



คุณภาพการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด Service Quality of Harpers Freight International Air Cargo Co., Ltd.

ญาณิศา เชื้อหอม*, ชินโสณ วิสิฐนิธิกิจา

Yanisa Chuahom, Chinnaso Visitnitikija

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพมหานคร 10250

Master Student of Business Administration, Graduate School Kasem Bundit University, Bangkok 10250 Thailand

*Corresponding author E-mail: baitaew310735@outlook.co.th

(Received: June 5, 2020 ; Revised : June 12, 2020 ; Accepted : July 20, 2020)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณภาพการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด 2) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด 3) เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล 4) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด ประชากรในการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ เลือกตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-test ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test, (One-way ANOVA), Correlation และ Multiple Regression Analysis

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-41 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 45,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี มีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีตำแหน่งงานเป็นผู้ช่วยผู้จัดการ คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจการให้บริการอยู่ในระดับสำคัญมาก ความถี่ในการใช้บริการและตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการแตกต่างกัน คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการอยู่ในระดับสูงทิศทางเดียวกัน คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ, ธุรกิจขนส่ง, ความพึงพอใจในการให้บริการ, ตอบสนองความต้องการ



Abstract

This study had four major purposes: 1) to study the service quality of Harpers Freight International Air Cargo Co., Ltd., 2) to study the level of consumer satisfaction of Harpers Freight International Air Cargo Co., Ltd., 3) to compare the consumer satisfaction of Harpers Freight International Air Cargo Co., Ltd. classified by personal information, and 4) to investigate the relationship between service quality and consumer satisfaction of Harpers Freight International Air Cargo Co., Ltd. The sample group was 400 former customers of Harpers Freight International Air Cargo Co., Ltd. by using a questionnaire as a research tool for studying and statistics used were percentage, mean, t-test, f-test, One-way ANOVA, correlation, and multiple regression analysis.

The results showed that most of the respondents were female, aged 31-41 years old, earned a bachelor's degree, had a position as assistant manager, with an average monthly income of more than 45,000 Baht, and the frequency of using the service were 1-2 times per week. The overall picture of the opinions on the service quality and consumer satisfaction was at a high level. The results of the hypothesis testing of personal differences in the term of the frequency of using the services and the positions affected consumer satisfaction. The service quality correlated with consumer satisfaction was at a high level in the same direction. The service quality influenced consumer satisfaction with a statistical significance at the level of 0.05.

Suggestions from the results of the study to be used as a guideline to improve the service quality of Harpers Freight International Air Cargo Co., Ltd. were to create service model to meet the need of each group of customers, provide technology to increase convenience for users, organize staff training to have more knowledge, ability, and skills in providing professional services, set up a system to record customer service users to use customer behavior data to develop service forms to meet the needs.

Keywords : Service quality, Transportation business, Service satisfaction, Meet the needs



บทนำ

ปัจจุบันการขนส่งสินค้าโดยทางอากาศเป็นการขนส่งที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ประเทศต่าง ๆ มีการพัฒนาสนามบินพาณิชย์ให้ทันสมัยและเพียงพอกับความต้องการ บริษัทสร้างเครื่องบินมีการสร้างเครื่องบินซึ่งมีขนาดใหญ่และสมรรถภาพในการบินสูง สามารถบรรจุสินค้าและบรรทุกผู้โดยสารได้มากขึ้น มีเครื่องมือในการขนส่งอันทันสมัยครบครัน เพื่อการขนส่งสินค้าดำเนินไปอย่างสะดวกและรวดเร็วจากผู้ส่งที่เมืองต้นทางไปยังเมืองผู้รับปลายทางทางอากาศ เพื่อความรวดเร็ว ความแน่นอน สม่าเสมอและตรงต่อเวลา การตัดสินใจเลือกประเภทการขนส่งมักจะขึ้นอยู่กับปัจจัย ลักษณะของสินค้า เสื่อมสภาพได้ง่าย (เช่น ผักสด ผลไม้สด ดอกไม้) สมัยนิยม (เช่น แฟชั่นเสื้อผ้าสำเร็จรูป) แรงด่วน มูลค่าสูง ลักษณะของความต้องการอยู่ในระหว่างภาวะฉุกเฉิน เช่น อาวุธสงคราม ยารักษาโรค กำลังทดลองตลาด เป็นฤดูกาล (เช่น ผลไม้) และลักษณะของตลาด เช่นในประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล การขนส่งด้วยวิธีอื่นอาจไม่ทันต่อเหตุการณ์ (การขนส่งสินค้าทางอากาศ Air freight, 2017: ออนไลน์)

การทำธุรกิจส่งออกสินค้านั้นระหว่างต่างประเทศ ผู้ส่งออกจะต้องทราบเรื่องที่เกี่ยวข้องหลายเรื่องเพื่อประโยชน์ในการทำธุรกิจให้ได้กำไร เรื่องที่ต้องเรียนรู้ขึ้นอยู่กับสินค้าที่ต้องการส่งออก โดยหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงในการช่วยเหลือให้ผู้ส่งออก สามารถเรียนรู้เพิ่มเติมก็คือกรมส่งเสริมการส่งออกกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานอื่นที่จะช่วยเสริมความรู้ก็คือ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง และหน่วยที่เกี่ยวกับการค้าต่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ จากสภาพความเป็นจริง ผู้ส่งออกต้องมีความรู้และทราบว่าสินค้านั้นจะส่งออกนั้นตรงกับพิกัดศุลกากรระบบ HS พิกัดใดในระดับ 8-10 หลัก และรายการสินค้านั้นเป็นสินค้าควบคุมหรือไม่โดยหน่วยงานใดของรัฐบาลไทย และมีกฎหมายหรือระเบียบใดที่ควบคุมสินค้านั้นอยู่ และต้องทราบรายละเอียดเกี่ยวกับประเทศที่ต้องการส่งออกไปจำหน่าย ประเทศเหล่านั้นคือประเทศผู้นำเข้าจึงต้องทราบความต้องการของตลาด คุณภาพของสินค้าที่ต้องการ และกฎระเบียบที่ควบคุมสินค้านั้นในประเทศเหล่านั้นอีกทั้งต้องผ่านกระบวนการตามขั้นตอนการส่งออก ที่มีขั้นตอนหลักอยู่ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการทำธุรกิจการส่งออก ขั้นตอนพิธีการศุลกากร และขั้นตอนการรับเงินค่าสินค้า (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2562) รวมถึงขั้นตอนการขนส่งสำหรับการค้าระหว่างประเทศที่มีความสำคัญอย่างมาก แต่ด้วยขั้นตอนการขนส่ง และพิธีการต่าง ๆ มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก พิธีการส่งออกเป็นขั้นตอนสุดท้ายสำหรับการส่งออกสินค้า แต่ก็ขั้นตอนที่มีความซับซ้อนมากขั้นตอนหนึ่ง แต่ถ้าได้มีการศึกษาและเตรียมพร้อมล่วงหน้าแล้วก็จะไม่มีความยุ่งยาก เพราะรัฐบาลเองก็ส่งเสริมให้มีการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศอยู่แล้ว จึงได้พยายามลดขั้นตอนหรืออุปสรรคต่าง ๆ

ลงเพื่อช่วยให้ผู้ส่งออกเกิดความสะดวกรวดเร็วในการจะส่งออกสินค้า โดยปกติแล้วการส่งออกสินค้าแต่ละชนิดโดยเฉพาะสินค้านั้นที่มีการควบคุม ก็จะมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการควบคุมสินค้านั้นโดยตรง ซึ่งอาจจะเป็นหน่วยงานเดียวหรือหลายหน่วยงานก็ได้ ทำให้มีการจัดตั้งบริษัทที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการส่งออก ซึ่งในปัจจุบันมีบริษัทที่ดำเนินกิจการในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิจำนวนหลายร้อยราย มีการแข่งขันในธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าเร่งด่วนสูง ซึ่งหัวใจสำคัญ คือ การให้บริการที่มีความถูกต้อง สะดวก และรวดเร็วมีคุณภาพจะทำให้ได้เปรียบคู่แข่งในตลาด ซึ่งปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงาน ส่งผลทำให้เกิดความล่าช้า และไม่ได้ได้รับความไว้วางใจจากผู้รับบริการ หากต้องการที่จะได้เปรียบคู่แข่งนั้นในการดำเนินงานทุก ๆ กระบวนการจะต้องมีประสิทธิภาพ (การขนส่งสินค้าทางอากาศ Air freight, 2017: ออนไลน์)

บริษัทตัวแทน หรือ IATA CARGO AGENT หมายถึงบริษัทที่ได้รับรองจากสมาคมการขนส่งทางอากาศและแต่งตั้งโดยบริษัทการบิน ให้ดำเนินการรับและออกเอกสารกำกับสินค้า Air Waybill พร้อมทั้งเก็บค่าขนส่งที่เกี่ยวข้องในนามของบริษัทการบิน บริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทที่ให้บริการเป็นตัวแทนการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศ โดยบริษัทฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด เป็นตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศยาน และเป็นผู้ให้บริการ Airport handling แบบครบวงจรตามมาตรฐานสากล โดยทำการขนส่งเชื่อมโยงเมืองระหว่างประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยผ่านสายการบินต่าง ๆ ที่เป็นคู่ค้ากับบริษัท โดยมีราคาเป็นตัวกำหนด และมีการบริการที่ครอบคลุมทั้งทางด้านดำเนินการศุลกากร ตลอดจนมีเจ้าหน้าที่มีอาชีพที่ดูแลสินค้าทุกขั้นตอนจนส่งมอบให้กับคลังสินค้าในการเป็นตัวแทนการขนส่งสินค้านั้น บริษัทได้กำหนดเป้าหมายให้การบริการพิธีการศุลกากรที่ดำเนินการอย่างถูกต้องและแม่นยำ ตามหลักกฎหมาย เพื่อรักษาสีทึบของผู้ส่งออก-นำเข้า ให้บริการการจัดระวางบรรทุกสินค้าที่มีมาตรฐานและความปลอดภัยขั้นสูงสุดตามกฎหมาย IATA ขนส่งสินค้าที่มีมาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย และรักษาเวลาให้ทันกับการดำเนินงานและถือเป็นแนวทางที่ทุกหน่วยงานจะต้องปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จให้การบริการมีคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ (บริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด, 2011: ออนไลน์)

จากเหตุผลและความสำคัญดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นพนักงานของบริษัทฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด จึงเห็นความสำคัญของการพัฒนาการบริการขนส่งสินค้าทางอากาศยานให้เต็มศักยภาพตามขั้นตอนการส่งออกที่สามารถจัดการการบริการ สินค้าและกระบวนการส่งออกให้มีคุณภาพเพียงพอต่อการแข่งขันในการเป็นตัวแทนขนส่งสินค้าทาง



อากาศยาน จึงต้องการที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด เพื่อให้บริษัทได้รับข้อมูลเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของบริษัท

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด

สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกัน
2. คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด
3. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง คุณภาพการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด โดยใช้แบบสอบถามมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด ในปี 2562 จำนวน 400 คน

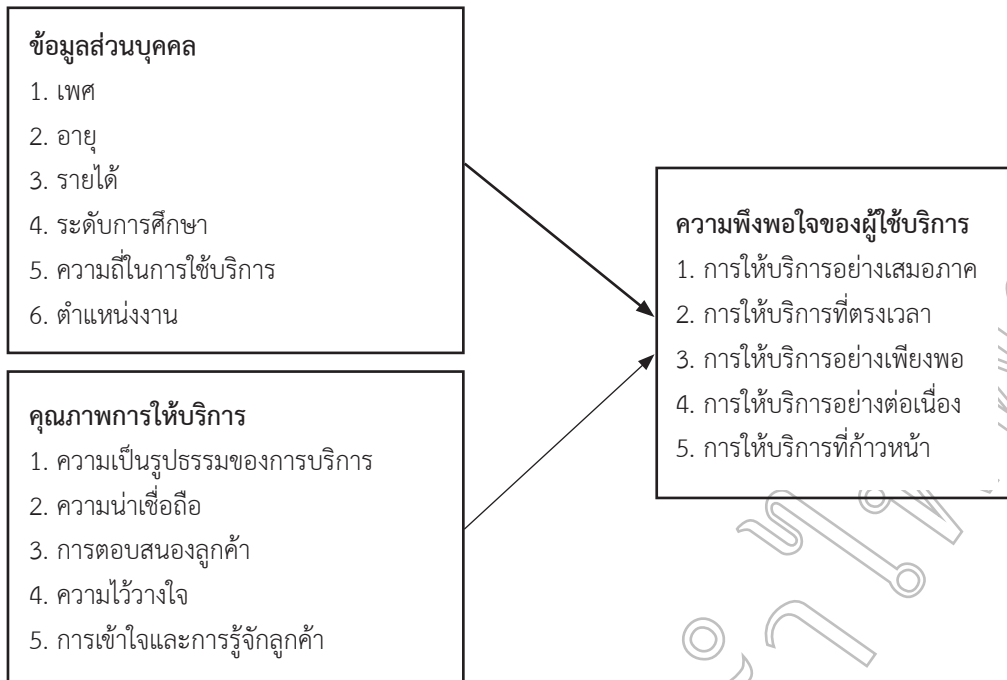
กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด ในปี 2562 จำนวน 40 คน ได้มาโดยการเลือกสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) ซึ่งเป็นผู้ให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์

เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด ที่ผู้ศึกษาค้นคว้าเป็นพนักงานผู้ให้บริการอยู่ และเป็นผู้ที่มาติดต่อรับบริการที่มารับบริการทั้งในแผนก CONSOL และแผนก SHIPPING โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ แบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที (t-test) แบบ Dependent

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการสอบถามในเรื่อง เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ความถี่ในการใช้บริการ ตำแหน่งงาน การสร้างลักษณะคำถามเป็นลักษณะนามบัญญัติ (Nominal Scale) เป็นการวัดข้อมูลเพื่อจัดแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามคุณสมบัติที่กำหนด โดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ แต่ผู้ตอบสามารถเลือกตอบเพียงข้อเดียว ข้อมูลที่วัดได้ในระดับนี้ใช้สถิติอย่างง่ายในการคำนวณ คือ ค่า t-test โดยในข้อมูลส่วนที่ 1 ประกอบด้วย จำนวนคำถามทั้งสิ้น 6 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ โดยเป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้สถิติในการวิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test, (One-way ANOVA) ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัยโดยประยุกต์จากแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) ทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมในส่วนของ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความไว้วางใจ ความไว้วางใจ ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า มีคำถามจำนวน 37 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยเป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้สถิติในการวิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test, (One-way ANOVA) ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัยโดยประยุกต์จากแนวคิดของ John D. Millet (1954) ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมในส่วนของการให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการที่ก้าวหน้า มีคำถามจำนวน 31 ข้อ



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความถูกต้องในสำนวนภาษา โดยผู้ทรงคุณวุฒิได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน โดยหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งได้ค่าเฉลี่ยทั้งฉบับเท่ากับ .916

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม มาใช้ในทดสอบการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด และได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-41 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีตำแหน่งงานเป็นผู้ช่วยผู้จัดการ

ตอนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ด้านความไว้วางใจ	4.14	.405	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.14	.377	มาก
ด้านการตอบสนองลูกค้า	4.14	.421	มาก
ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า	4.10	.436	มาก
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.03	.433	มาก
รวมเฉลี่ย	4.11	.415	มาก



จากตารางที่ 1 คุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความไว้วางใจ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการตอบสนองลูกค้า รองลงมาคือด้านการเข้าใจ

และรู้จักลูกค้า และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการให้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด

รายการ	$\bar{x}$	SD	ระดับ
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.13	.430	มาก
ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา	4.13	.423	มาก
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	4.13	.438	มาก
ด้านการให้บริการที่ก้าวหน้า	3.98	.445	มาก
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	3.98	.415	มาก
รวมเฉลี่ย	4.07	.430	มาก

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา และด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการให้บริการที่ก้าวหน้า และ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 1 บุคคลที่มี เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด ที่ต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความพึงพอใจ		P-Value	ผลการทดสอบ
	t	F		
เพศ	-1.786	-	0.080	ไม่แตกต่าง
อายุ	-	0.209	0.933	ไม่แตกต่าง
รายได้	-	0.852	0.513	ไม่แตกต่าง
ระดับการศึกษา	-	0.686	0.602	ไม่แตกต่าง
ตำแหน่งงาน	-	2.464	0.045*	แตกต่าง
ความถี่ในการใช้บริการ	-	3.064	0.017*	แตกต่าง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงาน และความถี่ในการใช้บริการโดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ กับความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด



ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ กับความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท
ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด

คุณภาพการให้บริการ	ค่าความสัมพันธ์	Sig	แปลผล
ด้านความไว้วางใจ	.727**	.00	ปานกลาง
ด้านความน่าเชื่อถือ	.788**	.00	ปานกลาง
ด้านการตอบสนองลูกค้า	.803**	.00	สูง
ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า	.786**	.00	ปานกลาง
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	.665**	.00	ปานกลาง
รวม	.753**	.00	ปานกลาง

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .753$) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตอบสนองลูกค้า มีความสัมพันธ์ทางบวก กับความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด อยู่ในระดับสูง ($r = .803$) ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า และด้านความไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .788, .786, .727, .665$)

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด มีประเด็นที่จะมาอภิปรายดังนี้ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความไว้วางใจ และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า พบว่า ภาพรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก และปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการที่ก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ พบว่า ภาพรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก เนื่องจากนโยบายการเป็นตัวแทนส่งออกสินค้าของทางบริษัท บริษัทได้กำหนดเป้าหมายให้การบริการพิธีการศุลกากรที่ดำเนินการอย่างถูกต้องและแม่นยำตามหลักกฎหมาย เพื่อรักษาสีทธิของผู้ส่งออก-นำเข้า ให้บริการ การจัดระวางบรรทุกสินค้าที่มีมาตรฐานและความปลอดภัยขั้นสูงสุดตามกฎหมาย IATA ขนส่งสินค้าที่มีมาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย และรักษาเวลาให้ทันกับการดำเนินงานและถือเป็นแนวทางที่ทุกหน่วยงานจะต้องปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จให้การบริการมีคุณภาพ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ ส่งผลให้เรื่องคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก

1. คุณภาพการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด จากการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก จึงแสดงให้เห็นว่า พนักงานและระบบการบริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด มีคุณภาพ ภาพรวมสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสรยา สุภาพผล และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการขนส่งสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า : กรณีศึกษา บริษัทเอกชัย สาส์พรธรรม จำกัด พบว่า คุณภาพการให้บริการทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ภาพรวมสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพิน ใจมีสุขทุกเพลลา และศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร (2560) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท บริษัท บี.เอช. ไทยเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท บริษัท บี.เอช. ไทยเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด พบว่า ผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการนำเข้า-ส่งออก ต่าง ๆ แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง บริการด้วยความรับผิดชอบและเต็มใจ มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการจัดทำเอกสารประกอบการส่งออกสินค้าส่งออก ในระบบ EDI มีอุปกรณ์ Print TAX ที่ทันสมัยในการให้บริการ และป้ายข้อความบอกจุดบริการ/ป้ายประชาสัมพันธ์ มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก

ด้านความน่าเชื่อถือ ภาพรวมสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุมพร แยมโอบษฐ์ (2555) ศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท ปานทอง ทรานสปอร์ต จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท ปานทองทรานสปอร์ต จำกัด พบว่า สินค้าอยู่ในสภาพเรียบร้อย หีบห่อ บรรจุภัณฑ์ ไม่ชำรุด ฉีกขาด หรือเสียหาย การรับผิดชอบเปลี่ยนรถขนส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดในกรณีที่รถขนส่ง



มีปัญหา และรถขนส่งสินค้าถูกต้องตามกฎหมายกำหนดและถูกต้องตามกฎระเบียบข้อบังคับของลูกค้า พนักงานจัดส่งสินค้าปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของลูกค้า ระดับคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการตอบสนอง ภาพรวมสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพิน ใจมีสุขทุกเพลลา และศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร (2560) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท บริษัท พี.เอช. ไทยเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท บริษัท พี.เอช. ไทยเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด พบว่าบริการมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันเวลาที่ สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าที่นำเข้าและส่งออกได้ มีการติดต่อแจ้งการนำส่งสินค้ากับผู้รับปลายทางอย่างชัดเจน มีการติดต่อแจ้งการนำส่งสินค้ากับผู้ส่งสินค้ากรณีเกิดข้อผิดพลาด มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ผู้รับบริการ ได้แจ้งให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจนว่าจะได้รับบริการนั้นเมื่อใด บริการด้วยความรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา สินค้าถึงปลายทางตามกำหนดเวลา และมาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ระดับคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองอยู่ในระดับสำคัญมาก

ด้านความไว้วางใจ ภาพรวมสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักค์วัฒน์ อินทรวงษ์โชติ และคณะ (2556) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของโลจิสติกส์ประเทศไทยและลาว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของโลจิสติกส์ประเทศไทยและลาว พบว่าให้ความช่วยเหลือและรับผิดชอบกรณีเกิดความเสียหาย สามารถตอบข้อซักถามได้ถูกต้องชัดเจน มีกระบวนการนำส่งสินค้าถึงผู้รับปลายทางอย่างปลอดภัย สินค้าไม่ได้รับความเสียหาย มีการจัดทำเอกสารใบเกษตร ใบรับรองถิ่นกำเนิด ของสินค้าได้ถูกต้อง มีการชั่ง/โหลดสินค้าขึ้นเครื่องได้ถูกต้อง และผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ ระดับคุณภาพการให้บริการด้านความไว้วางใจอยู่ในระดับสำคัญมาก

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ภาพรวมสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพิน ใจมีสุขทุกเพลลา และศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร (2560) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท บริษัท พี.เอช. ไทยเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท บริษัท พี.เอช. ไทยเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด พบว่า ถือว่าผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดแนะนำและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการเป็นอย่างดี มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ทั่วถึง มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่เข้าถึงง่าย ผู้ให้บริการสามารถจดจำรายละเอียดการนำเข้า-ส่งออกสินค้าของลูกค้าได้ ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และสามารถจัดทำเอกสารดำเนินพิธีการต่าง ๆ ถูกต้องครบถ้วน

ตามชนิดสินค้า ระดับคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าอยู่ในระดับสำคัญมาก

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด ในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการ ที่ตรงเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องด้านการให้บริการที่ก้าวหน้า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญญา จรัสพันธ์ (2557) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จี เนท โมบาย เซอร์วิสเซ็นเตอร์ จันทบุรี พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการธุรกิจการขนส่งสินค้าทางอากาศ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการที่ก้าวหน้า ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ภาพรวมสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีฟ อาหามะ และซิมโสมน์ วิสิฐนิกิจา (2558) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการโรงพักสินค้าของการท่าเรือ แห่งประเทศไทย พบว่าการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก

4. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด ภาพรวมสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์นารา จิระนันท์มงคล และซิมโสมน์ วิสิฐนิกิจา (2562) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธุรกิจการขนส่งสินค้าทางอากาศ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก

จากผลการวิจัยเบื้องต้นจึงสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านการตอบสนอง ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ผู้บริหารควรสร้างรูปแบบการให้บริการที่ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มอย่าง เช่น กลุ่มผู้ที่ส่งออกสินค้าที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ กล่าวคือ มีการลงทะเบียนต่อบริษัท ว่าเป็นสมาชิกที่ส่งออกสินค้า



ทางอากาศ เมื่อมีรถของบริษัทไปรับสินค้าในพื้นที่จะสามารถแจ้งกับพนักงานขับรถให้ไปรับสินค้าที่จะฝากส่งผ่านทาง Application โดยไม่ต้องเดินทางไปส่งที่บริษัทด้วยตนเอง และมีรายละเอียดการบริการใน Application เพื่อเป็นการสร้างรูปแบบการให้บริการที่เพิ่มความสะดวกแก่ผู้ให้บริการได้เป็นอย่างดี

2. ด้านการตอบสนอง ผู้บริหารควรมีการแยกกลุ่มความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการออกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ เช่น กลุ่มที่ใช้บริการเพื่อการทำธุรกิจและกลุ่มที่ไม่ใช่ทำธุรกิจ เพื่อให้เห็นความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการที่มีความต้องการแตกต่างกัน เมื่อความต้องการของผู้ใช้บริการมีความชัดเจนขึ้นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการก็จะทำได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

3. ด้านความไว้วางใจ ผู้บริหารควรจัดฝึกอบรมพนักงานใหม่ให้มีทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและปลูกฝังจิตบริการ หมั่นเวียนหน้าที่การทำงานของพนักงานเพื่อให้ทราบถึงการทำงานของทุกฝ่าย ให้มีประสบการณ์การจริงเมื่อเกิดปัญหาต่อผู้ที่มาใช้บริการพนักงานที่อยู่ในเหตุการณ์จะสามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้พนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ การทดสอบผลการปฏิบัติงานเป็นระยะเพื่อสร้างมาตรฐานของพนักงาน

4. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ผู้บริหารควรเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ รูปแบบพฤติกรรมการใช้บริการผ่านระบบการเก็บข้อมูลแบบสมาชิกเพื่อที่จะสามารถทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการว่ามีความต้องการแบบใด จุดประสงค์การใช้บริการเพื่อสิ่งใดมากที่สุด เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด ต่อไป

5. ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้บริหารควรฝึกอบรมพนักงานของบริษัทให้สามารถตอบข้อซักถาม ได้อย่างถูกต้องและชัดเจนเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของผู้ส่งออกสินค้าทางอากาศ เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด ควรสร้างรูปแบบการให้บริการสนองตอบความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม นำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ จัดอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถและทักษะในการให้บริการอย่างมืออาชีพ จัดระบบบันทึกข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าเพื่อนำข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าไปพัฒนารูปแบบการบริการตอบสนองความต้องการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- การขนส่งสินค้าทางอากาศ air-freight. (2560). การขนส่งสินค้าทางอากาศ. เข้าถึงเมื่อ 15 พฤษภาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.goodfreight-th.com>
- ชุมพร แยมโอษฐ์. (2555). คุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท ปานทอง ทรานสปอร์ต จำกัด. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- บริษัท ฮาร์เปอร์ส เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์ คาร์โก้ จำกัด. (2554). Harpers Freight International Air Cargo Co., Ltd. เข้าถึงเมื่อ 15 พฤษภาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.harpersfreight.com/>
- พิมพ์นารา จิระนันท์มงคล และชินโสณ วิสิฐนิจิศา. (2562). คุณภาพการให้บริการของธุรกิจการขนส่งสินค้าทางอากาศ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- เพ็ญญา จรัสพันธ์. (2557). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จี เนท โมบาย เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภักดิ์วัน อินทรวงษ์โชติ และคณะ. (2556). คุณภาพการให้บริการของโลจิสติกส์ประเทศไทยและลาว. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย การจัดการและนวัตกรรม สาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ยุพิน ใจมีสุขทุกเพล และศักดิ์สิน กลิ่นสุนทร. (2560). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท บริษัท บี.เอช. ไทย เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- โสรยา สุภาพล และคณะ. (2562). คุณภาพการบริการขนส่งสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า : กรณีศึกษาบริษัท เอกชัย สาสีสุพรรณ จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ และเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- อารีฟ อาหามะ และชินโสณ วิสิฐนิจิศา. (2558). คุณภาพการให้บริการโรงพักสินค้าของการท่าเรือแห่งประเทศไทย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.