

การรับรู้ข้อมูลและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด่าน
ศุลกากรนครศรีธรรมราชของประชาชนและผู้ประกอบการ

The Influence of Information Perception and Service Quality on Service
Utilization Behavior at the Nakhon Si Thammarat Customs Checkpoint among
Citizens and Entrepreneurs

พุดสญาวรรณ จินแก้วเปี่ยม¹

ภีรภัทร ภักดิ์ศรี²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลด้าน บทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด่านศุลกากรนครศรีธรรมราชและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด่านศุลกากรนครศรีธรรมราช ประชากรคือ ประชาชนและผู้ประกอบการที่ใช้บริการด่านศุลกากรนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ข้อมูลด้าน บทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด่านศุลกากรนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ตามแบบจำลองการวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model) 5 มิติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และในภาพรวมผู้มาใช้บริการด่านศุลกากรนครศรีธรรมราช มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการใช้บริการด่านศุลกากรนครศรีธรรมราชอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ข้อมูลพื้นฐานบทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด่านศุลกากรนครศรีธรรมราชส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด่านศุลกากรนครศรีธรรมราช ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด่านศุลกากรนครศรีธรรมราช ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งการศึกษานี้สามารถใช้เป็นแนวทางให้ด่านศุลกากรนครศรีธรรมราช พัฒนาช่องทางการสื่อสารข้อมูลให้มีความชัดเจนและเข้าถึงง่าย และพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีความรวดเร็ว ทันสมัย สร้างความไว้วางใจและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลทำให้เกิดพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ บอกรู้ และเชิญชวนผู้อื่นมาใช้บริการ

คำสำคัญ : การรับรู้ข้อมูล, คุณภาพการให้บริการ, พฤติกรรมการใช้บริการ , ด่านศุลกากรนครศรีธรรมราช, ประชาชน

ABSTRACT

This quantitative research aimed to study the perception of information regarding the roles, responsibilities, regulations, procedures, and services of the Nakhon Si Thammarat Customs House, and the quality of service, and its impact on the behavior of using the Nakhon Si Thammarat Customs House. The population consisted of 400 citizens and business operators using the Nakhon Si Thammarat Customs House. An online questionnaire was used for data collection. Data were analyzed using descriptive statistics (mean, standard deviation), Pearson correlation coefficient, and multiple linear regression analysis. The results showed that the overall level of opinion regarding the perception of information on the roles, responsibilities, regulations, procedures, and services of the Nakhon Si Thammarat Customs House was high. The overall level of opinion regarding the quality of service (Service Quality) according to the 5-dimensional SERVQUAL Model was also high. Furthermore, the overall behavior of users of the Nakhon Si Thammarat Customs House was also high. Hypothesis testing revealed that the perception of basic information regarding the roles, responsibilities, regulations, procedures, and services of the Nakhon Si Thammarat Customs House significantly influences the behavior of using the Nakhon Si Thammarat Customs House. At a statistical significance level of 0.05, the quality of service significantly influences the behavior of using the Nakhon Si Thammarat Customs checkpoint. This study can be used as a guideline for the Nakhon Si Thammarat Customs checkpoint to develop clearer and more accessible communication channels and improve the quality of service to be faster, more modern, build trust, and effectively meet the needs of service users. This will result in repeat business, word-of-mouth recommendations, and encouraging others to use the service.

Keywords: Information perception, Service quality, Service usage behavior, Nakhon Si Thammarat Customs checkpoint, Public

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ด่านศุลกากรนครศรีธรรมราช เป็นหน่วยงานในสังกัดสำนักงานศุลกากรภาคที่ 5 กรมศุลกากร ตั้งอยู่บน ถนนนครศรีฯ - ท่าศาลา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีหน้าที่ความรับผิดชอบต่างๆ เช่น ดำเนินการด้านพิธีการนำเข้า - ส่งออก จัดเก็บภาษีอากร และการตรวจปล่อยของทางด่านศุลกากรให้เป็นไปตามกฎหมายและระเบียบ ข้อบังคับ ดำเนินการเกี่ยวกับคดี และจ่ายเงินสินบนรางวัล และทำหน้าที่ป้องกันและปราบปรามการลักลอบหนีศุลกากรภายในเขตอำนาจของด่านฯ

หรือตามที่ได้รับมอบหมาย จากสำนักงานศุลกากรภาค หรือกรมศุลกากรตลอดจนร่วมมือประสานงานกับส่วนราชการต่าง ๆ ด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชเป็นด้านศุลกากรทางทะเล มีพื้นที่ในความรับผิดชอบ 21 อำเภอ (ยกเว้น อำเภอสิชลและอำเภอขนอม) รวมทั้งสนามบินศุลกากรท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช พื้นที่รับผิดชอบในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 21 อำเภอ ปัจจุบันบริการทางศุลกากรของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช มุ่งเน้นการอำนวยความสะดวก ในการผ่านพิธีการศุลกากรส่งออกสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแร่และหินแกรนิต โดยส่งออกทางท่าเอกชนของผู้ประกอบการส่งออกซึ่งอยู่บริเวณ อ.ท่าศาลา ส่วนการให้บริการพิธีการศุลกากรนำเข้าส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าทางไปรษณีย์จากต่างประเทศของประชาชนทั่วไปที่มาติดต่อรับสินค้าที่ด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช (ด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช, 2568)

จากการกำหนดวิสัยทัศน์ของกรมศุลกากรในด้านการบริการที่เป็นเลิศส่งผลให้ด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช จำต้องมีการปรับตัวหรือพัฒนาการให้บริการเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการศุลกากรไทย (Thai Customs Service Standards) ของกรมศุลกากรที่จะให้บริการที่เป็นเลิศเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อ เมื่อมีการเดินทางเข้า-ออก และ/หรือนำเข้า-ส่งออกสินค้านระหว่างประเทศ (กรมศุลกากร, 2567) และเมื่อพิจารณาในมิติของการพัฒนาภาครัฐ ด้านศุลกากรถือเป็นหน่วยงานที่ต้องเผชิญกับความท้าทาย จากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภายใต้แนวโน้ม การค้าเสรี เทคโนโลยีดิจิทัล และความคาดหวังของสังคมที่สูงขึ้น ประชาชนและผู้ประกอบการต่างต้องการระบบการให้บริการที่โปร่งใส รวดเร็ว และทันสมัย การที่ด้านศุลกากรสามารถปรับปรุง การสื่อสารข้อมูลและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ ย่อมส่งผลโดยตรงต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงานราชการ รวมถึงศักยภาพการแข่งขันของประเทศในเวทีการค้าโลก

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากมุ่งศึกษาว่า การรับรู้ข้อมูลและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชของประชาชนและผู้ประกอบการอย่างไร ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของหน่วยงานการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และการยกระดับมาตรฐานการบริการของด้านศุลกากรให้สอดคล้องกับนโยบายของกรมศุลกากรหรือความต้องการของผู้ใช้บริการในยุคปัจจุบัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษารับรู้ข้อมูลและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชของประชาชนและผู้ประกอบการ มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลด้าน บทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช

2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านสุขภาพการนศรศรศรศรศร

สมมติฐานการวิจัย

1. สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ข้อมูลพื้นฐานบทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด้านสุขภาพการนศรศรศรศรศร ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านสุขภาพการนศรศรศรศรศร
2. สมมติฐานที่ 2 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านสุขภาพการนศรศรศรศรศร

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ โดยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการสำรวจและทำการกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ ดังต่อไปนี้

1. ด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูล (บทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ) และคุณภาพการให้บริการ (เช่น ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ความโปร่งใส การเอื้ออำนวยความสะดวก) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ
2. ด้านพื้นที่ มุ่งเน้นที่ด้านสุขภาพการนศรศรศรศรศร และกลุ่มผู้ใช้บริการในจังหวัดนศรศรศรศรศร
3. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชาชนและผู้ประกอบการที่ใช้บริการด้านสุขภาพการนศรศรศรศรศร
4. ด้านเวลา ดำเนินการวิจัยภายในระหว่างเดือนกันยายน ถึงเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2568

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูล (Information Perception)

กิติมา สุรสนธิ (2533, หน้า 46, อ้างอิงใน นาดียา กูโน, ภัทรพร อุดมทรัพย์ และวารางคณา ตันทสันติสกุล, 2563) ศึกษาว่า การรับรู้ข่าวสาร คือ การที่บุคคลเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย หากข่าวสาร มีประโยชน์ต่อผู้รับและผู้รับสนใจข่าวสารนั้นก็ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร

Klapper (1960, p. 19, อ้างอิงใน นาดียา กูโน, ภัทรพร อุดมทรัพย์ และวารางคณา ตันทสันติสกุล, 2563) ศึกษาว่า การรับรู้ข่าวสาร เป็นกระบวนการการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับ ข่าวสารที่เปรียบเสมือนเครื่องกรองโดยแต่ละบุคคล การกลั่นกรองข่าวสารสามารถกลั่นกรองได้ทั้งหมด 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข่าวสารที่ต่างกันออกไป
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลจะเปิดรับข่าวสารโดยเลือกตามความสนใจ เพื่อ ไปสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และมักจะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับ หรือเป็นข่าวสารที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง

3. การเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูล ข่าวสารแล้ว บางครั้งผู้รับอาจไม่ได้ตีความข่าวสารนั้นเหมือนที่ผู้ส่งสารจะสื่อออกไป ขึ้นอยู่กับบุคคลจะตีความหมายของสาร ในการตีความหมายก็มาจากทัศนคติประสบการณ์สถานการณ์ ณ ตอนนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลเลือกจดจำเฉพาะข่าวสารที่ตรงกับความต้องการความสนใจ ทัศนคติ ของตนเอง ข่าวสารที่บุคคลจดจำจะมีเนื้อหาที่ช่วยสนับสนุนความคิด หรือความเชื่อเดิมที่บุคคลมีอยู่

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985, อ้างถึงใน อาทิตยา สมณา, 2564) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการเป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นของผู้รับบริการโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectation service) กับการบริการที่รับรู้จริง (Perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าว เกิดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก

Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990, อ้างถึงใน โสธยา สุภาพล ลัดดาวัลย์ สำราญ และพีรญาณ์ ดั่งช้าง, 2563) ศึกษาว่า SERVQUAL Model สามารถแบ่งเป็น 5 มิติหลัก ดังนี้

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ และเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวก เช่น บุคคล สถานที่ เครื่องมือที่ใช้ หรือสภาพแวดล้อมที่เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ที่มารับบริการรู้สึกสะดวก สบาย เกิดความพอใจ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ได้ชัดเจน

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความถูกต้องเหมาะสมของการให้บริการตรงตามที่ตกลงไว้กับผู้รับบริการ ความเที่ยงตรงและโปร่งใส จะส่งผลให้ลูกค้าเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ และให้ความไว้วางใจ

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการได้อย่างทันท่วงที สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ให้ความสะดวกและความสะดวกง่ายในการเข้าบริการ และบริการอย่างทั่วถึง

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง การมีทักษะ ความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจให้เกิดขึ้นได้ รวมไปถึงการมีความสุภาพ เรียบร้อย และความเป็นมิตรต่อผู้มารับบริการและ

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง การเอาใจใส่ต่อลูกค้า และการรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้าแต่ละคน และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์

แนวคิดเกี่ยวกับนักบริการมืออาชีพ

วิษณุ ชาญณรงค์ (2021) ศึกษาว่า การบริการที่ดีถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจไม่เพียงสร้างความแตกต่างและเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าเท่านั้น แต่ยังสร้างความประทับใจที่ช่วยสาน

ความสัมพันธ์ในระยะยาว รวมถึงยังส่งเสริมภาพลักษณ์ให้องค์กรได้รับการยอมรับ และเสริมสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่งด้วยการจะเป็นนักบริการมืออาชีพที่ให้บริการอย่างมีคุณภาพได้นั้น จำเป็นต้องมีคุณสมบัติหลัก 5 ประการ ดังนี้

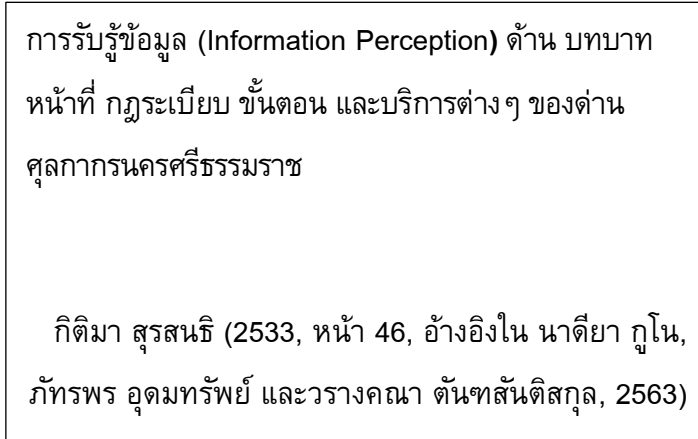
1. Personality บุคลิกทั้งภายนอกและภายในของนักบริการเป็นเรื่องสำคัญ
2. Knowledge นักบริการที่ดีควรต้องมีความรู้ทั้งสองภาคประการแรก คือ ความรู้ในวิชาชีพในงานที่ตนรับผิดชอบสามารถตอบข้อซักถามจากผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ทั้งเรื่องของสินค้า ประวัติองค์กร ระเบียบ นโยบาย ฯลฯ ประการที่สอง คือ ความรู้รอบตัว
3. Work Hard นักบริการที่ดีต้องทำงานอย่างเอาจริงเอาจัง ด้วยความตั้งใจอย่าง ไม่ย่อท้อ มีความกระตือรือร้น
4. Attitude นักบริการควรมีทัศนคติเชิงบวกกับทุกฝ่าย ทุกระดับ ทั้งองค์กร ผู้บริหาร เพื่อนร่วมงาน รวมถึงทัศนคติที่ดีกับลูกค้า
5. Responsibility นักบริการควรมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ (Service Usage Behavior)

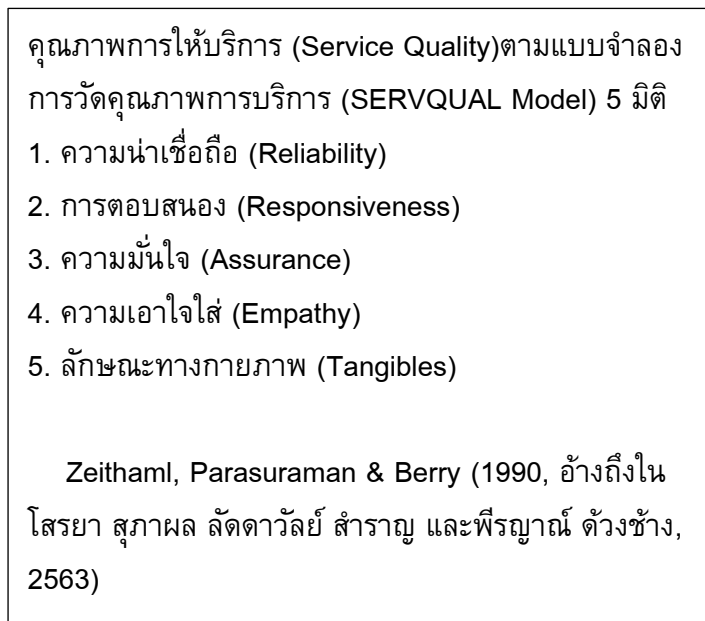
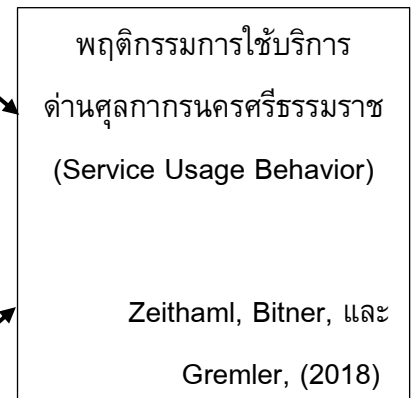
Zeithaml, Bitner, และ Gremler, (2018) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมการใช้บริการของประชาชนขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ได้รับจากการให้บริการของหน่วยงาน หากประชาชนรู้สึกว่ายานสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะเกิดความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และความภักดีต่อหน่วยงาน ซึ่งถือเป็นเป้าหมายสูงสุดของการบริหารจัดการงานบริการภาครัฐและในบริบทของด้านสุขภาพการนครศรีธรรมราช พฤติกรรมการใช้บริการหมายถึงรูปแบบและลักษณะของการติดต่อหรือเข้ามาใช้บริการของประชาชนและผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากความถี่ในการใช้บริการ (Frequency of Usage) คือ การเข้ามาติดต่อหรือใช้บริการซ้ำในช่วงเวลาที่กำหนด ความเต็มใจในการปฏิบัติตามขั้นตอน (Compliance Behavior) คือ การปฏิบัติตามกฎระเบียบและขั้นตอนที่หน่วยงานกำหนดอย่างสมัครใจความต่อเนื่องของการใช้บริการ (Continuity of Usage) คือ การใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่เปลี่ยนแปลงไปใช้บริการช่องทางอื่นหรือหลีกเลี่ยงการให้บริการ และการแนะนำหรือบอกต่อ (Word-of-Mouth Behavior) คือ การเผยแพร่ประสบการณ์การให้บริการต่อบุคคลอื่นในเชิงบวกหรือเชิงลบ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด่านศุลกากรนครศรีธรรมราชของประชาชนและผู้ประกอบการ ที่ใช้บริการด่านศุลกากรจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งมีการดำเนินการตามขั้นตอนระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนและผู้ประกอบการที่ใช้บริการด้านสุขภาพนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน ในช่วงเดือนตุลาคม ถึง เดือนพฤศจิกายน 2568

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ โดยการสร้างแบบสอบถามแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ สร้างจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากวารสาร ข้อมูลอินเทอร์เน็ตและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น 5 ส่วน แต่ละส่วนจะมีการตั้งคำถามเป็นข้อๆ จำนวนรวม 38 ข้อ และกระจายแบบสอบถามไปสู่กลุ่มตัวอย่างผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยใช้ไลน์ (Line) เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่า IOC หรือ Item Objective Congruence เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านพบค่า IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งถือว่าข้อคำถามในแบบสอบถามมีความครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธี Cronbach's alpha ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.974 แสดงว่า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีค่าความเชื่อมั่นและคุณภาพในการจัดเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างแบบสอบถามใน Google Forms เป็นรูปแบบออนไลน์ และดำเนินการกระจายแบบสอบถามไปสู่กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการด้านสุขภาพนครศรีธรรมราช ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยใช้ไลน์ (Line) จนครบตามจำนวนที่ต้องการรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ตั้งแต่เดือน ตุลาคมคม ถึงเดือน พฤศจิกายน 2568

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวិเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้รูปแบบสอบถามหลายรูปแบบ ได้แก่

1. คำถามแบบเลือกตอบ (Multiple Choice): สำหรับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale): สำหรับวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลด้านบทบาทหน้าที่ กฏระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่าง ของด้านสุขภาพนครศรีธรรมราช สอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูล ด้านบทบาทหน้าที่กฏระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่าง ๆ ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของด้านสุขภาพนครศรีธรรมราช สอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ตามแบบจำลองการวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model) 5 มิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) ความเอาใจใส่ (Empathy) และลักษณะทางกายภาพ

(Tangibles) ของกลุ่มตัวอย่าง และระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช โดยมีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักตามวิธีของ Likert (Five-Point Likert Scale ดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	→	ให้คะแนนเท่ากับ 5
ระดับความคิดเห็นมาก	→	ให้คะแนนเท่ากับ 4
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	→	ให้คะแนนเท่ากับ 3
ระดับความคิดเห็นน้อย	→	ให้คะแนนเท่ากับ 2
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	→	ให้คะแนนเท่ากับ 1

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติดังนี้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Simple Linear Regression Analysis) ใช้เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระ 1 ตัว (เช่น การรับรู้ข้อมูล (ตัวแปรต้น) ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ (ตัวแปรตาม) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ใช้เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระหลายตัว (เช่น คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ตามแบบจำลองการวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model) 5 มิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) ความเอาใจใส่ (Empathy) และลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) (ตัวแปรต้น) ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ (ตัวแปรตาม) การวิเคราะห์นี้จะช่วยระบุว่าปัจจัยใดมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β), ค่า t, ค่า Sig. โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน โดยส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มประชาชนทั่วไป เพศหญิง มีอายุระหว่าง 35-45 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประสบการณ์ใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช อยู่ระหว่าง 6 เดือน - 1 ปี ความถี่ในการใช้บริการอยู่ระหว่าง 1- 3 ครั้งต่อปี

ในภาพรวมผู้มาใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราชมีระดับความคิดเห็นการรับรู้ข้อมูลด้านบทบาทหน้าที่ ภาระเบี่ยง ชั้นตอน และบริการต่างๆ ของด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.16$, $SD = 0.441$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีการรับรู้ข้อมูลด้านบทบาทหน้าที่ ภาระเบี่ยง ชั้นตอน และบริการต่างๆ ของด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช มากที่สุด คือ ด้านบุคลากรนครศรีธรรมราชมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารอย่างทันเวลาอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, $SD = 0.743$)

รองลงมาคือ เอกสารและคู่มือที่ให้บริการของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชมีเนื้อหาชัดเจนเข้าใจง่าย อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$, $SD = 0.717$) เจ้าหน้าที่สามารถให้คำอธิบายและข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ กฎระเบียบ ขั้นตอน และการบริการต่างๆ ได้เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, $SD = 0.740$) ช่องทางการสื่อสารของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช เช่น โทรศัพท์ อีเมล หรือไลน์กลุ่ม มีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, $SD = 0.754$) เท่ากับ ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบ/ขั้นตอนมีความครบถ้วนเพียงพอ ต่อการปฏิบัติตาม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, $SD = 0.797$) ข้อมูลที่ด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช เผยแพร่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, $SD = 0.592$) และน้อยที่สุดคือ สามารถ เข้าถึงข้อมูลด้านบทบาทหน้าที่กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช ได้ง่ายผ่านเว็บไซต์/สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ (เช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, $SD = 0.720$) ตามลำดับ

ในภาพรวมผู้มาใช้บริการด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ตามแบบจำลองการวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model) 5 มิติ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.18$, $SD = 0.394$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ผู้มาใช้บริการด้านศุลกากร นครศรีธรรมราชมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ตามแบบจำลองการวัด คุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model) 5 มิติ มากที่สุด คือ ด้านความมั่นใจ (Assurance) อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.491$) รองลงมา คือ ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.488$) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$, $SD = 0.459$) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.17$, $SD = 0.474$) และ น้อยที่สุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, $SD = 0.545$) ตามลำดับ

ในภาพรวมผู้มาใช้บริการด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการใช้ บริการด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.07$, $SD = 0.473$) เมื่อพิจารณาเป็นราย ข้อ พบว่า ข้อที่ผู้มาใช้บริการมาใช้บริการด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการ ใช้บริการด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช มากที่สุด คือ ท่านมักบอกต่อหรือแนะนำบริการของด้านศุลกากร นครศรีธรรมราชให้ผู้อื่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, $SD = 0.714$) รองลงมาคือ ท่านต้องการให้ ผู้อื่นมารับบริการของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชเช่นกัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$, $SD = 0.708$) ท่านมีแนวโน้มเผยแพร่ความคิดเห็นเชิงบวกเกี่ยวกับด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.709$) ท่านความเข้าใจและยอมรับในกระบวนการ ให้บริการของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, $SD = 0.740$) ท่านติดตามบริการ ของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, $SD = 0.945$) ท่านปฏิบัติตาม ขั้นตอนการให้บริการของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชโดยไม่ลังเล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, $SD = 0.748$) ท่านมีแนวโน้มจะใช้บริการของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชในอนาคต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, $SD = 0.818$) ท่านยังคงเลือกใช้บริการของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชอย่างต่อเนื่อง

อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, $SD = 0.812$) ท่านมีความผูกพันกับด้านบุคลากรนครศรีธรรมราชจากประสบการณ์ที่ดีในอดีต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, $SD = 0.877$) และน้อยที่สุดคือ ท่านมีการใช้บริการของด้านบุคลากรนครศรีธรรมราชเป็นประจำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, $SD = 1.006$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ข้อมูลพื้นฐานบทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช

H0: การรับรู้ข้อมูลพื้นฐานบทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช ไม่ส่งผลต่อส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช (Sig. > 0.05)

H1: การรับรู้ข้อมูลพื้นฐานบทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด้านบุคลากรนครศรีธรรมราชส่งผลต่อส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช (Sig. < 0.05)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.647 แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ข้อมูลด้าน บทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด้านบุคลากรนครศรีธรรมราชมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ ตัวแปรการรับรู้ข้อมูลพื้นฐานบทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช สามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรของพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช ได้ร้อยละ 41.8 (Adj R2 =0.418) โดยตัวแปรด้านการรับรู้ข้อมูลพื้นฐานบทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช มี (Beta =0.647, t = 16.951, p = 0.000) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 : คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช

H0: คุณภาพการให้บริการไม่ส่งผลต่อส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช (Sig. > 0.05)

H1: คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช (Sig. < 0.05)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.480-0.675 ผลการวิจัยดังปรากฏในตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ตามแบบจำลองการวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model) 5 มิติ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช และพบว่า ตัวแปรคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ตามแบบจำลองการวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model) 5 มิติ สามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรของพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช ได้ร้อยละ 43.0 (Adj R2 =0.430) โดยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

ตามแบบจำลองการวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model) 5 มิติที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช มากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) (Beta = 0.232, t = 4.030, p = 0.000) รองลงมาคือ ด้านความมั่นใจ (Assurance) (Beta = 0.153, t = 2.846, p = 0.005) ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) (Beta = 0.147, t = 2.691, p = 0.007) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) (Beta = 0.144, t = 2.759, p = 0.006) และสุดท้าย คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) (Beta = 0.142, t = 2.916, p = 0.004) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาริวิจัย พบว่า การรับรู้ข้อมูลด้าน บทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ข้อมูลด้านบทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่าง ๆ ของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้บริการของประชาชนและผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติวรรณ จันท์เอียด (2566) กล่าวว่า การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรและการรับรู้คุณภาพการให้บริการอย่างน้อย 5 ปัจจัยมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เนื่องจากปัจจัยการรับรู้ข้อมูลด้าน บทบาท หน้าที่ กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ของด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช สามารถสร้างประสบการณ์โดยรวมให้ผู้ให้บริการด้านศุลกากรนครศรีธรรมราชในเชิงบวกได้ และสามารถเชื่อมโยงกับกรอบทฤษฎีทางการตลาดของ Robert S. Woodwor (1929, อ้างถึงใน Everydaymarketing 2567) ทฤษฎี Stimulus–Organism–Response (S–O–R) ที่ระบุว่า สิ่งเร้า (stimulus) ในงานวิจัยนี้ คือ คุณภาพของข้อมูลและการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาท กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ จะมีผลต่อสถานะภายในของผู้ใช้ (organism) ความเข้าใจ ความรู้สึกไว้วางใจ และนำไปสู่การตอบสนอง (response) คือ พฤติกรรมการใช้บริการหรือความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น จากการผลการศึกษาริวิจัยนี้ ด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช ควรสร้างสิ่งเร้า คือ คุณภาพของข้อมูลเกี่ยวกับบทบาท กฎระเบียบ ขั้นตอน และบริการต่างๆ ให้ดี มีความถูกต้อง ชัดเจน และเข้าถึงได้ง่าย จะช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถวางแผนการดำเนินงานด้านการนำเข้า–ส่งออกได้อย่างราบรื่น ลดข้อผิดพลาดและความล่าช้า ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจต่อการให้บริการ ซึ่งทำยที่สุดจะนำไปสู่พฤติกรรมการใช้บริการซ้ำและการเผยแพร่ภาพลักษณ์เชิงบวกต่อองค์กร

ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ตามแบบจำลองการวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model) 5 มิติ ได้แก่ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) ความเอาใจใส่ (Empathy) และลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านศุลกากรนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยพิจารณาจากค่า Sig. ของตัวแปรอิสระทั้งหมดซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องผลการศึกษาของ ตรีเนตร ต้นตระกูล, อุดม สมบูรณ์ผล และภณ ทัพพินท์ (2568) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการประกอบด้วย

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการ บริการ การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการและความเอาใจใส่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ขนส่งสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกาญจนบุรีโดยผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้า ด้านความเอาใจใส่ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นริศรา มณีสารและ อัจฉรวรรณ รัตนพันธ์ (2567) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อ กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ แอปพลิเคชันฟีดแบ็คของลูกค้าและผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลวิจัยดังกล่าวสามารถ เชื่อมโยงกรอบแนวคิดทฤษฎีของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) พัฒนาแบบจำลอง SERVQUAL เพื่อวัดคุณภาพการให้บริการ โดยแบ่งเป็น 5 มิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ และลักษณะทางกายภาพ ซึ่งถูกนำไปประยุกต์ใช้ในหลากหลายบริบท ทั้งภาครัฐและเอกชน

ในบริบทของด้านบุคลากร คุณภาพการให้บริการจึงไม่ได้หมายถึงเพียงงานด้านเทคนิคของการ ตรวจสอบ แต่รวมถึงการสื่อสาร ความพร้อมของบุคลากร การตอบสนองต่อคำร้องเรียน และ สภาพแวดล้อมการให้บริการ ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถเปลี่ยนทัศนคติและเจตนาพฤติกรรมของประชาชน และผู้ประกอบการได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml, Bitner และ Gremler, (2018) ศึกษาเรื่อง การตลาดบริการ (Service Marketing) และพบว่าคุณภาพการให้บริการที่ดีไม่เพียงช่วยเพิ่มความพึงพอใจ แต่ยังสร้างความภักดี (Loyalty) และพฤติกรรมการบอกต่อ (Word-of-Mouth) ในเชิงบวก ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญต่อองค์กรที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะจากผลงานวิจัย

1. พัฒนาช่องทางการสื่อสารข้อมูลให้ชัดเจนและเข้าถึงง่าย โดยด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช ควรปรับปรุงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอน กฎระเบียบ และบริการต่าง ๆ มีความชัดเจน เข้าใจง่ายและ ทันสมัย เช่น จัดทำสื่อในรูปแบบ อินโฟกราฟิก วิดีโอแนะนำขั้นตอน และคู่มือสั้นสำหรับประชาชนและผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มการรับรู้ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ
2. พัฒนาระบบให้คำปรึกษาล่วงหน้า ควรจัดบริการให้คำปรึกษาแก่ประชาชนและผู้ประกอบการ ก่อนเข้ารับบริการจริง เช่น การตรวจเอกสารเบื้องต้น การตอบคำถามเกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือการ แนะนำขั้นตอนที่เหมาะสม เพื่อช่วยลดข้อผิดพลาดและลดความสับสน
3. อบรมทักษะด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ควรมีการอบรมเจ้าหน้าที่ในด้านการสื่อสาร การรับ ฟัง การให้ข้อมูลเชิงบริการ และทักษะการจัดการอารมณ์ เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการและตอบสนอง ความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดีขึ้น
4. เพิ่มความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน ควรติดป้ายแสดงขั้นตอน ค่าธรรมเนียม มาตรฐานการ บริการบุคลากรไทย และกฎระเบียบที่จำเป็นอย่างชัดเจน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยเป็นแนวทางให้ด้านบุคลากรนครศรีธรรมราชเข้าใจถึงช่องว่างในการสื่อสารและการให้บริการ และสามารถพัฒนาหรือปรับปรุงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และพัฒนาบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ผลการวิจัยจะนำไปสู่การพัฒนาช่องทางการเข้าถึงข้อมูลที่เข้าใจง่ายและตรงประเด็นมากขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถวางแผนและดำเนินงานด้านการนำเข้า-ส่งออกได้อย่างราบรื่นและลดขั้นตอนที่ซับซ้อน
3. ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับงานวิจัยในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภาครัฐและการสื่อสารของหน่วยงานราชการในท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพิ่มตัวแปรอื่นที่คาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ เช่น ความไว้วางใจต่อหน่วยงาน ความโปร่งใส ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีบทบาทสำคัญในงานวิจัยบริการภาครัฐยุคใหม่
2. ศึกษาแยกตามกลุ่มเป้าหมาย การศึกษาแยกระหว่างประชาชนทั่วไปและผู้ประกอบการอาจพบความต้องการและความคาดหวังที่แตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้การเสนอแนะแนวทางบริการของด้านบุคลากรมีความเฉพาะเจาะจงและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก การสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการรายย่อย และผู้ใช้บริการที่พบปัญหา สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่การวิจัยเชิงปริมาณไม่สามารถอธิบายได้ เช่น อุปสรรคที่เกิดขึ้นจริง ความรู้สึกระหว่างให้บริการ หรือปัจจัยด้านพฤติกรรมที่ซ่อนอยู่
4. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการจริง เช่น จำนวนครั้งการให้บริการ การปฏิบัติตามขั้นตอน หรือระยะเวลาในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวัดผลมากขึ้น

ข้อจำกัดการวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยนี้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่ใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราช ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประชาชนทั่วไปและอาจเป็นเพียงผู้มาใช้บริการในช่วงเวลาหรือลักษณะบริการบางประเภทเท่านั้น ทำให้ผลการวิจัยอาจไม่สามารถเป็นตัวแทนของผู้มาใช้บริการด้านบุคลากรนครศรีธรรมราชทั้งหมดได้อย่างสมบูรณ์

บรรณานุกรม

- กรมศุลกากร. (2567). มาตรฐานการบริการศุลกากรไทย. สืบค้นจาก
https://www.customs.go.th/data_files/2d8f425e10a2561cab3136ab4b7bc709.pdf
- กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมศุลกากร. (2568). นโยบายกำกับดูแลองค์กรที่ดี ของกรมศุลกากร
กระทรวงการคลัง ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568. สืบค้นจาก
https://www.customs.go.th/data_files/08b53877cc23d892746b0e35d6a0f271.pdf
- กิตติวรรณ จันทร์เอียด. (2566). อิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี
ต่อการใช้บริการผ่านการรับรู้คุณภาพการให้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. Journal of Roi Kaensarn Academi, Vol. 9 No.1
สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSa/article/view/264730/178987>
- กษราภรณ์ เกษทอง, เกียรติพงษ์ เบ้าทอง, เบญจมาศ ยืนยง ,บุรินทร์ ศิริเนตร และมณีกาญจน
เขี้ยวรัต.(2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร
ญี่ปุ่นอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี.วารสารศรีวนาลัยวิจัย, 15(1). สืบค้นจาก
<https://so13.tci-thaijo.org/index.php/SVNL/article/view/2381/1528>
- คณิตวิภา วรธนะสาร และชวัลณัฐ หงส์วานิชวงศ์. (2568) การรับรู้คุณภาพการให้บริการที่ส่งผล
ต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการของผู้โดยสาร สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย.
Journal of Integration Social Sciences and Development, Vol.5, No.1. สืบค้นจาก
<https://so15.tci-thaijo.org/index.php/JISSD/article/view/1876/1015>
- ชนัดต์ ไชยานนท์ และจิระพงศ์ เรืองกุน. (2565).อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึง
พอใจของลูกค้าและภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้า
ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ.วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุบลราชธานี,11(1). สืบค้นจาก [https://so06.tci-](https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/275455/184027)
[thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/275455/184027](https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/275455/184027)
- ด่านศุลกากรนครศรีธรรมราช. (2568). เกี่ยวกับด่านศุลกากรนครศรีธรรมราช สืบค้นจาก
<https://nakhonsithammarat.customs.go.th/>
- ตรีเนตร ตันตระกูล,อุดม สมบูรณ์ผล และภณ ทัพพินท์กร.(2568). คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกาญจนบุรี. วารสารส่งเสริมและ
พัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 3(3), 787.
สืบค้นจาก <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/MADPIADP/article/view/2996/2211>
- นริศรา มณีสาร และ อัจฉราวรรณ รัตนพันธ์.(2567).คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อกระบวนการ
ตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.วารสาร
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 14(2). สืบค้นจาก
https://doi.nrct.go.th/admin/doc/doc_663628.pdf

- นาดียา กูโน, ภัทรพร อุดมทรัพย์ และวรางคณา ตันทสันติสกุล. (2563). การรับรู้ข่าวสารและทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การใช้ถุงพลาสติกของประชากรในจังหวัดสงขลา. วารสารสิ่งแวดล้อม, 24 (2). สืบค้นจาก <https://thaienvi.com/storage/ckeditor/file/file-272-Thai-884257897.pdf>
- ณโรจ ศรีวรวัฒน์. (2565). การรับรู้และทัศนคติของผู้ที่ปฏิบัติงานบนเรือหลวงต่อภารกิจรักษาผลประโยชน์ของชาติทางทะเล : กรณีศึกษา การลักลอบขนสินค้าผิดกฎหมายในทะเล และการทำประมงผิดกฎหมาย.(สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารกิจการทางทะเล (สหสาขาวิชา) สหสาขาวิชาการบริหารทางทะเล บัณฑิตวิทยาลัย). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นจาก <https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=9304&context=chulaetd>
- ประภาพร สิงห์ทอง และทัศษกร ศรีสุข. (2564). การศึกษาปัจจัยการให้บริการเพื่อพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศกรณีศึกษาสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 23(1), 159. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/250506/169804>
- ปรารธนา สิริวรกุล. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์. (สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ). มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3829/1/TP%20MM.062%202563.pdf>
- วิชชุ ชาญณรงค์. (2563). 5 คุณสมบัติที่นักบริการควรมี. https://gridmag.safesavethai.com/leadership_path/
- ศศิณัฐ ผลวาวแว และอภิขญา อารีเอื้อ. (2567). คุณภาพบริการตามความคาดหวังและตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการ แผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารสิ่งแวดล้อมศึกษาการแพทย์และสุขภาพปีที่, 9(4). สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/hej/article/view/279841/187089>
- ศิริวรรณ ลักษณะวงศ์ และศราณี เวศยาสิรินทร์. (2568). อิทธิพลของการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารศิลปการจัดการ, 9(5). สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/view/281392/186685>
- สุขมงคล เลิศภิรมย์สุข, สมชาย เลิศภิรมย์สุข, อรสา อร่ามรัตน์, สุนา สุทธิเกียรติ และปรียานุช กิจรุ่งโรจน์เจริญ. (2567). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของลูกค้าสำนักงานบัญชีที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: บทบาทการส่งผ่านของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 11(2). สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/mmr/article/view/270123/184409>

- โสรยา สุภาพล, ลัดดาวลัย สำราญ และพีรญาณ์ ด้วงช้าง. (2563). ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี. *Burapha Journal of Business Management, Burapha University, Vol.9 No.1*. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/BJBM/article/view/227647/164437>
- อภิขญา จันทะรังษี และวงศ์ธีรา สุวรรณิน. (2567). การรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการในแผนกผู้ป่วยนอกสถาบันพัฒนาการเด็กราชนครินทร์ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหงปีที่ 7(1)*. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ibas/article/view/267659/180602>
- อาทิตยา สมณา. (2564). ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่บุคลากรส่วนบริการบุคลากรที่ 1 สำนักงานบุคลากรท่าเรือแหลมฉบัง (งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). *วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*. สืบค้นจาก <https://ir.buu.ac.th/dspace/bitstream/1513/371/1/62930052.pdf>
- อรทัย แก้วจรัสวิไล. (2564). การรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลวชิรพยาบาล. *มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด*. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-2/6114993314.pdf>
- Everydaymarketing. (2567). เข้าใจพฤติกรรมกรรมการตอบสนองของลูกค้า ด้วยทฤษฎี S-O-R Theory. สืบค้นจาก <https://everydaymarketing.co/marketing-framework/understand-customer-response-behavior-with-sor-theory/>
- geeksforgeeks. (2568). SERVQUAL แบบจำลองคุณภาพบริการ. สืบค้นจาก <https://www.geeksforgeeks.org/marketing/servqual-model-of-service-quality/>
- Google. (2025, December 2-3. Gemini (Flash 2.5) [Large language model]. Retrieved from <https://gemini.google.com/>
- OpenAI. (2025, October 8). ChatGPT (GPT-4) [Large language model]. <https://chat.openai.com/productmindset>. (2565). แบบจำลองของ Engel Kollat Blackwell คืออะไร. สืบค้นจาก <https://productmindset.substack.com/p/ekb-model-of-consumer-behaviour>
- Rocket, (2024). พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) คืออะไร แปรนัยยุคใหม่ควรรับมืออย่างไร. สืบค้นจาก <https://rocket.in.th/blog/customer-behavior/#:~:text=Customer%20Behavior>