประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า 6-10 ปี แตกต่างกัน 0.607 คู่ที่ 2 ประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 0.914 คู่ที่ 3 ประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปี มีการรับรู้การบริการมากกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน > 10 ปี แตกต่างกัน 0.307

#### 4.7 ผลการศึกษากลุ่มตำแหน่งงานที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการในมุมมองของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

การวิเคราะห์กลุ่มตำแหน่งงานที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการในมุมมองของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (Independent Sample t-Test) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.27 ค่าสถิติเปรียบเทียบกลุ่มตำแหน่งงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณภาพบริการในมุมมองของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ)

	ตำแหน่ง	N	Mean	S.D.	t	Sig.
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	เจ้าของกิจการ	23	-1.000	0.674	-0.426	0.672
	ผู้จัดการ	30	-0.927	0.579	-0.417	0.679
ความน่าเชื่อถือ	เจ้าของกิจการ	23	-1.098	0.547	0.088	0.931
	ผู้จัดการ	30	-1.117	0.911	0.093	0.926
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	เจ้าของกิจการ	23	-0.927	0.718	-0.172	0.864
	ผู้จัดการ	30	-0.889	0.851	-0.176	0.861
การให้ความมั่นใจ	เจ้าของกิจการ	23	-1.029	0.584	-0.285	0.777
	ผู้จัดการ	30	-0.977	0.712	-0.293	0.771
การดูแลเอาใจใส่	เจ้าของกิจการ	23	-0.797	0.709	0.888	0.379
	ผู้จัดการ	30	-0.967	0.675	0.882	0.382

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทำการเปรียบเทียบกลุ่มตำแหน่งงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณภาพบริการในมุมมองของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกด้าน หมายความว่า กลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติงานมีมุมมองต่อคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังไม่แตกต่างกัน

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี: มุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวัง การรับรู้การให้บริการ และคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและลักษณะของธุรกิจที่มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี ในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) จำนวน 160 บริษัทเสร็จแล้ว สามารถทำการสรุปผลอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 5.1 สรุปผล

##### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) จำนวน 160 บริษัท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นพนักงาน ร้อยละ 39.4 การศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 65 มีประสบการณ์ในการทำงานด้านตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 49.4 บริการในท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือที่ใช้บ่อยที่สุด คือ บริการขนถ่ายสินค้า ร้อยละ 76.9 และความถี่ในการเข้าใช้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 47.5

##### 5.1.2 ความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ

ความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมาคือความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ การตอบสนองต่อ

ผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ย 4.19 การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ย 4.17 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ย 4.13 และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ย 4.08 ตามลำดับ

### 5.1.3 การรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง คือ การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ย 3.26 รองลงมาคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ย 3.23 การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ย 3.19 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ย 3.19 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ย 3.14 ตามลำดับ

#### 5.1.4 คุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง โดยทำการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการและระดับการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) พบว่า ตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) ประเมินคุณภาพบริการในภาพรวมมีระดับคะแนน -0.95 ซึ่งมีระดับคะแนนน้อยกว่าศูนย์ หมายถึง คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังอยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านควรปรับปรุงมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.09 รองลงมาคือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.00 การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.90 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.89 และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.88 ตามลำดับ จึงหมายถึง การให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุงทุกด้าน

#### 5.1.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ

1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังที่แตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

#### 5.1.6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับการรับรู้

1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

#### 5.1.7 ผลการศึกษากลุ่มตำแหน่งงานที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

เมื่อทำการเปรียบเทียบกลุ่มตำแหน่งงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณภาพบริการในมุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง (ที่ให้เอกชนที่ได้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ) พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกด้าน หมายความว่า กลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติงานมีมุมมองต่อคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังไม่แตกต่างกัน



## 5.2 อภิปรายผล

### 5.2.1 คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง

คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง โดยทำการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการและระดับการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง พบว่า ตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) ประเมินคุณภาพบริการในภาพรวมมีระดับคะแนน -0.95 อยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุง ซึ่งการที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการหรือไม่นั้น คุณภาพการบริการที่รับรู้ได้ผลลัพธ์ของกระบวนการประเมินที่ผู้ให้บริการได้เปรียบเทียบความคาดหวังการบริการกับการรับรู้บริการที่รับรู้ได้จริง (Groonroos, 1983) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุงทุกด้าน สอดคล้องกับการวิจัยของ เวทยา ใฝ่ใจดี (2560) ที่ทำการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมาต่อการรับบริการภายนอกด้านการขนส่งสินค้าที่พบว่า การประเมินคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการภายนอกด้านการขนส่งสินค้าจากการรับบริการของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ไม่ดี เนื่องจากมีระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับการรับรู้ในทุกด้าน เมื่อพิจารณาตามความห่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ตามลำดับดังนี้

5.2.1.1 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.09 อยู่ในระดับควรปรับปรุง โดยควรปรับปรุงดังนี้ บุคลากรควรมีการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้แจ้งลูกค้าไว้ ระบบปฏิบัติการควรมีความถูกต้อง แม่นยำ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ให้บริการควรมีอย่างเพียงพอ และได้มาตรฐาน บุคลากรของท่าเรือควรมีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องครบถ้วน

5.2.1.2 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีคะแนนคุณภาพบริการ -1.00 อยู่ในระดับควรปรับปรุง โดยควรปรับปรุงดังนี้ ระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละจุดควรจัดให้เป็นไปอย่างเหมาะสม บุคลากรจะต้องมีความสามารถตอบข้อสงสัยในการเข้ารับบริการอย่างถูกต้องชัดเจน บุคลากรของท่าเรือควรจะให้บริการด้วยความเต็มใจ

5.2.1.3 การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.90 อยู่ในระดับควรปรับปรุง โดยควรปรับปรุงดังนี้ ควรจัดให้มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถ

ติดต่อได้ตลอด 24 ชม. บุคลากรควรมีทักษะในการให้บริการที่ดี และทำเรื่องควรจัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐาน

5.2.1.4 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.89 อยู่ในระดับควรปรับปรุง โดยควรปรับปรุงดังนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการควรมีอย่างเพียงพอ พนักงานที่ให้บริการของท่าเรือในจุดต่าง ๆ ควรจัดให้มีอย่างเพียงพอ พื้นที่จัดเก็บสินค้าในท่าเรือควรจัดให้มีอย่างเพียงพอ เอกสารหรือเครื่องมือในการให้บริการควรจัดให้มีความพร้อม และป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ ควรจัดทำให้เห็นอย่างชัดเจนและครอบคลุม

5.2.1.5 การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีคะแนนคุณภาพบริการ -0.88 อยู่ในระดับควรปรับปรุง โดยควรปรับปรุงดังนี้ บุคลากรควรให้บริการด้วยความเต็มใจ บุคลากรควรมีการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม บุคลากรให้บริการด้วยความเข้าใจในปัจเจกบุคคล

## 5.2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ

1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเจ้าของกิจการมีระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังมากที่สุดในทุกด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.487 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.717 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.625 การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.654 และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.550 เนื่องจากเจ้าของกิจการจะมีความรับผิดชอบต่อผลประกอบการของกิจการมากที่สุด จึงมีความคาดหวังที่จะได้รับการให้บริการมีประสิทธิภาพสูง ซึ่งสถานภาพของผู้ประกอบการจะมีความรู้สึกว่ามีความต้องการบริการที่สูงเนื่องจากมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการบริการที่สูง (Parasuraman et al, 1998)

2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังที่แตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้มีการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรีมีระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังมากที่สุดในทุกด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

(Tangibles) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.351 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.671 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.675 การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.594 และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.414 เนื่องจากเจ้าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะมีความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จของงาน การทำงานเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพและความก้าวหน้าของกิจการ จึงมีความคาดหวังที่จะได้รับการให้บริการมีประสิทธิภาพสูง ซึ่งความคาดหวังของผู้ใช้บริการจะมีความผันแปรในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน (Christopher et al, 1996)

3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานด้านตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้มีประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 1 ปีมีระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังมากที่สุดในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.760 การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.734 และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.734 ส่วนผู้มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังมากที่สุดในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.868 และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.669 ในขณะที่ผู้มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปีจะมีระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในการเข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังน้อยที่สุดในทุกด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.949 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.984 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.962 การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.916 และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.916 ซึ่งผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมาน้อยในการเข้าใช้บริการจะเปรียบเทียบกับความคาดหวังก่อนใช้บริการ ซึ่งจะเกิดจากปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือการนำเสนอของพนักงานขาย (Christopher et al, 1996)

### 5.2.3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อระดับการรับรู้

1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่ต่างกันส่งผลกระทบต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีตำแหน่งผู้จัดการจะมีระดับการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังมากที่สุดในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.700 และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.955 ส่วนเจ้าของกิจการจะมีระดับการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังมากที่สุดในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.837 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.812 การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.160 เนื่องจากการรับรู้ว่าเป็นกระบวนการแปลความหมายของบุคคล โดยมีกระบวนการในการเลือกรับ แต่ละบุคคลที่จะให้ความสำคัญแตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ของแต่ละคน ซึ่งผู้จัดการและเจ้าของกิจการจะมีความต้องการ และหน้าที่ความรับผิดชอบที่เป็นองค์ประกอบของการรับรู้ที่มาก (Kotler, 2003)

2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่ต่างกันส่งผลกระทบต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจะมีระดับการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังมากที่สุดในทุกด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.673 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.689 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.715 การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.927 และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.780

3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานที่ต่างกันส่งผลกระทบต่อระดับการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบังแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้มีประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 1 ปีจะมีระดับการรับรู้ของตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือ

แหลมฉบบมากที่สุดในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.000 การให้ความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.600 ส่วนผู้มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปีจะมีระดับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบบมากที่สุดในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.079 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.912 และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.069

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

เมื่อพิจารณาผลการประเมินคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบบ โดยการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ และระดับการรับรู้ของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเมื่อได้เข้ารับบริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบบ พบว่า ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าที่ใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) ประเมินคุณภาพบริการในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุงทุกด้าน ดังนั้น การให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในเขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบบควรมีการปรับปรุงทุกด้าน ดังนี้

- 1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ควรปรับปรุงบุคลากรให้มีความสามารถในการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้แจ้งลูกค้าไว้ ระบบปฏิบัติการควรมีความถูกต้อง แม่นยำ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ให้บริการควรมีอย่างเพียงพอ และได้มาตรฐาน บุคลากรของท่าเรือควรมีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน
- 2) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ควรปรับปรุงระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละจุดควรจัดให้เป็นไปอย่างเหมาะสม บุคลากรจะต้องมีความสามารถตอบสนองข้อสงสัยในการเข้ารับบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน บุคลากรของท่าเรือควรจะให้บริการด้วยความเต็มใจ
- 3) การให้ความมั่นใจ (Assurance) ควรปรับปรุงโดยจัดให้มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชม. บุคลากรควรมีทักษะในการให้บริการที่ดี และท่าเรือควรจัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐาน
- 4) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ควรปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการควรมีอย่างเพียงพอ พนักงานที่ให้บริการของท่าเรือในจุดต่าง ๆ ควรจัดให้มีอย่างเพียงพอ

พื้นที่จัดเก็บสินค้าในท่าเรือควรจัดให้มีย่างเพียงพอ เอกสารหรือเครื่องมือในการให้บริการควรจัดให้มีความพร้อม และป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ ควรจัดทำให้เห็นอย่างชัดเจนและครอบคลุม

5) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ควรปรับปรุงบุคลากรให้บริการด้วยความเต็มใจ บุคลากรควรมีการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม บุคลากรให้บริการด้วยความเข้าใจในปัจเจกบุคคล

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาด้วยการสำรวจข้อมูลจากตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าที่เข้าใช้บริการท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรีโดยเป็นสมาชิกในสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) เฉพาะในส่วนของท่านท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์เท่านั้น การเก็บข้อมูลมาจากหลาย ๆ ท่าเรือเอกชนที่ได้รับสัมปทานอยู่ในความรับผิดชอบของการท่าเรือแห่งประเทศไทย ทำให้ข้อมูลที่ได้อาจมีข้อจำกัดเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการด้านอื่น ๆ ขององค์กรที่มีลักษณะคล้ายกัน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรขยายกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการท่าเรือหรือการขนส่งมากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่กว้างขึ้น นอกจากนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจึงควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้ใช้บริการเพื่อให้ได้ข้อมูลที่กว้างและลึกซึ้งมากขึ้น

## บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรกนก อนุธรรมชณะกุล. (2564). การรับรู้แนวปฏิบัติ และคุณภาพบริการของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของงานทะเบียน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

กฤษมาพร พึ่งโพธิ์. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในคุณภาพ บริการของอุตสาหกรรมบริการ. วารสารปาริชาติ, 23(2), 120-131.

การทำเรือแห่งประเทศไทย. (2562). ข้อบังคับการทำเรือแห่งประเทศไทย ว่าด้วยความปลอดภัย การใช้ท่าเรือ บริเวณและความสะดวกต่าง ๆ ของท่าเรือแหลมฉบัง พ.ศ. 2562. Retrieved from <https://www.tips.co.th/press/File/3426>

ครรชิต ยศพรไพบูลย์. (2551). การวัดคุณภาพการบริการร้านอาหาร Fast Food ใน 5 ด้านหลักของ SERVQUAL : ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การดูแลเอาใจใส่และรูปลักษณ์ทางกายภาพ. วารสารวิจัยและพัฒนาวิจัยของกรมในพระบรมราชูปถัมภ์, 3(2), 37-49.

จันทร์เพ็ญ กรวิทยาคุณ. (2559). ภาพลักษณ์องค์กร และคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ บริการของลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

จิตลดา เทวทิวารักษ์. (2549). คุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียना. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

ชมรมประกันภัยทางทะเลและโลจิสติกส์. (2561). บทบาทหน้าที่ของผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) และการประกันภัยที่เกี่ยวข้อง. Retrieved from [https://www.tgia.org/upload/file\\_group/7/download\\_1337.pdf](https://www.tgia.org/upload/file_group/7/download_1337.pdf)

ชุติมา หัวหาญ. (2559). ความพึงพอใจและความต้องการใช้บริการซ้ำของลูกค้าห้างหุ้นส่วน จำกัด ทวีวัฒน์จำกัดปลวก. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, นครศรีธรรมราช.

ดวงใจ จันทร์ตาแสง. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าขาออกของผู้ประกอบการ กรณีศึกษา ท่าเรือกรุงเทพ. วารสารดุขภูมิจิตทางสังคมศาสตร์ (ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 5(3), 52-65.

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2559). การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของท่าเรือแหลมฉบังกับการเพิ่มขีด

- ความสามารถในการแข่งขันกับอุตสาหกรรมพาณิชย์นาวีไทยรองรับประชาคมอาเซียน. วารสาร  
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ราย, 11(1), 17-48.
- ธนันพัชร กลิ่นขจร. (2561). การศึกษาผลกระทบจากการให้บริการด้าน LOGISTICS ไม่ต่อเนื่องของการ  
ขนส่งท่าเรือแห่งประเทศไทยต่อผู้ใช้บริการ กรณีตัวแทนเจ้าของเรือ. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- บุญยฤทธิ์ สุริยวงศ์. (2554). คุณภาพการให้บริการนำเรือเข้าเทียบท่าเรือไออาร์พีซีระยอง ในทัศนะของ  
ผู้ใช้บริการ. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพมหานคร.
- บุญวนิช อาตมมูย และอำพล การุณสุนทรวงษ์. (2564). การศึกษาความจุและคุณภาพการให้บริการ  
สถานีขนส่งสาธารณะกรณีศึกษา ท่าเรือในแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพมหานคร. Paper  
presented at the การประชุมวิชาการวิศวกรรมโยธาแห่งชาติ ครั้งที่ 26 วันที่ 23-25  
มิถุนายน 2564.
- บุศยารัตน์ คู่เทียม. (2548). การประเมินคุณภาพบริการของสำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ.  
มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.
- ปฐมภาพร โตสง่า. (2553). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการสปาเพื่อ สุขภาพในเขต  
กรุงเทพมหานครเพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการสปา เพื่อสุขภาพ  
ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,  
กรุงเทพมหานคร.
- ปนัดดา ตันติวัฒนพานิช. (2550). การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการ  
ให้บริการของบริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ. (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต).  
มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ปารีชาติ หนูเงิน. (2564). ความต้องการการบริการของผู้นำเข้าสินค้าทางเรือสำหรับท่าเรือคลองเตย.  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง. Retrieved from  
<https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun18/6114154048.pdf>
- พิชญดา ดอนสมจิตร์ และคณะ. (2556). การวัดคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศ  
กัมพูชาเปรียบเทียบกับประเทศไทยด้วยเครื่องมือวัดคุณภาพ SERVQUAL. วารสาร  
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 16(1), 1-14.
- ยุพาวรรณ วรรณานิษฐ์. (2548). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิมลวัลย์ ทรงศิริยศ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าขาออกของ  
ผู้ประกอบการ กรณีศึกษาท่าเรือกรุงเทพ. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา, 10(2), 36-46.
- วิรัตน์ บาหยัน และสายัณห์ จันทร์วิภาสวงศ์. (2531). ขั้นตอน พิธีการและสิทธิประโยชน์ในการส่งออก.  
กรุงเทพฯ: กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์.



- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2548). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เวทยา ใฝ่ใจดี. (2560). ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ต่อการรับบริการภายนอกด้านการขนส่งสินค้า. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.
- ศราวุฒิ แก้วศรี และคณะ. (2560). คุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งผู้โดยสารทางน้ำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, สุราษฎร์ธานี.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม. (2564). การท่าเรือแห่งประเทศไทย. Retrieved from <https://datagov.mot.go.th/organization/about/port>
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม. (2565). ปริมาณการขนส่งสินค้าทางทะเล. Retrieved from <https://datagov.mot.go.th/dataset/freight-sea-inter>
- สำนักงานงบประมาณของรัฐสภา. (2562). แนวทางการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของประเทศ. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานคณบดีคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. (2564). คู่มือการบริการที่ดี. Retrieved from <https://www.rmutto.ac.th/file-KM/KM020.pdf>
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2562). ท่าเรือแหลมฉบัง ระยะที่ 3. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2566. Retrieved from <https://www.eeco.or.th/th/laem-chabang-port-phase-3>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทยประจำปี 2557. Retrieved from [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=8117](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8117)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2564. Retrieved from <https://www.nesdc.go.th/download/logistics/report/LogisticsReportTH.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557). การขนส่งทางเรือด้วยระบบตู้คอนเทนเนอร์. Retrieved from [https://www.sme.go.th/upload/mod\\_download/03-003%20การขนส่งทางน้ำ.PDF](https://www.sme.go.th/upload/mod_download/03-003%20การขนส่งทางน้ำ.PDF)
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทยประจำปี 2561. Retrieved from [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=9359](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9359)
- สุนันทา เจริญปัญญาอิง. (2559). การศึกษาปัจจัยทางนโยบายภาครัฐและกฎหมายที่มีผลต่อการขนส่งชายฝั่งของไทย. สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

- สุมาลี สุขตานนท์ และคณะ. (2562). การศึกษาประเมินสถานภาพการใช้ท่าเรือไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สุวรรณา โพธิ์อ่อน และไพโรจน์ เร้าธนชุลกุล. (2562). การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาท่าเรือแหลมฉบังสู่การเป็นท่าขนส่งอิเล็กทรอนิกส์. สมาพันธ์โลจิสติกส์ไทย. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566. Retrieved from [https://www.thailog.org/wp-content/uploads/2019/01/FC4\\_4.pdf](https://www.thailog.org/wp-content/uploads/2019/01/FC4_4.pdf)
- อนุสรณ์ มีเรือง และคณะ. (2561). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ และประโยชน์สุขของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 12(พิเศษ), 226-237.
- อรจันทร์ ศิริโชติ. (2556). การตลาดบริการ. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- อินทิรา จันทรัฐ. (2552). ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบิน ต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- อินทิรา จันทรัฐ. (2552). ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบิน ต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- เอมอร ผิวเหลือง. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ภาษาอังกฤษ
- Business Line & Life. (2565). มาทำความรู้จักธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้า. Retrieved from <https://www.businesslineandlife.com/blogs/id/26>
- Cody Jennings. (2559). การบริหารท่าเรือ (คอนเทนเนอร์). Retrieved from <https://slideplayer.in.th/slide/14395675/>
- Cristopher, Vandermerwe, & Lewis. (1996). *The Service Quality Hanbook: (with contributions from 57 international expert)*. New York: AQmacom.
- Ezy link. (2564). เกร็ดความรู้เกี่ยวกับการขนส่งสินค้าทางทะเล. Retrieved from <https://ezylink2020.weebly.com/3642bit-of-knowledge364835853619365536043588362336343617361936413657.html>
- Feigenbaum, A. V. (1991). *TQM (3<sup>rd</sup> ed.)*. New York: Mc Graw-Hall.

- Gabbie, Olive, O'Neill, & Martin, A. (1996). SERVQUAL and the Northern Ireland hotel sector: a comparative analysis - part 1. *Managing Service Quality*, 6(6), 25-32.
- Google Map. (2022). Map. Retrieved from [www.google.com](http://www.google.com)
- Gronroos, C. (1990). Relationship Approach to Marketing in Service Contexts: The Marketing and Organizational Behavior Interface. *Journal of Business*, 20(1), 3-11.
- Jju, A., & Craig, F. (2004). Six Sigma in the software industry: results from a pilot study. *Managerial Auditing Journal*, 19(8), 1025-1032.
- Kaitisa. (2564). คู่มือหลักการการให้บริการที่ดี. ระเบียบบรรณป็นสาระ.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management (The Millennium ed.)*. Mew Kerseu: {remtoce-Hall.
- Lau Pei Mey. (2005). *Service Quality : A Study Of The Hospitality Industry In Malaysia*. (Master thesis). Multimedia University, Malaysia.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(1), 41-50.
- Vroom, V. H. (1990). *Manage people not personnel: Motivation and performance appraisal*. Boston: Harvard Business School Press.
- YRU e-Learning. (2564). การขนส่งสินค้าทางทะเล. Retrieved from <https://old.elearning.yru.ac.th/mod/resource/view.php?id=22092>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions*. Mew York: The Free Press.



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวเมธาวี แสงขาว
วัน เดือน ปี เกิด	20 พฤศจิกายน 2539
สถานที่เกิด	จังหวัดพัทลุง
วุฒิการศึกษา	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา คณะพาณิชยศาสตร์บริหารธุรกิจ วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาการขนส่งทางทะเล
ที่อยู่ปัจจุบัน	197/90 หมู่ที่ 8 ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY