

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

ธีรจิตร สอนแจ้ง

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร

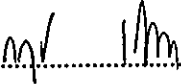
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กรกฎาคม 2559

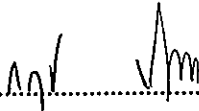
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

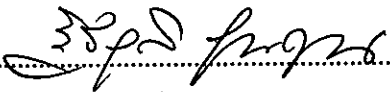
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา  
งานนิพนธ์ของ ชีรจิตร สอนแจ้ง ฉบับนี้แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

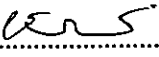
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ดร.กฤษ จรินโท)


คณะกรรมการสอบปากเปล่า

  
..... ประธาน  
(ดร.กฤษ จรินโท)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐวุฒิ รุ่งแทนคุณ)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา

  
..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่ 17 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2559

## กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.กฤษ จรินโท อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ คอยให้กำลังใจ และให้ความห่วงใยเสมอมา ผู้ทำวิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.กฤษ จรินโท ประธานกรรมการสอบงานนิพนธ์ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะให้งานนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และผู้ทำการวิจัยได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐวุฒิ ฐิแทนคุณ กรรมการสอบงานนิพนธ์ กรุณาให้คำชี้แนะแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัย ทำให้งานนิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และกราบขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และประสบการณ์การเรียนการสอนที่มีค่ายิ่ง

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่รัฐ ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก และพนักงาน BOI ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสัมภาษณ์ ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี รวมถึงกำลังใจที่ได้รับในการทำงานนิพนธ์ในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอรำลึกถึงพระคุณของบิดา มารดา ผู้เป็นที่รักและมีพระคุณอันยิ่งใหญ่ ที่ให้กำเนิด ให้สติปัญญา ขอขอบคุณพี่น้องในครอบครัวทุกท่านที่ให้กำลังใจตลอดมา รวมทั้งกัลยาณมิตรทุกท่านที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ด้วยดีเสมอมา จนงานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณประโยชน์และความดีที่ได้รับจากงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ทำการวิจัยขอมอบเป็นเครื่องมีบูชาพระคุณบิดามารดา และบูรพาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา รวมถึงผู้มีพระคุณทุกท่าน ทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษาและประสบความสำเร็จมาจนตราบเท่าทุกวันนี้

ธีรจิตร สอนแจ้ง

57710077: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร; บธ.ม. (บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร)

คำสำคัญ: การเลือกใช้บริการ/เขตปลอดอากร/ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

ธีรจิตร สอนแจ้ง: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่

ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี (THE FACTORS THAT AFFECT THE DECISION TO USE DUTY FREE AREA IN LAMCHABANG PORT, CHONBURI)

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: กฤษ จรินทร์, Ph.D. 89 หน้า. ปี พ.ศ. 2558.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เพื่อหาแนวทางในการวางแผน แก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก จากทั้งหมด 4 หน่วยงาน จำนวน 18 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่รัฐจำนวน 4 คน ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก จำนวน 2 คน ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก จำนวน 10 คน และพนักงาน BOI จำนวน 2 คน

ผลการวิจัย พบว่า เขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน อันได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านบุคลากร (6) ด้านกระบวนการ (7) ด้านลักษณะทางกายภาพ เนื่องจากมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการพึงพอใจและเข้ามาใช้บริการเขตปลอดอากรมากขึ้น และยังพบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรมีความสำคัญซึ่งส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เช่นกัน โดยปัจจัยภายนอกองค์กรทั้ง 4 ด้าน อันได้แก่ (1) เศรษฐกิจ (2) การเมือง (3) สังคม และ (4) เทคโนโลยี โดยเฉพาะเศรษฐกิจมีความสำคัญมาก เมื่อเทียบกับปัจจัยภายนอกองค์กรในด้านอื่น ๆ ดังนั้น บริษัทควรหาแนวทาง วางแผน แก้ไขปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรับมือกับปัจจัยภายนอกองค์กรที่ไม่สามารถควบคุมได้

57710077: MAJOR: BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVES; M.B.A.  
(MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVES)

KEYWORDS: DUTY FREE AREA / LAMCHABANG PORT / CHONBURI

TEERAJIT SORNJANG: THE FACTORS THAT AFFECT THE DECISION TO USE  
DUTY FREE AREA IN LAMCHABANG PORT, CHONBURI. ADVISOR: KRIT JARINTO,  
PH.D. 89 P. 2016.

This research has the objective to study service marketing mix factor and external organizational factor that affect the satisfaction in duty free service at Lamchabang Port, Chonburi to find a way to plan, improve, adjust, and develop the duty free service at Lamchabang Port, Chonburi. This is a qualitative research using in-depth interview from 4 departments and 18 people; 4 government officials, 2 import-export entrepreneurs, 10 import-export representatives, and 2 BOI employees.

This study finds that duty free area at Lamchabang Port, Chonburi should pay attention to 7 service marketing mix factor, namely, product, price, place, promotion, personnel, process, and physical characteristic. This is because they affect the satisfaction of service at duty free area at Lamchabang Port, Chonburi. That makes entrepreneurs satisfied and come to use the duty free service more and more. Furthermore, this study also reveals that external factor is important and affects the usage of duty free area at Lamchabang Port, Chonburi. All 4 external organizational factors which are (1) economics, (2) politics, (3) social, and (4) technology, especially economics are highly important when compared to other external organizational factors. Therefore, the company should find a way to plan, adjust, improve, and develop the duty free service at Lamchabang Port, Chonburi for the better to cope with other uncontrollable external organizational factors.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี.....	6
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ.....	8
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกองค์กร.....	15
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ.....	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	22
การกำหนดประชากร.....	22
วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	22
วิธีการรวบรวมข้อมูล.....	23
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	23
ลักษณะของแบบสอบถาม.....	23

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	24
การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล.....	24
4 ผลการวิจัย.....	25
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์.....	25
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	50
สรุปผลการวิจัย.....	50
อภิปรายผลการวิจัย.....	52
ข้อเสนอแนะ.....	56
ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป.....	57
บรรณานุกรม.....	58
ภาคผนวก.....	61
ภาคผนวก ก.....	62
ภาคผนวก ข.....	72
ภาคผนวก ค.....	82
ภาคผนวก ง.....	86
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	89

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์.....	26
4-2 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา.....	28
4-3 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย.....	30
4-4 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริม การตลาด.....	32
4-5 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร.....	34
4-6 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ.....	36
4-7 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะ ทางกายภาพ.....	37
4-8 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยภายนอกองค์กร ด้านเศรษฐกิจ.....	40
4-9 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยภายนอกองค์กร ด้านการเมือง.....	43
4-10 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยภายนอกองค์กร ด้านสังคม.....	46
4-11 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยภายนอกองค์กรด้านเทคโนโลยี.....	49



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 การลงทุน โครงการในภาคต่าง ๆ ของนักลงทุนต่างชาติที่ได้รับการอนุมัติ.....	2
1-2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3

# บทที่ 1

## บทนำ

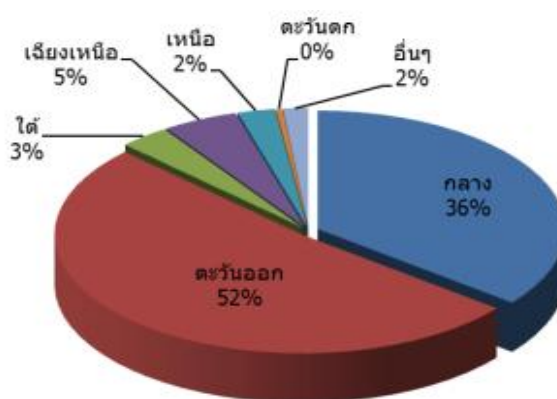
### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมไม่ว่าจะเป็นการผลิตประกอบคัดแยกและบรรจุ แล้วส่งสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักร เป็นการลงทุนที่มีภาระต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ดังนั้น ผู้ประกอบกิจการจะต้องมีกระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ ให้มีต้นทุนลดลง เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นได้ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่า ค่าภาษีอากรเป็นต้นทุนสินค้าอย่างหนึ่งที่ผู้ประกอบกิจการไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เพราะหากไม่มีการวางแผนหรือการบริหารจัดการที่ดีก็จะทำให้มีภาระต้นทุนในการประกอบธุรกิจสูงขึ้น ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่ผู้ประกอบกิจการจะต้องพิจารณาหาทางเลือกใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรให้มีความเหมาะสม เช่น การขอใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เพื่อให้ธุรกิจได้รับยกเว้นค่าภาษีอากรทั้งอากรศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่ม การใช้สิทธิประโยชน์คลังสินค้าทัณฑ์บน การให้สิทธิประโยชน์ของเขตประกอบการเสรี (I-EAT free zone) และเขตปลอดอากร (Free zone) เป็นต้น

รัฐบาลจึงได้มีนโยบายให้การสนับสนุนการผลิตสินค้าเพื่อส่งเสริมการส่งออกในเขตประกอบการอุตสาหกรรม โดยการจัดตั้งเขตปลอดอากร โดยสมมติให้เขตปลอดอากรเป็นเสมือนดินแดนต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยในการนำสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาในเขตปลอดอากรเพื่อผลิต ผสม ประกอบ บรรจุ หรือดำเนินการอื่นใดกับสินค้านั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งออกไปต่างประเทศให้สินค้านั้นได้รับการยกเว้นไม่อยู่ภายในบังคับของกฎหมาย ในส่วนที่เกี่ยวกับการควบคุมมาตรฐานหรือคุณภาพการประทับตราหรือเครื่องหมายใด ๆ แก่สินค้านั้น และการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบกิจการในเขตปลอดอากร โดยได้รับการยกเว้นค่าภาษีอากรภายใต้การกำกับดูแลโดยกรมศุลกากร ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขในการจัดตั้งเขตปลอดอากรและการออกใบอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบกิจการในเขตปลอดอากร อันเป็นการส่งเสริมการส่งออกอีกวิธีหนึ่ง

สำหรับประเทศไทยเอง เป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ซึ่งมีข้อตกลงทางการค้าร่วมกันอยู่หลายข้อ ในส่วนนี้จะส่งผลให้การค้าขายกันภายในกลุ่มอย่างอิสระเสรีมากขึ้น โดยเฉพาะในเขตนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการลงทุน (Board of investment: BOI) พบว่า มีนักลงทุนทั้งชาวไทยและต่างชาติเข้ามาตั้งโรงงาน

อุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเพิ่มมากขึ้นในรอบปีที่ผ่านมา และสอดคล้องกับการคาดการณ์ แนวโน้มของผู้มาใช้บริการท่าเรือแหลมฉบัง ของสำนักศุลกากรแหลมฉบัง ซึ่งแสดงไว้ในภาพที่ 1-1 ซึ่งมีจำนวนมากขึ้น โดยมีอัตราการเติบโตคาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ 5-7 % ต่อปี (กระทรวงคมนาคม, 2558) ส่งผลให้ความต้องการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี มีมากขึ้นตามไปด้วย



\* หมายเหตุ: อื่นๆ คือ โครงการที่ไม่มีที่ตั้งแน่นอน เช่น โครงการขนส่งทางเรือ, ทางอากาศ เป็นต้น

ภาพที่ 1-1 การลงทุนโครงการในภาคต่าง ๆ ของนักลงทุนต่างชาติที่ได้รับการอนุมัติ

เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจและเป็นการพัฒนาการปฏิบัติพิธีการนำสินค้าเข้าและส่งออกจากเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเพื่อให้ผู้ประกอบการมีความต้องการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เพื่อนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการให้บริการที่ดีและเป็นแนวทางแก้ไขปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติพิธีการนำสินค้าเข้าและส่งออกจากเขตปลอดอากรให้มีประสิทธิภาพให้สามารถรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันได้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

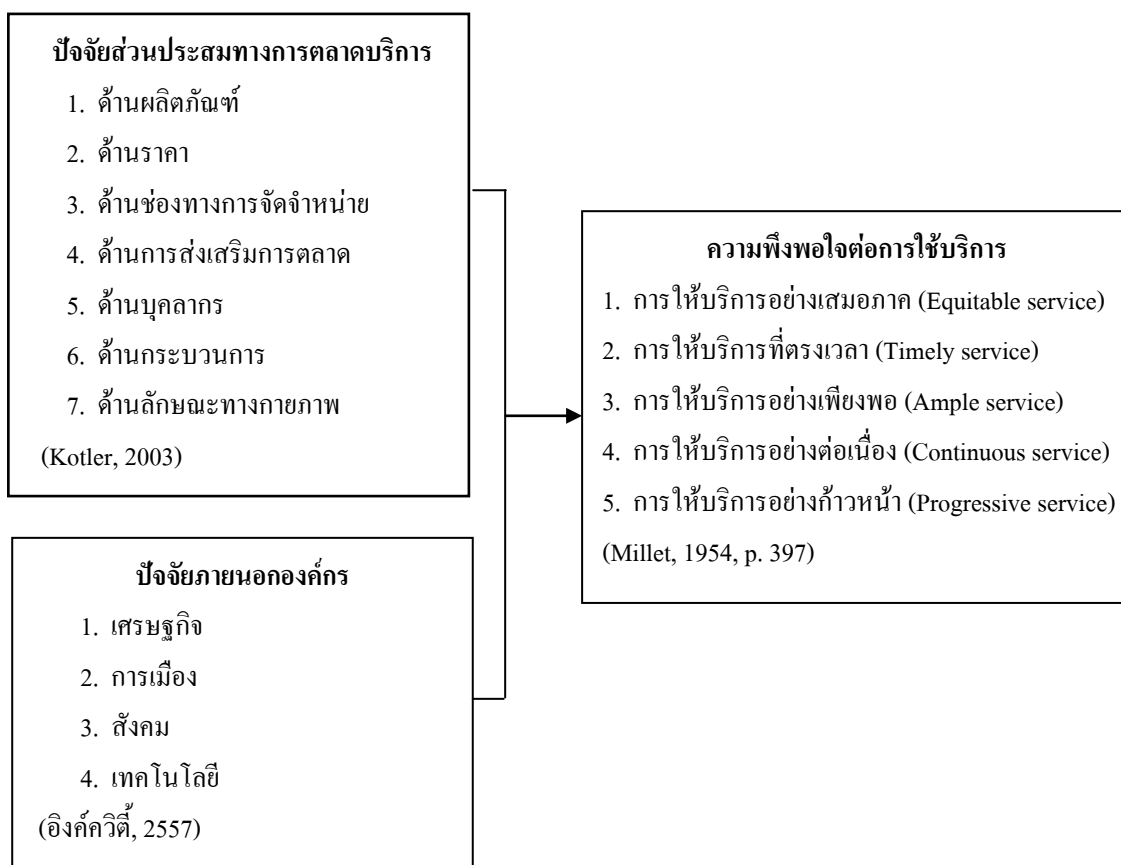
1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

เขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบังจังหวัดชลบุรี” มีกรอบแนวความคิด ดังนี้



ภาพที่ 1-2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผน แก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

2. เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

3. เพื่อนำผลการวิจัยนี้เป็นแบบอย่างกับธุรกิจที่คล้ายคลึงกันเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในด้านการให้บริการต่อไป

## ขอบเขตของการวิจัย

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการปัจจัยภายนอกองค์กร และความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

### ขอบเขตประชากร

ขอบเขตประชากรของวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

วิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ (1) เจ้าหน้าที่รัฐ (2) ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก (3) ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก และ (4) พนักงาน BOI โดยสัมภาษณ์จนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว

### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยและเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2559

### ขอบเขตด้านสถานที่

นิคมแหลมฉบังท่าบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

## นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการ ซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับ 8 ด้าน คือ

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านบุคลากร (6) ด้านกระบวนการ และ (7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยภายนอกองค์กร หมายถึง เครื่องมือที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจ ในอนาคต วิเคราะห์แนวโน้มของตลาด โดยอาศัยการข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่เราไม่สามารถควบคุมได้ แต่ปัจจัยภายนอกองค์กรยังคงส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ผู้ซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับ 4 ด้าน คือ (1) เศรษฐกิจ (2) การเมือง (3) สังคม และ (4) เทคโนโลยี

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความพอใจ และความต้องการของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งความรู้สึกพึงพอใจ จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการซึ่งในที่นี้ ได้หมายถึง การบริการที่ดี ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้บริการบรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง หรือ ได้รับตอบสนองในสิ่งที่ต้องการ ความรู้สึกนี้จะเกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้น ได้รับการตอบสนอง ซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับ 5 ด้าน คือ (1) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (2) การให้บริการอย่างเสมอภาค (3) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (4) การให้บริการอย่างเพียงพอ และ (5) การให้บริการที่ตรงเวลา

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
3. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกองค์กร
4. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตหรือแนวคิดด้านพื้นที่ที่ศึกษาวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

สำหรับเขตปลอดอากร (Free zone) คือ การที่รัฐบาลจึงได้มีนโยบายให้การสนับสนุนการผลิตสินค้าเพื่อส่งเสริมการส่งออกในเขตประกอบการอุตสาหกรรมโดยการจัดตั้งเขตปลอดอากรโดยสมมติให้เขตปลอดอากรเป็นเสมือนดินแดนต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยในการนำสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาในเขตปลอดอากร เพื่อผลิต ผสม ประกอบ บรรจุ หรือดำเนินการอื่นใดกับสินค้านั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งออกไปต่างประเทศให้สินค้านั้นได้รับการยกเว้นไม่อยู่ภายในบังคับของกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวกับการควบคุมมาตรฐานหรือคุณภาพการประทับตราหรือเครื่องหมาย ใด ๆ แก่สินค้านั้น และการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในเขตปลอดอากร โดยได้รับการยกเว้นค่าภาษีอากรภายใต้การกำกับดูแลโดยกรมศุลกากรซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขในการจัดตั้งเขตปลอดอากรและการออกใบอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบการในเขตปลอดอากรซึ่งเป็นการส่งเสริมการส่งออกอีกวิธีหนึ่ง

เขตปลอดอากร จึงหมายถึงเขตพื้นที่ที่กำหนดไว้สำหรับการประกอบอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม หรือกิจการอื่นที่เป็นประโยชน์แก่การเศรษฐกิจของประเทศ โดยของที่นำเข้าไปในเขตดังกล่าวจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางอากรตามที่กฎหมายบัญญัติ

สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร ของที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร เพื่อนำเข้าไปใช้ในเขตปลอดอากร ได้แก่

1. ได้รับยกเว้นอากรสำหรับเครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ รวมทั้ง ส่วนประกอบของของดังกล่าวที่จำเป็น และของที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรและนำเข้าไปในเขตปลอดอากร
  2. ให้ยกเว้นอากรขาออกสำหรับของที่ปล่อยออกจากเขตปลอดอากร เพื่อส่งออกนอกราชอาณาจักร
  3. ได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิตสำหรับการนำเข้าและการผลิตของที่กระทำในเขตปลอดอากร
  4. ได้รับยกเว้นไม่ต้องอยู่ภายในบังคับของกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวกับการควบคุมมาตรฐานหรือคุณภาพ การประทับตราหรือเครื่องหมายใด ๆ สำหรับของที่นำเข้าไปในเขตปลอดอากรเพื่อผลิต ผสม ประกอบ บรรจุ หรือดำเนินการอื่นใดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งออกไปนอกราชอาณาจักร
  5. ได้รับยกเว้นอากรสำหรับเศษวัสดุของที่เสียหาย ของที่ใช้ไม่ได้ หรือของที่ไม่ได้ใช้ ที่ได้รับอนุญาตจากอธิบดีกรมศุลกากร ให้นำออกจากเขตปลอดอากรเพื่อกำจัดหรือทำลาย
  6. ได้รับยกเว้นอากรหรือคืนอากร หากนำของที่มีกฎหมายบัญญัติให้ได้รับยกเว้นอากรหรือคืนเงินอากรเมื่อส่งออกนอกราชอาณาจักร เข้าไปในเขตปลอดอากร โดยให้ถือว่าของนั้นได้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรในเวลาที่ได้นำของเช่นนั้นเข้าไปในเขตปลอดอากร
  7. ได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้าต่างประเทศที่นำเข้าไปในเขตปลอดอากร
  8. เสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 0 สำหรับการให้บริการที่กระทำในราชอาณาจักร เพื่อใช้ผลิตสินค้าในเขตปลอดอากร เพื่อส่งออก และการให้บริการที่กระทำในเขตอุตสาหกรรมส่งออกเพื่อใช้ผลิตสินค้าเพื่อส่งออก
  9. เสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 0 สำหรับการขายสินค้าหรือการให้บริการระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการอยู่ในเขตปลอดอากร ไม่ว่าจะอยู่ในเขตเดียวกันหรือไม่ หรือระหว่างคลังสินค้าทัณฑ์บนกับผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการอยู่ในเขตปลอดอากร
- เทศบาลนครแหลมฉบัง (2553) เป็นเทศบาลรูปแบบพิเศษที่จัดตั้งเพื่อรองรับการเป็นเมืองท่าพาณิชย์หลักของประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นเมืองอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่สำคัญของประเทศอีกด้วย ตั้งอยู่ในเขตอำเภอศรีราชา และอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ได้รับการยกฐานะจากเทศบาลตำบลเป็นเทศบาลนคร เมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม พ.ศ. 2553
- สำหรับพื้นที่เขตปลอดอากรของผู้วิจัย ผู้วิจัยได้ให้บริการลานจอดรถยนต์ (Automotive yard) สำหรับรอการส่งออก และรถยนต์นำเข้าเพื่อรอจำหน่าย โดยให้บริการภายในลานจอดรถยนต์ที่เป็นประเภท “เขตปลอดอากร” โดยอาศัยคลังสินค้าและลานจอดรถยนต์ที่มีทำเลที่ตั้งใกล้กับ



ทำเรือแหลมฉบัง เพื่อรองรับการส่งออกสินค้าของลูกค้า โดยเฉพาะการจัดเก็บสินค้าที่ย้ายจากเขตปลอดอากรมายังเขตปลอดอากรของบริษัทของผู้วิจัย เป็นการลดภาษี เพิ่มศักยภาพและความสามารถทางการแข่งขัน

### แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, อดิชา ปทะวานิช และปริญ ลักขิตานนท์ (2541) ให้ความหมาย ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

Kotler (1997) ได้ให้ความหมาย ส่วนประสมทางการตลาด (The marketing mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทนำมาใช้รวมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป้าหมายเป็นแนวคิดที่สำคัญการตลาดสมัยใหม่ ซึ่งแนวความคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาดนี้มีบทบาทสำคัญทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย เรียกส่วนผสมทางการตลาดว่า 7Ps ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 7 กลุ่มนี้ จะทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ปริญ ลักขิตานนท์ (2536) ได้สรุปเกี่ยวกับแนวความคิด กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Market mix) ไว้ในหนังสือ การบริหารการตลาดยุคใหม่ว่า ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying decision process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 7 ขั้นตอน คือ ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 7Ps

จากแนวคิด ทฤษฎีที่กล่าวข้างต้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ส่วนประสมการตลาดบริการ (Service marketing mix) คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องมีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน โดยมีทั้งหมด 7 อย่าง หรือ 7P's คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Placement-channel of distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion-marketing communication) ด้านบุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical evidence/ environment and presentation) และด้านกระบวนการ (Process) โดยนำเอาเครื่องมือเหล่านี้ไปกำหนดกลยุทธ์การตลาดของแต่ละองค์กร

### ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ป.พ.พ.) มาตรา 453 บัญญัติไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ คือ ที่มีตัวตน สามารถมองเห็นได้ จับต้องหรือสัมผัสได้ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน เสื้อผ้า กระเป๋า บ้าน รถยนต์ ฯลฯ โดย Armstrong and Kotler (2009) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย สิ่งที่สามารถสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น คุณภาพ ราคา บรรจุภัณฑ์ สี ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ บุคคล สถานที่ หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะไม่มีตัวตนหรือมีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมี มีคุณค่า (Value) รรถประโยชน์ (Utility) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ส่วน วิจิต อู่อัน (2552) ได้ให้ความหมายว่า ผลิตภัณฑ์นั้นประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก คือ ผลิตภัณฑ์หลัก (Core product) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Formal product) ผลิตภัณฑ์คาดหวัง (Expected product) ผลิตภัณฑ์ควบ (Augment product) และศักยภาพของผลิตภัณฑ์ (Potential product)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible products) และการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) หรือ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation)
2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product component) เช่น ตราสินค้า รูปร่างลักษณะ คุณภาพ ประโยชน์พื้นฐาน การบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น
3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อสร้างคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น (New and improved) รวมถึงให้ผลิตภัณฑ์ มีลักษณะใหม่ ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
5. กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product line)

### ด้านราคา (Price)

เอ็ดมุนด์ รัช (2548) ได้ให้ความหมายว่า มูลค่าของสินค้าหรือบริการในรูปจำนวนเงิน เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนหรือย้ายกรรมสิทธิ์นั้น ๆ และ Armstrong and Kotler

(2009) ให้ความหมายคือ คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน ซึ่งผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ต้องคำนึงถึง

1. คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น
2. ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
3. การแข่งขัน
4. ปัจจัยอื่น ๆ

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ธีรवारณณ์ จันทรมานนท์ (2555) ได้ให้ความหมาย ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง กระบวนการในการจัดการเกี่ยวกับการเคลื่อนย้าย สิทธิในตัวผลิตภัณฑ์ (และอาจรวมถึงตัวผลิตภัณฑ์) จากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค ส่วน Kotler and Keller (2009) ให้ความหมายว่า องค์กรที่ทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดหาสินค้าและบริการสำหรับการนำเอาไปใช้งานหรือการอุปโภค บริโภค และ นงลักษณ์ ตั้งใจ (2551) กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ เส้นทางจัดจำหน่ายสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้ค้าคนกลาง และผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือ กิจกรรมขนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังคนกลาง ถึงมือผู้บริโภค

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายคือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels) ซึ่งโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด เป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel distribution) หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับการใช้หรือบริโภค (Kotler &

Keller, 2009) หรือ หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคน หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

2. การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution หรือ Market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร (Kotler & Keller, 2009) หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้ (1) การขนส่ง (2) การเก็บรักษาสินค้า และการคลังสินค้า (3) การบริหารสินค้าคงเหลือ

#### ด้านการส่งเสริม (Promotions)

Etzel, Walker, and Stanton (2007) ให้ความหมายด้านการส่งเสริมว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ในการแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ เป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ โดยการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้การจูงใจเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) หรือให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อ ความรู้สึก และพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อสร้างพฤติกรรมการซื้อ และทัศนคติ การติดต่อสื่อสารอาจไม่ใช่คน (Non personal selling) หรือใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขายในการติดต่อสื่อสาร สำหรับเครื่องมือ องค์การอาจเลือกใช้หลายเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร เพราะเครื่องมือมีหลายแบบ ซึ่งองค์การต้องเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งกัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ ความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการ (Armstrong & Kotler, 2009) กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Create strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา (Advertising tactics) (2) กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขายแบบเผชิญหน้าโดยตรงหรือใช้โทรศัพท์ (Etzel et al., 2007) หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Armstrong & Kotler, 2009) งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy) (2) การบริหารหน่วยงานขาย (Sales force management)

3. การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Armstrong & Kotler, 2009) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel et al., 2007) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การซื้อ หรือการทดลองใช้โดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ (1) การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force promotion) เรียกว่า การกระตุ้นพนักงานขาย (2) การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion) เรียกว่า การกระตุ้นคนกลาง (3) การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion) เรียกว่า การกระตุ้นผู้บริโภค

4. การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations) มีความหมายดังนี้ (1) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียง หรือสื่อสิ่งพิมพ์ (2) ประชาสัมพันธ์ (Public relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อนโยบาย ต่อผลิตภัณฑ์ ตลอดจนต่อองค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Etzel et al., 2007) มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์รวมถึงป้องกันภาพพจน์ของบริษัท

5. การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ Direct response marketing) การโฆษณาเชื่อมต่อตรง (Online advertising) หรือการตลาดเชื่อมต่อตรง เป็นการโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง มีความหมายต่างกัน ดังนี้

5.1 การตลาดทางตรง (Direct response marketing หรือ Direct marketing) เป็นวิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที หรือหมายถึงเป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น แคตตาล็อก และใช้สื่อโฆษณา

5.2 การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising)

เป็นข่าวสารการโฆษณาซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับโดยตรงไปยังผู้ส่งข่าวสาร หรือป้ายโฆษณา

5.3 การโฆษณาเชื่อมตรงหรือการตลาดเชื่อมตรง (Online advertising) หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-marketing หรือ Electronic marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เพื่อการส่งเสริม การสื่อสาร และขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมุ่งหวังผลกำไร ซึ่งเครื่องมือที่สำคัญในข้อนี้ ประกอบด้วย

5.3.1 การขายโดยใช้จดหมายตรง

5.3.2 การขายโดยใช้แคตตาล็อก

5.3.3 การขายทางโทรศัพท์

5.3.4 การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรม

การตอบสนอง

#### **ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)**

ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

#### **ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical evidence/ Environment and presentation)**

เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งรูปแบบการให้บริการและทางด้านกายภาพ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการที่รวดเร็ว การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน ด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

#### **ด้านกระบวนการ (Process)**

เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานปฏิบัติและระเบียบวิธีการในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 อย่างข้างต้น เป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรที่ตายตัว

ซึ่งสามารถสรุปใจความสำคัญและภาพรวมของ 7P' ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2-1 รายละเอียดของส่วนประสมการตลาดบริการ (Service marketing mix)

จากความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการดังกล่าว จึงพอสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการ ผู้ศึกษาจึงเลือกแนวคิดของ Kotler (1997) ที่มีองค์ประกอบ 8 ประการ ได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านบุคลากร (6) ด้านกระบวนการ และ (7) ด้านลักษณะทางกายภาพ มาเป็นตัวแปรต้นในการศึกษา

## แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกองค์กร (PEST analysis)

PEST analysis นั้นคือ เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาด และวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจในอนาคต โดยอาศัยการข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ก็ประกอบไปด้วย P-Politic: ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง E-Economic: ปัจจัยทางเศรษฐกิจ S-Social: ปัจจัยทางสภาพสังคม และสุดท้าย T-Technology: ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PEST analysis) จะทำให้เราเข้าใจว่าสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ได้อย่างไรบ้าง โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมที่จะวิเคราะห์ประกอบด้วยประเด็นต่อไปนี้

P-Politic: ปัจจัยทางการเมือง คือ ปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพของรัฐบาลและนโยบายของรัฐในช่วงเวลานั้น ๆ ในบางช่วงเวลารัฐอาจมีการส่งเสริมการส่งออก ก็จะส่งผลให้ธุรกิจที่มีการส่งสินค้าไปขายนอกประเทศได้เปรียบ รวมไปถึงข้อตกลงและข้อกำหนดทางการค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาโดยขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐ ที่ทำให้เราต้องคอยปรับตัวหรือช่วยผู้ประกอบการตัดสินใจว่าเราพร้อมที่จะลงทุนในประเทศที่มีนโยบายแบบนี้หรือไม่ โดยปัจจัยทางการเมืองที่ควรนำมาวิเคราะห์โดยใช้ PEST เช่น

1. สถานะความมั่นคงและรูปแบบของทางรัฐบาลว่ามีการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด
2. ปัญหาอุปสรรคที่มีในประเทศมีมากจนภาษีของประชาชนไม่ได้ถูกนำไปส่งเสริมในด้านสาธารณูปโภคอื่น ๆ หรือเปล่า
3. อิสรเสรีภาพในการทำธุรกิจหลากหลายรูปแบบของแต่ละท้องถิ่น
4. กฎระเบียบปฏิบัติและข้อห้ามในการทำธุรกิจ
5. การควบคุมการนำเข้าและการส่งออก
6. มีการเรียกเก็บอัตราค่าธรรมเนียมและการจัดเก็บภาษีอย่างไร
7. กฎหมายในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการละเมิดลิขสิทธิ์ การขโมยข้อมูล สวัสดิการพนักงาน เป็นต้น
8. การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญามีการให้ความคุ้มครองอย่างไร และครอบคลุมแค่ไหน

E-Economic: ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลกับทุก ๆ ธุรกิจโดยตรงเป็นอย่างมาก เพราะเศรษฐกิจของประเทศเป็นตัวกำหนดกำลังซื้อของคนในประเทศ และเป็นตัวกำหนดตลาดขนาดใหญ่ในประเทศอีกด้วย ซึ่งปัจจัยในหัวข้อนี้ก็สามารถช่วยเราวางแผนธุรกิจว่าจะเลือกดำเนินการเป็นระยะสั้นหรือระยะยาวจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันและแนวโน้มของเศรษฐกิจ



ในอนาคตได้อีกด้วย โดยเราสามารถวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจได้จากหัวข้อเหล่านี้

1. ภาวะเงินเฟ้อ ภาวะเงินฝืด และอัตราดอกเบี้ย
2. อัตราแลกเปลี่ยนในประเทศ
3. อัตราการว่างงานของคนในประเทศ
4. อัตราค่าแรงขั้นต่ำและค่าแรงของพนักงานโดยเฉลี่ย
5. ระดับชนชั้น และกำลังซื้อของผู้คนในประเทศ
6. เพดานราคาของสินค้าและบริการที่เราสนใจ
7. ตลาดหุ้นของประเทศ
8. วงจรของธุรกิจที่เราสนใจ

S-Social: ปัจจัยทางสังคม หมายถึง ปัจจัยทุก ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับ สภาพแวดล้อม สภาพสังคมวัฒนธรรม และชีวิตการเป็นอยู่ของคนในพื้นที่นั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไรก่อนที่จะเริ่มทำการตลาดให้ได้ถูกทาง เพราะวิถีชีวิตของคนในแต่ละชุมชนนั้นก็มีความแตกต่างกันออกไป การที่จะเข้าไปทำตลาดในพื้นที่ต่าง ๆ เราต้องเข้าไปศึกษาในส่วนนี้ก่อนเพื่อให้มั่นใจได้ว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและเป็นທີ່สนใจของคนในชุมชนในด้านที่ดีโดยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อด้านลบใด ๆ ต่อคนในชุมชนนั้น ๆ ด้วย

1. มีการเพิ่มหรือลดของประชากรในสังคมมากน้อยเพียงใด
2. ทักษะคิดต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมของคนในชุมชน
3. การจับจ่ายใช้สอยของคนในชุมชนเน้นสินค้านำเข้าหรือสินค้าพื้นที่มากกว่ากัน
4. ข่าวสารและการบอกต่อมีผลมากน้อยแค่ไหน
5. พฤติกรรมอื่น ๆ เช่น การดูแลสุขภาพ ความสะดวกจากการเดินทางในชุมชน เป็นต้น
6. วิถีชีวิตของคนในสังคม
7. พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า
8. อัตราการอพยพเข้าหรือออกของคนในชุมชน
9. คุณภาพชีวิตการเป็นอยู่
10. อายุและเพศ
11. การแบ่งชนชั้นวรรณะ
12. สิทธิเสรีภาพของผู้คน

T-Technology: ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ แต่ละพื้นที่ในการทำธุรกิจก็มีการพัฒนาของนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่แตกต่างกันออกไป บางชุมชนอาจอาศัยอยู่ได้โดยไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยี แต่กับบางชุมชนกลับต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการดำเนินชีวิต

เป็นอย่างมาก รวมไปถึงแนวโน้มในอนาคตว่าถ้าในอนาคตมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาและธุรกิจเราจะเป็นอย่างไร อย่างเช่น ธุรกิจร้านเช่าวีดีโอรายใหญ่อย่าง Blockbuster ก็ต้องประสบปัญหาอย่างจังเมื่อต้องเผชิญกับเทคโนโลยีอย่างภาพยนตร์ระบบไฟล์ดิจิทัลที่สามารถดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ตได้สะดวกสบายมาก เป็นต้น ดังนั้น หัวข้อปัจจัยทางเทคโนโลยีที่ควรคำนึงถึงในด้านล่างนี้จึงมีความสำคัญมากในการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน

1. เทคโนโลยีขั้นพื้นฐานของพื้นที่นั้น
2. อัตราการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี
3. ปริมาณนักสร้าง และนักพัฒนา
4. ระดับของเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมในชุมชน
5. เทคโนโลยีการสื่อสาร
6. การเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ

จากความหมายของปัจจัยภายนอกองค์กร ดังกล่าว จึงพอสรุปได้ว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรเป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจในอนาคต วิเคราะห์แนวโน้มของตลาด โดยอาศัยการข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่เราไม่สามารถควบคุมได้แต่ปัจจัยภายนอกองค์กรยังคงส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการ ผู้ศึกษาจึงเลือก PEST analysis ที่มีองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่ (1) เศรษฐกิจ (2) การเมือง (3) สังคม และ (4) เทคโนโลยี (อิงค์วิดี, 2557)

### แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

ผู้รับบริการจะมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับความต้องการของตนว่าได้รับการตอบสนองมากน้อยเพียงไรหากได้รับการตอบสนองมากก็จะก่อให้เกิดความจงรักภักดีและเกิดการสื่อสารแบบปากต่อปากแต่ถ้าได้รับการตอบสนองน้อยก็จะรู้สึกในแง่ลบ

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับ (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกันความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะดั้งเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบาก บางอย่างเป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน คือ มีความดั้งเครียดเกิดขึ้นเมื่อความต้องการไม่มากพอที่จะจูงใจให้ทำในช่วงเวลานั้น ๆ โดยของทฤษฎีของมาสโลว์และทฤษฎีพรอยด์ เป็นทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

Millet (1954 อ้างถึงใน นพคุณ ดิลกภากรณ์, 2546) ได้สรุปประเด็นเป้าหมายที่ผู้ปฏิบัติต้องยึดถือไว้ ซึ่งเป็นที่นิยมมากที่สุดเสมอมี 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง การบริหารงานภาครัฐ มีความยุติธรรม มีฐานของความคิดว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น การให้บริการประชาชนจะไม่มี การแบ่งแยกกีดกัน จะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการ เดียวกัน และประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในทุกแง่มุมของกฎหมาย

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely service) หมายถึง จะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลา ดังนั้นผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะต้องมองว่าการให้บริการ จะต้องตรงเวลา

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) โดย Millet เห็นว่าการตรงเวลา หรือความเสมอภาคจะไม่มี ความหมายเลย ถ้าสถานที่ตั้งที่ให้บริการมีจำนวนการให้บริการ ที่ไม่เพียงพอและสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ โดยการให้บริการจะต้องมีลักษณะ ที่มีจำนวนสถานที่ให้บริการและมีการให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the right geographical location)

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) ไม่ใช่ยึดตามความพอใจ ของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะหยุดบริการหรือให้บริการเมื่อใดก็ได้ แต่ยึดประโยชน์ของ สาธารณชนเป็นหลัก เพื่อเป็นการให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) คือ การให้บริการที่มีการปรับปรุง ผลการปฏิบัติงานและคุณภาพ กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มความสามารถหรือประสิทธิภาพที่จะทำ หน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Millet (1954 อ้างถึงใน ชนินทร์ ตั้งชุตวิทย์, 2545) กล่าวว่า การสร้างความพึงพอใจ ในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน คือเป้าหมายสำคัญของการบริการ โดยมีหลักและแนวทาง คือการให้บริการอย่างมีความเสมอภาคและมีความยุติธรรม ให้คนทุกคนเท่าเทียมกันในการ บริหารงานภาครัฐ ดังนั้น ในมุมมองของกฎหมายประชาชนจะได้รับการปฏิบัติโดยใช้มาตรฐานในการ ให้บริการเดียวกัน ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างมีความเท่าเทียมกันและไม่มีการ แบ่งแยก การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวน การให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม การให้บริการที่ตรงเวลา คือถ้าไม่มีการ ตรงต่อเวลาแล้ว ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลย ซึ่งจะต้อง สร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชน ดังนั้น การให้บริการสาธารณะจะต้องตรงต่อเวลา Millet เห็นว่า การตรงต่อเวลาหรือความเสมอภาคจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการ

ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการไม่เพียงพอและสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การปรับปรุงผลการปฏิบัติงานและคุณภาพของการให้บริการสาธารณะ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มความสามารถหรือประสิทธิภาพที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม และการให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่ไม่ใช่ที่จะให้บริการหรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้ ไม่ได้ยึดความพอใจของหน่วยงาน แต่ยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักและเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ

ผลึกภาพในการให้บริการในการเพิ่มผลึกภาพของการให้บริการ สามารถทำได้หลายวิธีคือ การจ่ายค่าจ้างเท่าเดิมโดยที่พนักงานทำงานมากขึ้นหรือมีความชำนาญสูงขึ้น เพิ่มปริมาณการให้บริการโดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง เช่น หมอตรวจคนไข้โดยลดเวลาที่ใช้สำหรับแต่ละรายลง เพื่อเพิ่มจำนวนการตรวจคนไข้มากขึ้น เปลี่ยนบริการให้เป็นแบบอุตสาหกรรมโดยสร้างมาตรฐานการให้บริการและเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วย เช่น บริการขายอาหารแบบบริการตนเอง มีการออกแบบการบริการให้มีคุณภาพมากขึ้น เช่น ลดการใช้บริการการรักษาพยาบาลลงโดยจัดตั้งชมรมวิ่งจ็อกกิ้ง การให้บริการที่ไปลดการใช้สินค้าหรือบริการอื่นๆ เช่น การใช้เตารีดหรือการลดบริการจ้างคนไข้โดยใช้บริการซักรีดแทน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในการให้บริการต้องรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า และระมัดระวังไม่ให้เกิดภาพพจน์ในแง่การลดคุณภาพของบริการ

จากความหมายของความพึงพอใจที่ได้รวบรวมมานี้พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความพอใจ และความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งในที่นี้ได้หมายถึง การบริการที่ดี ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้บริการได้รับตอบสนองในสิ่งที่ต้องการหรือบรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ดังนั้น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยภายนอกองค์กร จึงส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการ เพราะเป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ผู้ศึกษาได้เลือกทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของ Millet (1954) ที่มีองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่

- (1) การให้บริการอย่างเสมอภาค
- (2) การให้บริการ ที่ตรงเวลา
- (3) การให้บริการอย่างเพียงพอ
- (4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และ
- (5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นฤมล บุญกิตติ (2545) วิเคราะห์เกี่ยวกับ “ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัท ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และปัจจัยที่ใช้ในการเลือกบริษัทขนส่งสินค้า” จากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัท รีเจนท์ พอร์เวดดิ้ง เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความพึงพอใจต่อการชดใช้ค่าเสียหายที่ยุติธรรมในกรณีที่ทรัพย์สินเกิดการชำรุดเสียหายมากที่สุด ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่ลูกค้าเคยประสบ คือ สินค้าส่งไม่ทันตามกำหนด และความต้องการของลูกค้า คือ ความรวดเร็วในการขนส่ง โดยศึกษาถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งสินค้าของลูกค้า ความรวดเร็ว ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า และความปลอดภัยของสินค้า เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งสินค้าของลูกค้า

สิวลล ปาริชาติกานนท์ และวิโรจน์ ศรีสุรภานนท์ (2547) ศึกษาแนวทางการร่วมมือในการประกอบการขนส่งสินค้าระหว่างภูมิภาค โดยศึกษาจากกลุ่มผู้ประกอบการภายในสถานีขนส่งสินค้าซานเมืองทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ สถานีขนส่งสินค้าคลองหลวง พุทธมณฑล และร่วมเกล้า สำหรับ การวิเคราะห์จะใช้วิธีกำหนดการเชิงเส้นในการหารูปแบบการขนส่งที่ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายต่ำสุด ภายใต้แนวคิดความร่วมมือในการประกอบการขนส่ง โดยผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการขนส่งสินค้าภายใต้แนวคิดความร่วมมือระหว่างกัน จะทำให้จำนวนเที่ยวที่ขนส่งและระยะทางขนส่งของรถบรรทุกสินค้าลดลง ส่งผลให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายรวมในการขนส่งต่อวันลดลง

นพคุณ ดิลกภากรณ์ (2546) ได้ศึกษาการประเมินผลการบริการประชาชน ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลแหลมฟ้าผ่า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า

1. พ.ศ. 2546 การบริการประชาชนของสำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลตำบลแหลมฟ้าผ่า ไม่ผ่านหลักเกณฑ์มาตรฐานจำนวน 4 หลักเกณฑ์ แต่ได้มาตรฐานตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกสำนักทะเบียนดีเด่นจำนวน 6 หลักเกณฑ์ ซึ่งหลักเกณฑ์มาตรฐานจำนวน 4 หลักเกณฑ์ ที่ไม่ผ่านคือ

- 1.1 การเอาใจใส่ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่
- 1.2 การปฏิบัติตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการปฏิบัติราชการ

เพื่อประชาชน

- 1.3 การปรับปรุงกระบวนการบริการ
- 1.4 วัสดุทัศนและทิศทางการบริการประชาชน

2. เพศ สถานภาพการสมรส อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ การรู้จักกับเจ้าหน้าที่ เป็นการส่วนตัวของผู้รับบริการ และจำนวนครั้งในการขอรับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการให้บริการประชาชนของสำนักทะเบียนท้องถิ่น

ทิวา ประสูวรรณ (2547) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของพนักงานส่วนตำบล ศึกษาเฉพาะที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแลง ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา เป็นเพศชาย มีอายุน้อยกว่า 40 ปี ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม มีรายได้อยู่ระหว่าง 2,500-5,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มปรับปรุงคุณภาพทุเรียน และเป็นสมาชิกกลุ่มชมรมผู้สูงอายุ ประชาชนมีความพึงพอใจในด้านระบบการให้บริการอยู่ระดับปานกลาง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแลงในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก และมีความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก

วรณช บวรนนท์เดช (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการของหน่วยบริการปฐมภูมิ เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร พบว่า ในด้านบริการหลัก การให้คำปรึกษาและบริการก่อนกลับบ้าน ประชาชนมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อบริการ ได้แก่ เขตที่อยู่อาศัยของประชาชนที่มาใช้บริการและระดับการศึกษา รายได้ และได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ ด้านกิจกรรมในชุมชน เน้นบริการเชิงรุกเข้าสู่ชุมชนด้านการส่งต่อ/เยี่ยมบ้าน และหน่วยงานควรกำหนดมาตรฐานบริการให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่มีการนิเทศติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่

วรรณี เดียวอิสระ (2548) ทำการสำรวจความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการของเทศบาลเมืองศรีราชา ผลการประเมินพบว่า ด้านความพึงพอใจต่อสภาพภูมิทัศน์ของสถานที่ให้บริการหน่วยงานต่าง ๆ ของเทศบาลเมืองศรีราชาพบว่า แต่ละหน่วยงาน ประชาชนส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 80.00 มีความพึงพอใจต่อสภาพภูมิทัศน์ของสถานที่ให้บริการและการอำนวยความสะดวก ส่วนด้านบริการกองการศึกษา มีประชาชนเพียงร้อยละ 79.10 เท่านั้น ที่พึงพอใจต่อบริการกองการศึกษา สำหรับด้านบริการของหน่วยงานต่าง ๆ ของเทศบาลเมืองศรีราชา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 80.00 มีความพึงพอใจต่อบริการของหน่วยงานต่าง ๆ ของเทศบาลเมือง ศรีราชา และเมื่อพิจารณาสัดส่วนของประชาชนที่มีความพึงพอใจต่อบริการระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ พบว่า กองช่างสุขาภิบาลกองช่างและกองวิชาการและแผนมีสัดส่วนของประชาชนที่มีความพึงพอใจต่อบริการในสัดส่วนที่สูงกว่าหน่วยงานอื่น ๆ คือ ร้อยละ 98.20, ร้อยละ 96.00 และร้อยละ 95.20 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า มีประชาชนถึง ร้อยละ 98.20 และ 92.50 ตามลำดับที่มีความพึงพอใจต่อสภาพภูมิทัศน์ของสถานที่ให้บริการของกองช่างสุขาภิบาลและสำนักการช่างซึ่งเป็นในสัดส่วนที่สูงกว่าหน่วยงานอื่นเช่นกัน

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์แบบ Focus group โดยผู้ตอบมีอิสระในการแสดงความคิดเห็น สำหรับการวิจัยครั้งนี้ มีแนวทางการวิเคราะห์ และวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากร
2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง
3. วิธีการรวบรวมข้อมูล
4. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย
5. ลักษณะของแบบสอบถาม
6. ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
7. การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

#### การกำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก และพนักงาน BOI

#### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าหน้าที่รัฐ ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก และพนักงาน BOI โดยการสัมภาษณ์แบบ Focus group ดังนี้

1. เจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 4 คน
2. ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก จำนวน 2 คน
3. ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก จำนวน 10 คน
4. พนักงาน BOI จำนวน 2 คน

จากนั้น รวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ นำมารวบรวม ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์มาวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลต่อไป

### วิธีการรวบรวมข้อมูล

ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐ ผู้ประกอบการ นำเข้า-ส่งออก ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก และพนักงาน BOI นักสัมภาษณ์เป็นกลุ่มแบบ Focus group เพื่อสนทนาโต้ตอบ แสดงความรู้สึกนึกคิดซึ่งกันและกันในประเด็นต่าง ๆ ที่ได้กำหนดขึ้น ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยใช้วิธีการจับบันทึก รวบรวมข้อมูลทั้งหมด โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-end question) และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมดจะไม่เปิดเผย เพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่าง

### การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1. ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัย และสร้างแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
2. นำข้อมูลที่ได้ไปสร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามที่ร่างได้ให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบและให้คำแนะนำในการแก้ไข ปรับปรุงเพื่ออ่านและเข้าใจง่ายและชัดเจนมาวัตถุประสงค์ของการวิจัย
4. นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
5. ปรับปรุงรูปแบบสัมภาษณ์อีกครั้ง แล้วนำไปเสน้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อแก้ไขปรับปรุงงานจนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ
6. นำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

### ลักษณะของแบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ แบบ Focus group โดยมีเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ โดยการศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร วารสาร และงานวิจัยต่าง ๆ มีลักษณะคำถามปลายเปิด โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับงานวิจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และอัตราเงินเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ



ซึ่งประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านบุคลากร (6) ด้านกระบวนการ และ (7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับปัจจัยภายนอกองค์กรซึ่งประกอบด้วย (1) เศรษฐกิจ (2) การเมือง (3) สังคม และ (4) เทคโนโลยี

ส่วนที่ 4 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการซึ่งประกอบด้วย (1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (2) การให้บริการที่ตรงเวลา (3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และ (5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า

ลักษณะของแบบสัมภาษณ์ใช้แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) เพื่อใช้สัมภาษณ์ตามแนวทางแบบสัมภาษณ์ที่กำหนดไว้แต่ละประเด็นคำถาม โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 4 ชุด สำหรับผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่

1. เจ้าหน้าที่รัฐ
2. ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก
3. ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก
4. พนักงาน BOI

### ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษารุ่นนี้เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพโดยการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้จากการทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง โดยคำถามแต่ละข้อต้องมีค่า IOC มากกว่า 0.67

### การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

หลังจากรวบรวมแบบสัมภาษณ์ทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ทั้งหมดมาดำเนินการวิเคราะห์ โดยการสร้างรหัส และลงรหัสข้อมูลนั้น โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยวิเคราะห์ความหมายทางภาษา (Manifest) โดยตรงของตัวบท และเนื้อในของบท (Text) และวิเคราะห์ความหมายทางความรู้สึก หรือวิเคราะห์นัยที่แอบแฝงอยู่ (Latent) ซึ่งจะรวมการตีความและนัยทางบริบท (Context) ของภาษาและผู้ใช้ภาษาไว้ด้วย (นิตา ชูโต, 2551)

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด 4 หน่วยงาน จำนวน 18 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 4 คน ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก จำนวน 2 คน ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก จำนวน 10 คน และพนักงาน BOI จำนวน 2 คน การรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ใช้วิธีการจดบันทึก รวบรวมข้อมูลทั้งหมดโดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-end question)

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และสรุปเป็นข้อมูลตามข้อคำถามในแต่ละด้าน โดยใช้รหัสข้อมูลสำหรับบทสัมภาษณ์ของแต่ละคนดังนี้

A1-A4 แทน เจ้าหน้าที่รัฐ

B1-B2 แทน ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก

C1-C10 แทน ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก

D1-D2 แทน พนักงาน BOI

#### ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ

เนื่องจากหน่วยงานแต่ละหน่วยงาน ทั้งเจ้าหน้าที่รัฐ ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก และพนักงาน BOI ได้รับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นคำถามในการสัมภาษณ์ของแต่ละหน่วยงานจึงมีความแตกต่างกันของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ดังนี้

##### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่นั้น มีขนาดพื้นที่ที่ให้บริการมีความเหมาะสมและเพียงพออย่างไรบ้าง

A1: มีขนาดพื้นที่ที่ให้บริการมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อการให้บริการเขตปลอดอากร และเหมาะสมกับราคา (เจ้าหน้าที่รัฐ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)



จากตารางที่ 4-1 วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์ 8 คน เรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อย 2 อันดับแรก พบว่า ผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับขนาดพื้นที่ควรมีขนาดใหญ่ สามารถรองรับได้หลายธุรกิจ มากที่สุด จำนวน 7 คน รองลงมา คือขนาดพื้นที่ที่ให้บริการควรมีความเหมาะสมและเพียงพอ เหมาะสมกับราคา จำนวน 1 คน

สรุปแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านผลิตภัณฑ์ ขนาดพื้นที่ควรมีขนาดใหญ่ สามารถรองรับได้หลายธุรกิจ และควรมีความเหมาะสมและเพียงพอ เหมาะสมกับราคา

## 2. ด้านราคา

ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีความเหมาะสมของราคาค่าบริการหรือไม่ อย่างไร

B1: ราคามีความเหมาะสมและผลต่อการเลือกใช้บริการ เพราะส่งผลต่อกำไรขาดทุนของบริษัทที่จะเข้ามาใช้บริการเขตปลอดอากร (ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2559)

B2: เขตปลอดอากรที่ให้บริการอยู่นั้น มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับขนาดและความเป็นมืออาชีพในการทำงาน โดยเฉพาะบริษัทฝรั่งที่ได้ทำงานอยู่นั้น ก็อาจจะไม่คำนึงถึงเรื่องของราคามากนัก แต่จะคำนึงถึงด้านกระบวนการหรือ Process ที่มีความ Smooth เรียบร้อย และกระบวนการไม่ติดขัด (ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

ท่านคิดว่าราคาของเขตปลอดอากรที่ดี ควรมีคุณธรรมหรือไม่ อย่างไร ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง

D1: ราคาของเขตปลอดอากรที่ดีต้องมีความยุติธรรม เพราะเป็นข้อแรกที่ลูกค้าพิจารณา (พนักงานบีไอไอ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 พฤษภาคม 2559)

D2: ราคาของเขตปลอดอากรที่ดี ควรความมีคุณธรรมเพราะ ต้องรู้สึกว่าคุ้มค่ากับการให้บริการ (พนักงานบีไอไอ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พฤษภาคม 2559)

ตารางที่ 4-2 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา

ด้านราคา	B1	B2	D1	D2	รวม
1. ราคาควรมีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับขนาดและความเป็นมืออาชีพในการทำงาน	✓	✓			2
2. ราคาของเขตปลอดอากรที่ดี ควรความมียุติธรรม			✓	✓	2

จากตารางที่ 4-2 วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา จากการสัมภาษณ์ 4 คน พบว่า ผู้สัมภาษณ์เห็นด้วยกับราคาที่เหมาะสม เมื่อเทียบกับขนาดและความเป็นมืออาชีพในการทำงาน จำนวน 2 คน และราคาของเขตปลอดอากรที่ดี ควรมีความมียุติธรรม จำนวน 2 คน เช่นกัน

สรุปแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากรด้านราคา ควรมีราคาที่มีความเหมาะสม และยุติธรรม เมื่อเทียบกับขนาดและความเป็นมืออาชีพในการทำงาน

### 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่นั้น สถานที่ตั้งมีความสะดวกและเหมาะสมต่อการให้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ เพราะอะไร

A1: เขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่นั้น สถานที่ตั้งมีความสะดวกต่อการให้บริการเขตปลอดอากร ทำให้การขนส่งสินค้ามีความคล่องตัวทันต่อเวลา (เจ้าหน้าที่รัฐ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

A2: เขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่นั้น สถานที่ตั้งมีความเหมาะสมต่อการให้บริการเขตปลอดอากร เส้นทางรถไม่ติดมากนัก (เจ้าหน้าที่รัฐ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

A3: เขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับนิคม ทำให้สามารถรองรับผู้ใช้บริการได้มากขึ้น (เจ้าหน้าที่รัฐ 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

A4: เขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับสนามบิน ทำให้เป็นมีความสะดวกในการขนส่งมาก (เจ้าหน้าที่รัฐ 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2559)

ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น สถานที่ตั้งมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

C1: สถานที่ตั้งมีความเหมาะสมมากเพราะใกล้กับท่าเรือแหลมฉบัง ทำให้ขนส่งสะดวก (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

- C2: สถานที่ตั้งมีความเหมาะสมเพราะใกล้กับท่าเรือแหลมฉบัง ทำให้ขนส่งได้ทันเวลา (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 9 เมษายน 2559)
- C3: สถานที่ตั้งมีความเหมาะสมเพราะใกล้กับสนามบิน ทำให้ขนส่งมีความสะดวก (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2559)
- C4: สถานที่ตั้งอยู่ในเส้นทางการคมนาคมที่สะดวก การจราจรไม่ติด (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)
- C5: สถานที่ตั้งของเขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่มีเส้นทางการขนส่งที่สะดวก (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 5 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)
- C6: สถานที่ตั้งของเขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่มีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับนิคม ทำให้สามารถขนส่งได้ทันเวลา (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 6 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)
- C7: สถานที่ตั้งมีความเหมาะสม สะดวกต่อการขนส่งสินค้า เพราะใกล้กับสนามบิน (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 7 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)
- C8: สถานที่ตั้งมีความเหมาะสม เพราะอยู่ไม่ไกลจากท่าเรือ ทำให้เกิดการขนส่งที่สะดวกมากและทันเวลา (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 8 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)
- C9: สถานที่ตั้งของเขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่มีเส้นทางถนนที่รถไม่ติดมากนัก ถือได้ว่าเป็นสถานที่ตั้งมีความเหมาะสม (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 9 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)
- C10: สถานที่ตั้งของเขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่ เส้นทางขนส่งที่สะดวก รถไม่ติดมากนัก (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 10 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)
- ท่านคิดว่าสถานที่ตั้งของเขตปลอดอากรที่ดี ควรเป็นอย่างไร ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง
- D1: สถานที่ตั้งมีความสำคัญมาก สถานที่ตั้งของเขตปลอดอากรที่ดี ควรอยู่ในเส้นทางการขนส่งที่สะดวก ถนนรถไม่ติด และสามารถที่จะบริการได้ทันเวลา เช่น อยู่ใกล้กับท่าเรือหรือสนามบิน (พนักงานบีไอไอ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 พฤษภาคม 2559)
- D2: สถานที่ตั้งเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะลูกค้าจะคำนึงถึงการขนส่ง และการตรงต่อเวลา การส่งของให้ทันลูกค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำธุรกิจ (พนักงานบีไอไอ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พฤษภาคม 2559)

ตารางที่ 4-3 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	A1	A2	A3	A4	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	D2	รวม
1. สถานที่ตั้ง ควรมีความเหมาะสม ใกล้กับท่าเรือ					✓	✓						✓					3
2. สถานที่ตั้ง ควรมีความเหมาะสม ใกล้กับ สนามบิน				✓			✓				✓						3
3. สถานที่ตั้ง ควรอยู่ใน เส้นทาง คมนาคมที่ สะดวก	✓	✓						✓	✓				✓	✓	✓		7
4. สถานที่ตั้ง ควรมีสถานที่ ตั้งอยู่ใกล้กับ นิคม			✓							✓						✓	3

จากตารางที่ 4-3 วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการสัมภาษณ์ 16 คน เรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อย 2 อันดับแรก พบว่า ผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับสถานที่ตั้งควรอยู่ในเส้นทางคมนาคมที่สะดวกมากที่สุด จำนวน 7 คน รองลงมา คือ สถานที่ตั้งควรมีความเหมาะสม ใกล้กับท่าเรือ จำนวน 3 คน สถานที่ตั้งควรมีความเหมาะสม ใกล้กับสนามบิน จำนวนเท่ากันคือ 3 คน และ สถานที่ตั้งควรมีความเหมาะสม ใกล้กับนิคม จำนวนเท่ากันคือ 3 คน

สรุปแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดศุลกากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีสถานที่ตั้งควรอยู่ในเส้นทางคมนาคมที่สะดวก สถานที่ตั้งควรมีความเหมาะสม ใกล้กับท่าเรือ สนามบิน หรือ นิคม

#### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีการส่งเสริมการตลาดที่ดี เช่น การจัดโปรโมชั่น การประชาสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร

C1: เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่ไม่ค่อยมีการจัดโปรโมชั่น แต่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ซึ่งถ้ามีการจัดโปรโมชั่น มีการส่งเสริมการตลาด ก็จะทำให้มีการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรมากขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

C2: การตลาดเป็นสิ่งจำเป็นในสมัยนี้ แต่เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่ไม่ค่อยมีการจัดโปรโมชั่นเท่าที่ควร ดังนั้นเขตปลอดอากรจึงควรมีการจัดโปรโมชั่นมากขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดอีกวิธีหนึ่ง (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 9 เมษายน 2559)

C3: เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่ มีการประชาสัมพันธ์โดยผ่านช่องทางเว็บไซต์ (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2559)

C4: การส่งเสริมการตลาดของเขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่ จะเน้นเรื่องกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ แต่ไม่ค่อยเน้นเรื่องการส่งเสริมการตลาด หากเขตปลอดอากรมีการส่งเสริมการตลาดมากขึ้น ก็จะดีขึ้น เพราะผู้ประกอบการจะเข้ามาเลือกใช้บริการมากขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

C5: เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่ มีการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อโปรเตอร์ และเป็นเจ้าภาพในการจัดสัมมนาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเขตปลอดอากร (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 5 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

C6: มีการส่งเสริมการตลาดโดยการแนะนำผ่านทางเฟสบุ๊ค (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 6 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C7: เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่มีการส่งเสริมการตลาดโดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต แต่ไม่เน้นกิจกรรมส่งเสริมการขาย (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 7 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C8: เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ไม่ค่อยมีการจัดโปรโมชั่น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 8 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C9: เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่ไม่ค่อยมีการจัดโปรโมชั่นเท่าที่ควร แต่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ ดังนั้นควรมีการจัดโปรโมชั่นมากขึ้นก็จะดีขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 9 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C10: การส่งเสริมการตลาดเป็นสิ่งจำเป็น หากมีการส่งเสริมการตลาดก็จะทำให้มีการใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 10 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)



ท่านคิดว่าควรต้องมีการจัดการส่งเสริมการตลาดของเขตปลอดอากร หรือไม่ อย่างไร

D1: โดยปกติจะมีการใช้ Connection และต้องทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะทำให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการเราตลอดไป โดยยุคสมัยนี้ต้องเอาตลาดนำ (พนักงานบีไอไอ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 พฤษภาคม 2559)

D2: ควรต้องมีการจัดการส่งเสริมการตลาดของเขตปลอดอากร เพราะการส่งเสริมการตลาดเป็นสิ่งจำเป็นมาก ณ ตอนนี้ เพื่อเพิ่มความต่อเนื่องในการใช้บริการของลูกค้า ให้เลือกใช้บริการไปได้ตลอด (พนักงานบีไอไอ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พฤษภาคม 2559)

ตารางที่ 4-4 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	D2	รวม
1. การตลาดเป็นสิ่งจำเป็น ควรมีการจัดโปรโมชั่น ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะช่วยให้มีการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรมากขึ้น	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	10
2. มีการใช้ Connection และต้องทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง										✓	✓		2

จากตารางที่ 4-4 วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จากการสัมภาษณ์ 12 คน เรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อยอันดับแรก พบว่า ผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการทำการตลาดเป็นสิ่งจำเป็น ควรมีการจัดโปรโมชั่น ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะช่วยให้มีการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรมากขึ้น จำนวน 10 คน รองลงมา คือ มีการใช้ Connection และต้องทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง จำนวน 2 คน

สรุปแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านการส่งเสริมการตลาด การตลาดเป็นสิ่งจำเป็น ควรมีการจัดโปรโมชั่น ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะช่วยให้มีการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรมากขึ้น และควรมีการใช้ Connection และต้องทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง

### 5. ด้านบุคลากร

ท่านคิดว่าในขณะที่ท่านปฏิบัติงานอยู่นั้น ท่านได้รับฝึกหัดและให้บริการในส่วนงานของท่านตามความเหมาะสมหรือไม่ เพราะอะไร

A1: ได้รับฝึกหัดต่อหน้าที่ อย่างเต็มความสามารถ (เจ้าหน้าที่รัฐ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

A2: ใช้ประสบการณ์ในการทำงาน และทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างดีที่สุด (เจ้าหน้าที่รัฐ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

A3: ทำงานด้วยความเชี่ยวชาญ และใช้ประสบการณ์ให้เกิดประโยชน์ สามารถแก้ไขงานต่าง ๆ ได้ (เจ้าหน้าที่รัฐ 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

A4: ทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างดีที่สุด เพื่อให้งานมีความราบรื่น ไม่เกิดปัญหาติดขัด (เจ้าหน้าที่รัฐ 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2559)

ท่านคิดว่าเขตปลอดภัยที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีบุคลากรที่ให้บริการที่ดี หรือไม่อย่างไร

C1: พนักงานเขตปลอดภัยที่ใช้บริการอยู่ มีบุคลากรที่ให้บริการที่ดี คือ มีการ Support ผู้ใช้บริการที่ดี ด้วยความเต็มใจ และเอาใจใส่ (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

C2: พนักงานเขตปลอดภัยที่ใช้บริการอยู่ มีบุคลากรที่ทำงานด้วยความเชี่ยวชาญ สามารถแก้ไขงานต่าง ๆ ได้สำเร็จ (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 9 เมษายน 2559)

C3: พนักงานเขตปลอดภัยที่ใช้บริการอยู่ มีบุคลากรที่เป็นมืออาชีพ (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2559)

C4: พนักงานเขตปลอดภัยที่ใช้บริการอยู่ มีความเอาใจใส่ ช่วยเหลือดูแล (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

C5: พนักงานเขตปลอดภัยที่ใช้บริการอยู่ มีบุคลากรที่ยิ้มแย้มแจ่มใส เอาใจใส่ และมีความเป็นมืออาชีพ (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 5 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

C6: พนักงานเขตปลอดภัยที่ใช้บริการอยู่ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ สามารถแก้ไขงานต่าง ๆ ได้สำเร็จลุล่วง (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 6 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C7: พนักงานเขตปลอดภัยที่ใช้บริการอยู่ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เอาใจใส่ ช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา ทำให้สามารถทำงานได้ทันเวลาและตรงต่อเวลา (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 7 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C8: พนักงานเขตปลอดอาคารที่ใช้บริการอยู่ มีความสามารถในการให้คำแนะนำ และตอบปัญหาในกรณีที่เกิด Case ที่ยากได้ (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 8 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C9: พนักงานเขตปลอดอาคารที่ใช้บริการอยู่ มีการให้บริการที่ดี และเพียงพอ ต่อการให้บริการ (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 9 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C10: พนักงานเขตปลอดอาคารที่ใช้บริการอยู่ มีบุคลากรที่เป็นมืออาชีพ สามารถแก้ไข งานต่าง ๆ ได้ (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 10 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

ตารางที่ 4-5 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	A1	A2	A3	A4	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	รวม
1. รับผิดชอบหน้าที่ อย่างเต็มความสามารถ และดีที่สุด	✓	✓		✓											3
2. ทำงานด้วยความ เชี่ยวชาญ เป็นมือ อาชีพ แก้ไขงานต่าง ๆ ได้			✓			✓	✓			✓		✓		✓	6
3. บริการด้วยความเต็ม ใจ เอาใจใส่ และ ช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา					✓			✓	✓		✓				4
4. พนักงานควรมี เพียงพอต่อการ ให้บริการ													✓		1

จากตารางที่ 4-5 วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร จากการสัมภาษณ์ 14 คน เรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อย พบว่า ผู้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าบุคลากรควรทำงานด้วยความเชี่ยวชาญ เป็นมืออาชีพ แก้ไขงานต่าง ๆ ได้ มากที่สุด จำนวน 6 คน รองลงมา คือ การบริการด้วยความเต็มใจ เอาใจใส่ และช่วยเหลือ เมื่อมีปัญหา จำนวน 4 คน ลำดับถัดมา คือ การรับผิดชอบหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ และดีที่สุดจำนวน 3 คน และลำดับสุดท้ายพนักงานควรมีเพียงพอต่อการให้บริการ จำนวน 1 คน

สรุปแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอาคารด้านบุคลากร คือ บุคลากรควรทำงานด้วยความเชี่ยวชาญ เป็นมืออาชีพ แก้ไขงานต่าง ๆ ได้ มีการบริการ

ด้วยความเต็มใจ เอาใจใส่ และช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา มีการรับผิดชอบต่อน้ำที่อย่างเต็ม  
ความสามารถ และดีที่สุด และพนักงานควรมีเพียงพอต่อการให้บริการ

#### 6. ด้านกระบวนการ

ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีกระบวนการที่ดี เช่น ระบบการ  
ควบคุมการเข้า-ออกของสินค้า, สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี หรือไม่ อย่างไร

B1: เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่ มีกระบวนการที่ดี มีการเตรียมเอกสารพร้อมสมบูรณ์  
การทำงานไม่ติดขัด ถือเป็นหัวใจสำคัญในใช้บริการเขตปลอดอากร (ผู้ประกอบการนำเข้า-  
ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2559)

B2: เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่นั้น มีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน ทำให้การ  
ทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ซึ่งกระบวนการที่ดีจะเป็นปัจจัยแรกในการเลือกใช้เขตปลอดอากร  
(ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

C1: เขตปลอดอากรที่ใช้อยู่ มีกระบวนการ ระบบการทำงานที่ดี เอกสารมีความพร้อม  
งานไม่ติดขัด (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

C2: เขตปลอดอากรที่ใช้อยู่ มีกระบวนการที่ดีมาก สามารถแก้ไข Case ที่ยาก ๆ ได้  
และทันเวลา (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 9 เมษายน 2559)

C3: เขตปลอดอากรที่ใช้อยู่ มีกระบวนการที่ดีค่อนข้างมาก สามารถ Link กับระบบ  
ของเราได้ (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2559)

C4: เขตปลอดอากรที่ใช้อยู่ มีกระบวนการ ระบบการทำงานที่ดี เวลาที่มี Case ยาก ๆ  
ก็สามารถที่จะแก้ไขได้สำเร็จและทันเวลา (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์,  
23 เมษายน 2559)

C5: เขตปลอดอากรที่ใช้อยู่ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม  
(ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 5 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

C6: เขตปลอดอากรที่ใช้อยู่ มีการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ (ตัวแทนผู้นำเข้า-  
ส่งออก 6 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C7: เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่นั้น มีกระบวนการที่ดีมาก เช่น มีสถานที่จอดรถ  
เหมาะสม มีกระบวนการของระบบการควบคุมการเข้าออกสินค้า (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 7  
(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C8: เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่มีระบบที่สามารถเชื่อมกับระบบของบริษัทได้  
(ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 8 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C9: เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่มีระบบการทำงานที่ดี มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยนำมาใช้

(ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 9 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C10: เขตปลอดอากรที่ใช้บริการอยู่ มีการนำเทคโนโลยีที่มีมาตรฐานในการให้บริการมาใช้  
ได้อย่างเหมาะสม (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 10 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

ตารางที่ 4-6 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	B1	B2	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	รวม
1. มีกระบวนการที่ดี มีระบบการทำงานที่ดี มีการเตรียมเอกสารพร้อมสมบูรณ์ การทำงานไม่ติดขัด	✓	✓	✓										3
2. มีกระบวนการที่ดี สามารถแก้ไข Case ที่ยากๆ ได้ และทันเวลา				✓		✓							2
3. กระบวนการที่ดี สามารถ link กับระบบของลูกค้าได้					✓					✓			2
4. มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม					✓		✓	✓			✓	✓	4
5. มีกระบวนการของระบบการควบคุมการเข้าออกสินค้า									✓				1

จากตารางที่ 4-6 วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ จากการสัมภาษณ์ 12 คน เรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อย 3 อันดับแรกพบว่า ผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมมากที่สุด จำนวน 4 คน รองลงมาคือ มีกระบวนการที่ดี มีระบบการทำงานที่ดี มีการเตรียมเอกสารพร้อมสมบูรณ์ การทำงานไม่ติดขัด จำนวน 3 คน และอันดับที่สองคือ การมีกระบวนการที่ดี สามารถแก้ไข Case ที่ยาก ๆ ได้ และทันเวลา จำนวน 2 คน และกระบวนการที่ดี สามารถ Link กับระบบของลูกค้าได้ จำนวน 2 คน เช่นกัน

สรุปแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านกระบวนการ ควรมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม ควรมีกระบวนการที่ดี มีระบบการทำงานที่ดี มีการเตรียมเอกสารพร้อมสมบูรณ์ การทำงานไม่ติดขัด ควรมีกระบวนการที่ดี สามารถแก้ไข Case ที่ยาก ๆ ได้ และทันเวลา และควรมีกระบวนการที่ดี สามารถ Link กับระบบของลูกค้าได้

### 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่นั้น มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี สามารถไว้วางใจได้ หรือไม่ อย่างไร

A1: เขตปลอดอากรที่ท่านทำงานอยู่ มีระบบความปลอดภัยของสินค้า ระบบการ Track สินค้าที่ดีเยี่ยม (เจ้าหน้าที่รัฐ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

A2: มีระบบความปลอดภัยของสินค้าที่สามารถไว้วางใจได้ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากร (เจ้าหน้าที่รัฐ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

A3: ในเขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่ มีระบบที่สามารถตรวจสอบการเคลื่อนไหวของสินค้าได้ ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ และเลือกใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (เจ้าหน้าที่รัฐ 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

A4: ในเขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่ มีระบบที่สามารถติดตามการขนส่งสินค้าได้ (เจ้าหน้าที่รัฐ 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2559)

B1: ในเขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ซึ่งระบบความปลอดภัยที่ดี เป็นสิ่งสำคัญต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เช่น ของไม่หาย เป็นต้น (ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2559)

B2: ในเขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีมาก สามารถไว้วางใจได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งของการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากร และการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบที่สามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้ทันที เป็นต้น (ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

ตารางที่ 4-7 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	A1	A2	A3	A4	B1	B2	รวม
1. ระบบความปลอดภัยของสินค้า ระบบการ Track สินค้าที่ดีเยี่ยม สามารถตรวจสอบการเคลื่อนไหวของสินค้าได้	✓		✓	✓			3
2. ระบบความปลอดภัยของสินค้าที่สามารถไว้วางใจได้ เช่น ของไม่หาย ระบบที่สามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้ทันที		✓			✓	✓	3

จากตารางที่ 4-7 วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการสัมภาษณ์ 6 คน พบว่า ผู้สัมภาษณ์เห็นด้วยว่าควรมีระบบความปลอดภัยของสินค้า ระบบการ Track สินค้าที่ดีเยี่ยม สามารถตรวจสอบการเคลื่อนไหวของสินค้าได้ จำนวน 3 คน และการมีระบบความปลอดภัยของสินค้าที่สามารถไว้วางใจได้ เช่น ของไม่หาย ระบบที่สามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้ทันที จำนวน 3 คน เช่นกัน

สรุปแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรมีระบบความปลอดภัยของสินค้า ระบบการ Track สินค้าที่ดีเยี่ยม สามารถตรวจสอบการเคลื่อนไหวของสินค้าได้ และควรมีระบบความปลอดภัยของสินค้าที่สามารถไว้วางใจได้ เช่น ของไม่หาย ระบบที่สามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้ทันที

### ปัจจัยภายนอกองค์กร

#### 1. เศรษฐกิจ

ท่านคิดว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ อย่างไร

A1: ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะมีผลต่อจำนวนสินค้าที่ผลิตและส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร

A2: ปัจจัยที่มีผลอย่างมาก ต่อการให้บริการเขตปลอดอากร ก็คือ เศรษฐกิจ เพราะเศรษฐกิจมีผลต่อจำนวน Volume ซึ่งส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร

A3: ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะถ้าเศรษฐกิจแย่อ การลงทุนก็หยุดชะงักลงเหมือนปีที่ผ่านมา ๆ มา ส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรที่ลดลง

A4: การเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ มีผลอย่างมากต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะหากเศรษฐกิจดีแล้ว การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะเพิ่มขึ้น เพราะมีสินค้าในการจำหน่ายมากขึ้น

B1: ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากร เนื่องจากธุรกิจที่อยู่ในช่วงขาขึ้นของเศรษฐกิจ ก็จะส่งผลต่อยอดขายมากขึ้น มีการผลิตมากขึ้น การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะมากขึ้นด้วย (ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2559)

B2: ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะเศรษฐกิจดี ยอดขายก็จะมากตาม ทำให้การให้บริการเขตปลอดอากรก็จะเพิ่มขึ้น (ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

C1: หากบริษัทอยู่ในช่วงเศรษฐกิจดี จะเห็นได้ว่าการให้บริการเขตปลอดอากรก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

C2: ยิ่งภาวะเศรษฐกิจดีเท่าไร ยอดขายจะมากขึ้น ส่งผลให้มีการใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 9 เมษายน 2559)

C3: ภาวะเศรษฐกิจมีผลอย่างมากต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร แน่นอนว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้น ได้มากหากมีเศรษฐกิจที่ดี (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2559)

C4: ยอดขายมากขึ้น เพราะเศรษฐกิจดี ส่งผลให้มีการใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

C5: ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะยอดขายจะมากขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 5 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

C6: ยอดขายมากขึ้น เพราะเศรษฐกิจดี ส่งผลให้มีการใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้น ดังนั้น ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 6 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C7: ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เนื่องจากเศรษฐกิจดี ยอดขายมากก็จะขึ้น การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะมากขึ้น แต่หากเศรษฐกิจไม่ดี ยอดขายก็จะลดลง การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะลดลงเช่นกัน (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 7 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C8: ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะมีผลต่อจำนวนสินค้าที่ผลิตให้กับลูกค้า จึงส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 8 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C9: ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะถ้าเศรษฐกิจไม่ดี ผลผลิตก็ลดลง ทำให้มีการใช้บริการเขตปลอดอากรลดลง (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 9 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C10: การใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้นหรือลดลง ขึ้นอยู่กับ เศรษฐกิจเป็นสำคัญ เพราะภาวะเศรษฐกิจที่ดี การลงทุนก็จะดี ยอดผลผลิตก็จะมากขึ้น ส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรที่เพิ่มขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 10 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

D1: ภาวะเศรษฐกิจมีผลอย่างมากต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะมีผลโดยตรงต่อจำนวนสินค้าที่ผลิต (พนักงานบีไอไอ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 พฤษภาคม 2559)

D2: ภาวะเศรษฐกิจมีผลอย่างมากต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะถ้ามีภาวะเศรษฐกิจที่ดีแล้ว การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีสินค้าหรือยอดผลิตมากขึ้น (พนักงานบีไอไอ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พฤษภาคม 2559)





จากตารางที่ 4-8 วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำกัด ด้านเศรษฐกิจ จากการสัมภาษณ์ 16 คน พบว่า ผู้สัมภาษณ์ทุกคนเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะมีผลต่อจำนวนสินค้าที่ผลิตและส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร ถ้าเศรษฐกิจไม่ดี ผลผลิตก็ลดลง ทำให้การให้บริการเขตปลอดอากรลดลงเช่นกัน

สรุปแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านเศรษฐกิจคือ ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะมีผลต่อจำนวนสินค้าที่ผลิตและส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร ถ้าเศรษฐกิจไม่ดี ผลผลิตก็ลดลง ทำให้การให้บริการเขตปลอดอากรลดลงเช่นกัน

## 2. การเมือง

ท่านคิดว่าภาวะการเมืองในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่อย่างไร

A1: ภาวะการเมืองมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรทางอ้อม เพราะมีผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน ซึ่งส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรเช่นกัน (เจ้าหน้าที่รัฐ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

A2: ปัจจัยอีกตัวหนึ่งที่มีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร ก็คือ การเมือง เพราะการเมืองมีผลต่อการลงทุนในประเทศ ถ้าลงทุนในประเทศมาก ใช้บริการเขตปลอดอากรก็เพิ่มขึ้น (เจ้าหน้าที่รัฐ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

A3: สถานะความมั่นคงของประเทศมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรไม่มากนักน้อย เพราะถ้าประเทศมีสถานะไม่มั่นคง การลงทุนก็จะลดลง ส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรที่ลดลงเช่นกัน (เจ้าหน้าที่รัฐ 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

A4: การเปลี่ยนแปลง ของภาวะการเมือง มีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะหากการเมืองมีสถานะความมั่นคงดีแล้ว การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะเพิ่มขึ้น เพราะประกอบการก็จะหันมาลงทุนในประเทศเรามากขึ้น (เจ้าหน้าที่รัฐ 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2559)

B1: การเมืองไม่มีผล เนื่องจากก่อนการตัดสินใจเลือกได้คิดไว้แล้วว่าจะต้องเช่าเท่าไร ดังนั้นต่อให้การเมืองแย่ ก็ไม่ได้ส่งผลอะไรต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร (ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2559)

B2: การเมืองมีผลน้อย เนื่องจากมีการตัดสินใจเลือกไปแล้วว่าใช้บริการเขตปลอดอากรเท่าไรบ้าง ถ้าการเมืองไม่สงบอย่างไรก็ต้องมีการใช้บริการเขตปลอดอากรอยู่ดี (ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

C1: หากบริษัทอยู่ในช่วงที่การเมืองมีสถานะความมั่นคง จะเห็นได้ว่าบริการเขตปลอดอากรก็จะอาจเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เพราะผู้ประกอบการกล้าลงทุนมากขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

C2: ยิ่งภาวะการเมืองดีเท่าไร ประเทศก็พร้อมที่เหมาะกับการลงทุนมากเท่านั้น ซึ่งส่งผลให้มีการใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้นเช่นกัน (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 9 เมษายน 2559)

C3: ภาวะการเมืองมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอาจจะไม่ส่งผลโดยตรงก็ส่งผลโดยอ้อม เพราะว่าการลงทุนเพิ่มขึ้นจะเพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งก็เพราะมีการเมืองที่ดีและมั่นคง (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2559)

C4: หากมองภาพรวมแล้ว การลงทุนที่เพิ่มขึ้นได้ ก็เพราะการเมืองดีและมั่นคง ส่งผลให้มีการใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

C5: ภาวะการเมืองมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะถ้ายังรัฐบาลมีการส่งเสริมการลงทุน ผู้ประกอบการก็พร้อมที่จะลงทุนมากขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 5 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

C6: ภาวะการเมืองไม่ส่งผลให้การใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้น เพราะหากนักลงทุนไม่ถึงขั้นถอนตัวการให้บริการเขตปลอดอากรก็ยังคงดำเนินต่อไป (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 6 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C7: ภาวะการเมืองค่อนข้างมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรเช่นกัน เนื่องจากภาวะการเมืองที่สงบ การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะมากขึ้น เพราะมีการลงทุนมากขึ้น แต่หากการเมืองไม่สงบ การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะลดลงเช่นกัน (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 7 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C8: ภาวะการเมืองมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะเกี่ยวข้องกับรัฐบาลและนโยบายของรัฐในช่วงเวลานั้น ๆ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้ประกอบการ จึงส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 8 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C9: ภาวะการเมืองที่สงบมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรไม่มากนักน้อย (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 9 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C10: การใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้นหรือลดลง ขึ้นอยู่กับ ภาวะการเมือง เช่นเดียวกัน เพราะภาวะการเมืองที่สงบดี การลงทุนก็จะดี ยอดผลผลิตก็จะมากขึ้น ส่งผลต่อ

การใช้บริการเขตปลอดอากรที่เพิ่มขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 10 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

D1: สำหรับภาวะการเมือง มีผลกระทบทางอ้อมที่ซ่อนอยู่ไม่มากนัก ถ้าหากภาวะการเมืองดี สงบนิ่ง ความเชื่อมั่นของนักลงทุนก็จะเพิ่มขึ้น ซึ่งสถานการณ์การเมืองตอนนี้ดีกว่าปีก่อน ๆ (พนักงานบีไอไอ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 พฤษภาคม 2559)

D2: ภาวะการเมือง มีผลกระทบการตัดสินใจลงทุน ยกตัวอย่างเช่น มีบัตรส่งเสริมการลงทุนที่มาจากยกเลิกเนื่องจากการเมืองไม่นิ่งในปีก่อน ๆ (พนักงานบีไอไอ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พฤษภาคม 2559)

ตารางที่ 4-9 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยภายนอกองค์กร ด้านการเมือง

ด้านการเมือง	A1	A2	A3	A4	B1	B2	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	D2	รวม
1. การเมือง มีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะหากการเมืองมีสถานะความมั่นคงดีแล้ว การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะเพิ่มขึ้นเพราะประกอบการก็จะหันมาลงทุนในประเทศเรามากขึ้น	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓	13
2. ภาวะการเมืองมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรทางอ้อม	✓								✓									✓	3
3. การเมืองไม่มีผล เนื่องจากก่อนการตัดสินใจเลือกได้คิดไว้แล้วว่า จะต้องเช่าเท่าไร ดังนั้นต่อการเมืองเมืองแย่ ก็ไม่ได้ส่งผลอะไร					✓							✓							2

จากตารางที่ 4-9 วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการเมือง จากการสัมภาษณ์ 18 คน เรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก พบว่าผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า การเมือง มีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะหากการเมืองมีสถานะความมั่นคงดีแล้ว การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะเพิ่มขึ้น เพราะประกอบการก็จะหันมาลงทุนในประเทศเรามากขึ้น จำนวน 13 คน รองลงมาคือ ภาวะการเมืองมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรทางอ้อม จำนวน 3 คน และอันดับสุดท้าย การเมืองไม่มีผล เนื่องจาก

ก่อนการตัดสินใจเลือกได้คิดไว้แล้วว่าจะต้องเช่าเท่าไร ดังนั้นต่อให้การเมืองแย่ ก็ไม่ได้ส่งผลอะไร จำนวน 2 คน

สรุปแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านการเมือง ภาวะการเมืองมีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรไม่ทางตรงก็ทางอ้อม แต่ถึงอย่างไร บางความคิดเห็นส่วนน้อยไม่มีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากร

### 3. สังคม

ท่านคิดว่าสังคมในปัจจุบัน มีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ อย่างไร

A1: สังคมในปัจจุบันมีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรทางอ้อม เพราะมีผลต่อธุรกิจ จะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นหรือไม่ ซึ่งส่งผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรเช่นกัน (เจ้าหน้าที่รัฐ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

A2: ปัจจัยอีกตัวหนึ่งที่มีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากร ก็คือ สังคม เพราะสังคม มีผลต่อการทำตลาดในพื้นที่ต่าง ๆ ถ้าธุรกิจจะสามารถดำเนินต่อไปได้ ใช้บริการเขตปลอดอากร ก็เพิ่มขึ้น (เจ้าหน้าที่รัฐ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

A3: สังคมมีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรไม่มากนักน้อย เพราะเกี่ยวข้องกับ สภาพแวดล้อม ถ้าผู้ประกอบการมั่นใจได้ว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นก็จะลงทุน กับธุรกิจ ส่งผลให้การให้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้นเช่นกัน (เจ้าหน้าที่รัฐ 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

A4: การทำตลาดในพื้นที่ต่าง ๆ ต้องคำนึงถึงสังคมและวัฒนธรรม หากสังคมดี ชุมชนดี ก็จะไม่มีผลมีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากร เพราะหากการเมืองมีสถานะความมั่นคงดีแล้ว การให้บริการเขตปลอดอากรก็จะเสียหายกับธุรกิจ ธุรกิจก็จะดำเนินไปอย่างคล่องตัว การให้บริการ เขตปลอดอากรก็จะดำเนินไปอย่างปกติสุขเช่นกัน (เจ้าหน้าที่รัฐ 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2559)

B1: สังคม ณ ตอนนี้ จำเป็นต้องใช้เขตปลอดอากร เนื่องจากได้ประโยชน์ทางภาษีมาก (ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2559)

B2: มีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรน้อยหากมีการตัดสินใจลงทุนมาแล้ว (ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

C1: หากบริษัทอยู่ร่วมกับคนในชุมชนและสังคมได้อย่างปกติสุข การให้บริการ เขตปลอดอากรก็จะอาจราบรื่นตามไปด้วย (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

C2: ถ้าสังคมในประเทศที่เหมาะสมกับการลงทุนมาก ก็จะส่งผลให้มีการใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้นเช่นกัน (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 9 เมษายน 2559)

C3: สังคมมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอาจจะไม่ส่งผลโดยตรงก็ส่งผลโดยอ้อม เช่นเดียวกันกับการเมือง เพราะว่าสังคมมีผลต่อการลงทุนที่เพิ่มขึ้นก็จะส่งผลให้มีการใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้นได้เช่นกัน (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2559)

C4: หากมองภาพรวมแล้ว การลงทุนที่เพิ่มขึ้นได้ ก็เพราะสังคมที่ดี มีวัฒนธรรมที่ดี ส่งผลให้มีการใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

C5: สังคมมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะถ้าผู้ประกอบการทำการตลาดให้ได้ถูกทางถูกสังคม การลงทุนของผู้ประกอบการก็จะมากขึ้น ส่งผลให้มีการใช้บริการเขตปลอดอากรเป็นไปอย่างราบรื่น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 5 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

C6: สังคมไม่ส่งผลให้มีการใช้บริการเขตปลอดอากรให้เพิ่มขึ้น เพราะหากนักลงทุนไม่ถึงขั้นถอนตัวการให้บริการเขตปลอดอากรก็ยังคงดำเนินต่อไปเช่นเดียวกับการเมือง (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 6 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C7: สังคมค่อนข้างมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรเช่นกัน เนื่องจากสังคมที่ส่งเสริมการให้บริการเขตปลอดอากรก็จะดี ราบรื่น ลงที่ เพราะการลงทุนเป็นปกติ แต่หากสังคมไม่ส่งเสริมการให้บริการเขตปลอดอากรก็จะลดลงเช่นกัน (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 7 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C8: สังคมมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะเกี่ยวข้องกับชุมชนและวัฒนธรรม มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้ประกอบการ จึงส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 8 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C9: สภาพสังคมที่สงบและดีมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรไม่มากนักน้อย (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 9 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C10: การใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้นหรือลดลง ขึ้นอยู่กับสังคมเช่นเดียวกัน แต่อาจจะเป็นผลกระทบทางอ้อม เพราะสังคมที่สงบดี การลงทุนก็จะดี ยอดผลผลิตก็จะดี ส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรที่ดีเช่นกัน (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 10 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

D1: หากสังคมมีการรับรู้การใช้บริการเขตปลอดอากร ก็จะทำให้การใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้น (พนักงานบีไอไอ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 พฤษภาคม 2559)

D2: การทำประโยชน์เพื่อสังคม ทำให้สังคมมีระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ก็จะส่งผลให้ที่อยู่ร่วมกับสังคมได้อย่างสงบสุข (พนักงานบีไอไอ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พฤษภาคม 2559)

#### ตารางที่ 4-10 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยภายนอกองค์กร ด้านสังคม

ด้านสังคม	A1	A2	A3	A4	B1	B2	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	D2	รวม
1. สังคมในปัจจุบันมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะผู้ประกอบการมั่นใจได้ว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นก็จะลงทุนกับธุรกิจ ส่งผลให้การใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้นและเพื่อให้ได้ประโยชน์ทางภาษี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15
2. การอยู่ร่วมกับคนในชุมชนและสังคมได้อย่างปกติสุข การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะราบรื่น								✓										✓	2
3. สังคมไม่ส่งผลให้การใช้บริการเขตปลอดอากรให้เพิ่มขึ้น เพราะหากนักลงทุนไม่ถึงขั้นถอนตัวการใช้บริการเขตปลอดอากรก็ยังคงดำเนินต่อไป												✓							1

จากตารางที่ 4-10 วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านสังคม จากการสัมภาษณ์ 18 คน เรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก พบว่าผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าสังคมในปัจจุบันมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะผู้ประกอบการมั่นใจได้ว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นก็จะลงทุนกับธุรกิจ ส่งผลให้การใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้นและเพื่อให้ได้ประโยชน์ทางภาษี จำนวน 15 คน รองลงมาคือการอยู่ร่วมกับคนในชุมชนและสังคมได้อย่างปกติสุข การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะราบรื่น จำนวน 2 คน และอันดับสุดท้าย คือสังคมไม่ส่งผลให้การใช้บริการเขตปลอดอากรให้เพิ่มขึ้น เพราะหากนักลงทุนไม่ถึงขั้นถอนตัวการใช้บริการเขตปลอดอากรก็ยังคงดำเนินต่อไป

สรุปแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากรด้านสังคม สังคมในปัจจุบันมีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากร เพราะผู้ประกอบการมั่นใจได้ว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นก็จะลงทุนกับธุรกิจ ส่งผลให้การให้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้นและเพื่อให้ได้ประโยชน์ทางภาษี นอกจากนี้การอยู่ร่วมกับคนในชุมชนและสังคมได้อย่างปกติสุข การให้บริการเขตปลอดอากรก็จะราบรื่น

#### 4. เทคโนโลยี

ท่านคิดว่าเทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรอย่างไรบ้าง

A1: เทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากร เพราะการมีเทคโนโลยีที่ดีจะทำให้การทำงานในเขตปลอดอากรดีขึ้น และรวดเร็ว (เจ้าหน้าที่รัฐ 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)

A2: ปัจจัยที่มีผลอย่างมาก ต่อการให้บริการเขตปลอดอากร ก็คือ เทคโนโลยีที่ดี เพราะเทคโนโลยีที่ดีมีผลต่อการบริการที่รวดเร็ว ความผิดพลาดในการทำงานที่เกิดจากคน (Human error) ก็จะลดลง ซึ่งส่งผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรที่ดีและเพิ่มขึ้น (เจ้าหน้าที่รัฐ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

A3: เทคโนโลยีมีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะถ้าเทคโนโลยีไม่ดีขึ้นการทำงานในเขตปลอดอากรก็จะไม่ราบรื่น ไม่รวดเร็วทันเวลา ส่งผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรที่ลดลง เพราะผู้ประกอบการก็จะเปลี่ยนเขตปลอดอากร อาจหันไปใช้บริการเขตปลอดอากรที่ดีกว่าได้ (เจ้าหน้าที่รัฐ 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

A4: การมีเทคโนโลยีที่ดีมีผลอย่างมากต่อการให้บริการเขตปลอดอากร เพราะหากมีเทคโนโลยีที่ดีแล้ว การให้บริการเขตปลอดอากรก็จะเพิ่มขึ้นเพราะมีมีความสะดวก รวดเร็ว มีระบบที่ทันสมัยมากขึ้น (เจ้าหน้าที่รัฐ 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2559)

B1: ในการบริหารจัดการใหม่ ๆ หากมีเทคโนโลยีที่ดี จะทำให้มีการทำงานง่ายขึ้น (ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2559)

B2: หาก ลด Human error ได้มากขึ้นหากมีเทคโนโลยีที่ดี (ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

C1: หากการบริการเขตปลอดอากรมีเทคโนโลยีที่ดี จะเห็นได้ว่าบริการเขตปลอดอากรก็จะ Smooth รวดเร็ว ความผิดพลาดก็จะลดลง (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2559)



C2: ยังมีเทคโนโลยีที่ดี ส่งผลให้มีการใช้บริการเขตปลอดอากรมีความสะดวกสบาย และรวดเร็วขึ้น ผู้ประกอบการก็จะใช้บริการเขตปลอดอากรไปตลอด ไม่เปลี่ยน (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 9 เมษายน 2559)

C3: เทคโนโลยีมีผลอย่างมากต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะความถูกต้องรวดเร็วเป็นสิ่งจำเป็นในการให้บริการเขตปลอดอากร (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 3 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2559)

C4: การบริการเขตปลอดอากรที่ดี ควรมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่งผลให้การให้บริการเขตปลอดอากรมีความน่าประทับใจ รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 4 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2559)

C5: เทคโนโลยีที่ดีมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรไม่มากนักน้อย เพราะถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการให้บริการ เพราะจะทำให้เกิดความรวดเร็วในการทำงาน ทันสมัย มีเครื่องมือที่ดีในการให้บริการ (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 5 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2559)

C6: การบริการที่ดี เพราะเทคโนโลยีที่ดี ส่งผลให้การให้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้น ดังนั้น เทคโนโลยีจึงมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 6 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C7: เทคโนโลยีที่ดี มีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เนื่องจากเทคโนโลยีที่ดี การบริการก็จะดี การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะดีและมากขึ้นได้ แต่หากเทคโนโลยีไม่ดี การบริการก็จะช้า ไม่รวดเร็ว ไม่ทันสมัย การใช้บริการเขตปลอดอากรก็อาจจะลดลงได้เช่นกัน (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 7 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

C8: เทคโนโลยีที่ดีมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะมีผลต่อการประชาสัมพันธ์ การให้บริการกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรมากขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 8 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C9: เทคโนโลยีที่ดี มีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะถ้าเทคโนโลยีไม่ดี การบริการก็จะแย่ มีความผิดพลาดบ่อย เกิดความล่าช้าไม่ทันเวลา ทำให้การให้บริการเขตปลอดอากรลดลง (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 9 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

C10: การใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้นหรือลดลง ขึ้นอยู่กับ เทคโนโลยีเช่นกัน เพราะเทคโนโลยีที่ดี การลงทุนก็จะดี ยอดผลผลิตก็จะมากขึ้น ส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรที่เพิ่มขึ้น (ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 10 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2559)

D1: คิดว่าเทคโนโลยีที่ดีจะส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ในการโฆษณา จะทำให้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้น (พนักงานบีโอไอ 1

(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 11 พฤษภาคม 2559)

D2: เทคโนโลยีไม่เพียงแต่การใช้ระบบที่ทันสมัยในการให้บริการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการโฆษณาไม่ว่าจะเป็นทางอินเทอร์เน็ต เฟสบุค ไลน์ เป็นต้น ล้วนแต่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอาคารที่จะมีมากขึ้น (พนักงานบีไอไอ 2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พฤษภาคม 2559)

ตารางที่ 4-11 สรุปการสัมภาษณ์ปัจจัยภายนอกองค์กรด้านเทคโนโลยี

ด้านเทคโนโลยี	A1	A2	A3	A4	B1	B2	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	D2	รวม
1. เทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการให้บริการเขตปลอดอาคาร เพราะทำให้การทำงานถูกต้อง รวดเร็วขึ้น ลดความผิดพลาดในการทำงานที่เกิดจากคน (Human error) มีระบบที่ทันสมัยมากขึ้น และมีการบริการที่ดีขึ้น	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			16
2. ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ในการโฆษณา จะทำให้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้น																	✓	✓	2

จากตารางที่ 4-11 วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านด้านเทคโนโลยี จากการสัมภาษณ์ 18 คน เรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อย พบว่าผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าเทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการให้บริการเขตปลอดอาคาร เพราะทำให้การทำงานถูกต้อง รวดเร็วขึ้น ลดความผิดพลาดในการทำงานที่เกิดจากคน (Human error) มีระบบที่ทันสมัยมากขึ้น และมีการบริการที่ดีขึ้นมากที่สุด จำนวน 16 คน รองลงมาคือ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ในการโฆษณา จะทำให้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้น จำนวน 2 คน

สรุปแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอาคาร ด้านเทคโนโลยี เทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการให้บริการเขตปลอดอาคาร เพราะทำให้การทำงานถูกต้อง รวดเร็วขึ้น ลดความผิดพลาดในการทำงานที่เกิดจากคน(Human error) มีระบบที่ทันสมัยมากขึ้น และมีการบริการที่ดีขึ้น และการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ในการโฆษณา จะทำให้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ในการโฆษณา จะทำให้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้น

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด 4 หน่วยงาน จำนวน 18 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 4 คน ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก จำนวน 2 คน ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก จำนวน 10 คน และพนักงาน BOI จำนวน 2 คน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

##### ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 4 คน ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก จำนวน 2 คน ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก จำนวน 10 คน และพนักงาน BOI จำนวน 2 คน

##### ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

###### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ เห็นว่าแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากรด้านผลิตภัณฑ์ พื้นที่ให้บริการของเขตปลอดอากรควรขนาดพื้นที่ควรมีขนาดใหญ่ สามารถรองรับได้หลายธุรกิจ และควรมีความเหมาะสมและเพียงพอเหมาะสมกับราคา

###### 2. ด้านราคา

ผู้ให้สัมภาษณ์ เห็นว่าแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากรด้านราคา ราคาของการให้บริการเขตปลอดอากรควรมีความเหมาะสม และยุติธรรม เมื่อเทียบกับขนาดและความเป็นมืออาชีพในการทำงาน

###### 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ให้สัมภาษณ์ เห็นว่าแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากรด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีสถานที่ตั้งควรอยู่ในเส้นทางคมนาคมที่สะดวก สถานที่ตั้ง

ควรมีความเหมาะสม ใกล้เคียงท่าเรือ สนามบิน หรือนิคม

#### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านการส่งเสริมการตลาด การตลาดเป็นสิ่งจำเป็น ควรมีการจัด โปร โมชัน ประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะทำให้มีการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรมากขึ้น และควรมีการใช้ Connection และต้องทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง

#### 5. ด้านบุคลากร

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านบุคลากร คือ บุคลากรควรทำงานด้วยความเชี่ยวชาญ เป็นมืออาชีพ แก้ไขงานต่าง ๆ ได้ มีการบริการด้วยความเต็มใจ เอาใจใส่ และช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา มีการรับผิดชอบต่อหน้าที่ อย่างเต็มความสามารถ และดีที่สุด และพนักงานควรมีเพียงพอต่อการให้บริการ

#### 6. ด้านกระบวนการ

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านกระบวนการ ควรมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม ควรมีกระบวนการที่ดี มีระบบการทำงานที่ดี มีการเตรียมเอกสารพร้อมสมบูรณ์ การทำงานไม่ติดขัด ควรมีกระบวนการที่ดี สามารถแก้ไข Case ที่ยาก ๆ ได้ และทันเวลา และควรมีกระบวนการที่ดี สามารถ Link กับระบบของลูกค้าได้

#### 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรมีระบบความปลอดภัยของสินค้า ระบบการ Track สินค้าที่ดีเยี่ยม สามารถตรวจสอบการเคลื่อนไหวของสินค้าได้ และควรมีระบบความปลอดภัยของสินค้าที่สามารถไว้วางใจได้ เช่น ของไม่หาย ระบบที่สามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้ทันที

#### ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านปัจจัยภายนอกองค์กร

##### 1. ด้านเศรษฐกิจ

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า แนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านเศรษฐกิจ คือ ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะมีผลต่อจำนวนสินค้าที่ผลิตและส่งผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากร ถ้าเศรษฐกิจไม่ดี ผลผลิตก็ลดลง ทำให้การให้บริการเขตปลอดอากรลดลงเช่นกัน

##### 2. ด้านการเมือง

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า แนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร

ด้านการเมือง ภาวะการเมืองมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรไม่ทางตรงก็ทางอ้อม แต่ถึงอย่างไร บางความคิดเห็นส่วนน้อยไม่มีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร

### 3. ด้านสังคม

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า แนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านสังคม สังคมในปัจจุบันมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะผู้ประกอบการมั่นใจได้ว่า ธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นก็จะลงทุนกับธุรกิจ ส่งผลให้การใช้บริการเขตปลอดอากรเพิ่มขึ้นและเพื่อให้ได้ประโยชน์ทางภาษี นอกจากนี้การอยู่ร่วมกับคนในชุมชน และสังคมได้อย่างปกติสุข การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะราบรื่น

### 4. ด้านเทคโนโลยี

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าแนวทางที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากร ด้านเทคโนโลยี เทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะทำให้การทำงานถูกต้อง รวดเร็วขึ้น ลดความผิดพลาดในการทำงานที่เกิดจากคน (Human error) มีระบบที่ทันสมัยมากขึ้น และมีการบริการที่ดีขึ้น และการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ในการโฆษณา จะทำให้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ในการโฆษณาจะทำให้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้น

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์ในงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี” สามารถอภิปรายผลการวิจัย โดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่า ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลความพึงพอใจในการใช้บริการ เขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลความพึงพอใจในการใช้บริการ เขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ผู้ให้บริการเขตปลอดอากรควรต้อง จัดเตรียมขนาดพื้นที่ที่ให้บริการมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อการให้บริการเขตปลอดอากร และเหมาะสมกับราคา เพื่อที่จะสามารถสามารถรองรับได้หลายธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลทำให้มี ผู้ประกอบการมาเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Armstrong and Kotler (2009) ที่สรุปว่า ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยสิ่งที่ สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ บุคคล สถานที่ ต้องมี มีคุณค่า (Value) ธรรมดาประโยชน์ (Utility) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ด้านราคา พบว่า ราคาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลความพึงพอใจในการใช้บริการ เขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ราคาของเขตปลอดอากรที่ดีต้องมีความยุติธรรม เพราะเป็นข้อแรกที่ถูกพิจารณา ราคาของเขตปลอดอากรที่ดีควรควรมียุติธรรม เพราะต้องรู้สึกว่าคุณค่ากับการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลทำให้มีผู้ประกอบการมาเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรีมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Armstrong and Kotler (2009) ที่สรุปว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของบริการกับราคาของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี สถานที่ตั้งของเขตปลอดอากรควรมีความสะดวกต่อการให้บริการเขตปลอดอากร ทำให้การขนส่งสินค้ามีความคล่องตัวทันต่อเวลา ควรอยู่ในเส้นทางขนส่งที่สะดวก ถนนรถไม่ติด และสามารถที่จะบริการได้ทันเวลา เช่น อยู่ใกล้กับท่าเรือหรือสนามบิน เพราะปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะลูกค้าจะคำนึงถึงการขนส่ง และการตรงต่อเวลา การส่งของให้ทันลูกค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลทำให้มีผู้ประกอบการมาเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Armstrong and Kotler (2009) และ นงลักษณ์ ตั้งใจ (2551) ที่สรุปว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้งและช่องทางในการนำเสนอบริการซึ่งโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ควรต้องทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะทำให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการเราตลอดไป โดยยุคสมัยนี้ต้องเอาตลาดนำ การตลาดเป็นสิ่งจำเป็น ควรมีการจัด โปรโมชัน ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะส่งผลทำให้มีผู้ประกอบการมาเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรีมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Etzel et al. (2007) ที่สรุปว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้การจูงใจเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) หรือให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่า จะมีอิทธิพลต่อ ความรู้สึก และพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่าง

### ผู้ซื้อกับผู้ขาย

5. ด้านบุคลากร พบว่า บุคลากรหรือพนักงานเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี พนักงานหรือผู้ให้บริการเขตปลอดอากรควรต้องทำงานด้วยความเชี่ยวชาญ และใช้ประสบการณ์ให้เกิดประโยชน์ สามารถแก้ไขงานต่าง ๆ ได้ บริการด้วยความเต็มใจ เอาใจใส่ และช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา ซึ่งจะส่งผลทำให้มีผู้ประกอบการมาเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี และมีความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Armstrong and Kotler (2009) ที่สรุปว่า บุคลากร ต้องอาศัย การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร ความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา

6. ด้านกระบวนการ พบว่า กระบวนการเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เขตปลอดอากรควรมีกระบวนการที่ดี มีการเตรียมเอกสารพร้อมสมบูรณ์ การทำงานไม่ติดขัดซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการใช้บริการเขตปลอดอากร ควรมีกระบวนการที่ดี สามารถแก้ไขงานที่ยาก ๆ ที่เกิดขึ้นได้ และทันเวลา มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม ซึ่งจะส่งผลทำให้มีผู้ประกอบการมาเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี และพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Armstrong and Kotler (2009) ที่สรุปว่า กระบวนการ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ผู้ให้บริการเขตปลอดอากรควรมีระบบความปลอดภัยของสินค้า ระบบการ Track สินค้าที่ดีเยี่ยม สามารถตรวจสอบการเคลื่อนไหวของสินค้าได้ และควรมีระบบความปลอดภัยของสินค้าที่สามารถไว้วางใจได้ เช่น ของไม่หาย ระบบที่สามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้ทันที ซึ่งจะส่งผลทำให้มีผู้ประกอบการมีความพึงพอใจและเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Armstrong and Kotler (2009) ที่สรุปว่า ลักษณะทางกายภาพ เป็นการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยภายนอกองค์กรพบว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ทั้ง 4 ด้าน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างมาก เพราะถ้าเศรษฐกิจแย่ การลงทุนก็หยุดชะงักลง เหมือนปีที่ผ่านมา ๆ มา ส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรที่ลดลง เนื่องจากเศรษฐกิจมีผลโดยตรงต่อจำนวนสินค้าที่ผลิต ซึ่งส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร ดังนั้นถ้าเศรษฐกิจดีจึงส่งผลทำให้มีผู้ประกอบการมาเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ อิงค์ควิตี (2557) ที่สรุปว่า เศรษฐกิจ มีผลกับทุก ๆ ธุรกิจ ในทางตรงเป็นอย่างมาก เพราะเศรษฐกิจของประเทศเป็นตัวกำหนดกำลังซื้อของคนในประเทศ และเป็นตัวกำหนดตลาดขนาดใหญ่ในประเทศ

2. ด้านการเมือง พบว่า ปัจจัยด้านการเมืองเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี การเปลี่ยนแปลงของภาวะการเมือง มีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะหากการเมืองมีสถานะความมั่นคงดีแล้ว ความเชื่อมั่นของนักลงทุนก็จะเพิ่มขึ้น การใช้บริการเขตปลอดอากรก็จะเพิ่มขึ้น เพราะผู้ประกอบการก็จะหันมาลงทุนในประเทศมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลทำให้มีผู้ประกอบการมาเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรีมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ อิงค์ควิตี (2557) ที่สรุปว่า ปัจจัยทางการเมือง คือ ปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพของรัฐบาลและนโยบายของรัฐในช่วงเวลานั้น ๆ ในบางช่วงเวลารัฐอาจมีการส่งเสริมการส่งออก ก็จะส่งผลให้ธุรกิจที่มีการส่งสินค้าไปขายนอกประเทศได้เปรียบ

3. ด้านสังคม พบว่าปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เพราะสังคมมีผลต่อการทำตลาดในพื้นที่ต่าง ๆ ถ้าธุรกิจจะสามารถดำเนินต่อไปได้ ใช้บริการเขตปลอดอากรก็เพิ่มขึ้น และถ้ามีการทำประโยชน์เพื่อสังคม ทำให้สังคมมีระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ก็จะส่งผลต่อทำให้อยู่ร่วมกับสังคมได้อย่างสงบสุข และหากสังคมมีการรับรู้การให้บริการเขตปลอดอากร ก็จะทำให้การให้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรีเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ อิงค์ควิตี (2557) ที่สรุปว่า สังคม เกี่ยวข้องกับ สภาพแวดล้อม สภาพสังคมวัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่ของคนพื้นที่นั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไรก่อนที่จะเริ่มทำการตลาดให้ได้ถูกทาง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น โดยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคน



ในชุมชนนั้น ๆ ด้วย

4. ด้านเทคโนโลยี พบว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากร เพราะทำให้การทำงานถูกต้อง สะดวก รวดเร็ว ลดความผิดพลาดในการทำงานที่เกิดจากคน (Human error) มีระบบที่ทันสมัยมากขึ้น และมีการบริการที่ดีขึ้น และการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ในการโฆษณา จะทำให้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ในการโฆษณา จะทำให้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลทำให้มีผู้ประกอบการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ อิงค์วิดี (2557) ที่สรุปว่า คือ เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่แต่ละพื้นที่ในการทำธุรกิจมีการพัฒนาของนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้เกิดการพัฒนาในการทำงานมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ดังนี้

เขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะพัฒนาในส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี และการรับรู้เพื่อวางแผนสำหรับปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน แก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนะ ดังนี้

#### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จัดเตรียมขนาดพื้นที่ให้บริการมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อการให้บริการเขตปลอดอากร
2. ด้านราคา กำหนดราคาของเขตปลอดอากรให้มีความมียุติธรรมและเหมาะสมคู่กับบริการ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
  - 3.1 เลือกสถานที่ตั้งของเขตปลอดอากรควรมีความสะดวกต่อการให้บริการ

## เขตปลอดอากร

- 3.2 จัดการขนส่งสินค้าให้ทันต่อเวลา สามารถบริการได้ทันเวลา
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด จัดทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะทำให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการตลอดไป
5. ด้านบุคลากร จัดอบรมพนักงานหรือผู้ให้บริการเขตปลอดอากร ให้สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ และสามารถบริการด้วยความเต็มใจ
6. ด้านกระบวนการ จัดระบบการทำงานให้มีกระบวนการที่ดี เช่น มีการเตรียมเอกสารพร้อมสมบูรณ์ ทำให้การทำงานไม่ติดขัด เป็นต้น
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ จัดให้มีระบบความปลอดภัยของสินค้าที่ดีที่สามารถไว้วางใจได้

## ปัจจัยภายนอกองค์กร

1. ด้านเศรษฐกิจ
 

มีการลดราคาการให้บริการ หากเกิดภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี
2. ด้านการเมือง
  - 2.1 กำหนดราคาให้เหมาะสมเพื่อสู้กับสถานการณ์การเมืองที่ไม่สงบ
  - 2.2 มีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ว่ามีการให้บริการเขตปลอดอากรที่ดี มีประสิทธิภาพ ถึงแม้การเมืองไม่สงบนี้ แต่ประสิทธิภาพการให้บริการก็ไม่ได้ลดลง
2. ด้านสังคม จัดทำประโยชน์เพื่อสังคม ทำให้สังคมมีระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ก็จะส่งผลต่อสังคมทำให้อยู่ร่วมกับสังคมได้อย่างสงบสุข
4. ด้านเทคโนโลยี จัดหาเทคโนโลยีที่ดีเพื่อให้การทำงานถูกต้อง สะดวก รวดเร็ว ลดความผิดพลาดในการทำงานได้

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาที่เน้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และ PEST ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาในเรื่องของด้านภาพลักษณ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากร เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของผู้ให้บริการเขตปลอดอากร
2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านเวลาในการให้บริการในเขตปลอดอากร เพื่อการวางแผนและประโยชน์ในการพัฒนาของผู้ให้บริการเขตปลอดอากรต่อไป

## บรรณานุกรม

กระทรวงคมนาคม. (2558). *แผนยุทธศาสตร์กระทรวงคมนาคม พ.ศ. 2554-2558* (ฉบับปรับปรุง).

กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม.

เจ้าหน้าที่รัฐ 1 (นามสมมติ). (2559, 8 เมษายน). สัมภาษณ์.

เจ้าหน้าที่รัฐ 2 (นามสมมติ). (2559, 23 เมษายน). สัมภาษณ์.

เจ้าหน้าที่รัฐ 3 (นามสมมติ). (2559, 24 เมษายน). สัมภาษณ์.

เจ้าหน้าที่รัฐ 4 (นามสมมติ). (2559, 7 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.

ชนินทร์ ตั้งชูทวีทรัพย์. (2545). *การประเมินผลการบริการประชาชนของสำนักงานทะเบียนอำเภอ*

*ตามมาตรฐานภาครัฐด้านระบบบริการภาคเอกชนและประชาชน (P.S.O. 1107):*

*ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร*

*มหาบัณฑิต, สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.*

ณัฐธินิชา ณ นคร. (2556). การศึกษาอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการของผู้สนับสนุน

*สโมสรในฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา, 13(2),*

*59-66.*

ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ). (2559, 8 เมษายน). รองประธานบริษัท. สัมภาษณ์.

ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ). (2559, 9 เมษายน). ผู้จัดการทั่วไป. สัมภาษณ์.

ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 3 (นามสมมติ). (2559, 10 เมษายน). ผู้จัดการทั่วไป. สัมภาษณ์.

ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 4 (นามสมมติ). (2559, 23 เมษายน). ผู้จัดการพัฒนาธุรกิจ. สัมภาษณ์.

ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 5 (นามสมมติ). (2559, 24 เมษายน). ผู้จัดการทั่วไป. สัมภาษณ์.

ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 6 (นามสมมติ). (2559, 30 เมษายน). รองผู้จัดการบริษัท. สัมภาษณ์.

ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 7 (นามสมมติ). (2559, 30 เมษายน). ผู้จัดการบริษัท. สัมภาษณ์.

ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 8 (นามสมมติ). (2559, 19 พฤษภาคม). รองผู้จัดการบริษัท. สัมภาษณ์.

ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 9 (นามสมมติ). (2559, 19 พฤษภาคม). รองประธานบริษัท. สัมภาษณ์.

ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก 10 (นามสมมติ). (2559, 19 พฤษภาคม). ผู้จัดการบริษัท. สัมภาษณ์.

เทศบาลนครแหลมฉบัง. (2553). *ข้อมูลทั่วไปเทศบาลนครแหลมฉบัง*. เข้าถึงได้จาก

[http://www.lcb.go.th/data.php?menu\\_id=136](http://www.lcb.go.th/data.php?menu_id=136)

- ทิวา ประสุวรรณ. (2547). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของพนักงานส่วนตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีที่ทำกรองค์กรบริหารส่วนตำบลบ้านแลง*. ปัญหาพิเศษ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชนัญฐ์ ยังเฟื่องมนต์. (2558). *การวิจัยการจัดการและการให้คำปรึกษา*. ชลบุรี: วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธีรารวรรณ จันทรมานนท์. (2555). *ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นงลักษณ์ ตั้งใจ. (2551). *ช่องทางการจัดจำหน่ายส้มสายน้ำผึ้งของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นพคุณ ดิลกภากรณ์. (2546). *การประเมินผลการบริการประชาชน: ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลแหลมฟ้าผ่า จังหวัดสมุทรปราการ*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา รัฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นฤมล บุญกิตติ. (2545). *การศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าในประเทศ: ศึกษากรณี บริษัท รีเจนท์ พอร์เวดดิ้ง เอ็กซ์เพรส จำกัด*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิตา ชูโต. (2551). *การวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: พริน โพร.
- ปริญญ์ ลักขิตานนท์. (2536). *กลยุทธ์การตลาดและการประยุกต์ใช้จริงในทางธุรกิจในแต่ละกรณี ตัวอย่าง*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 1 (นามสมมติ). (2559, 18 เมษายน). พนักงานนำเข้า-ส่งออก. สัมภาษณ์.
- ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก 2 (นามสมมติ). (2559, 23 เมษายน). พนักงานนำเข้า-ส่งออก. สัมภาษณ์.
- พนักงานบีไอไอ 1 (นามสมมติ). (2559, 10 พฤษภาคม). เจ้าหน้าที่ BOI. สัมภาษณ์.
- พนักงานบีไอไอ 2 (นามสมมติ). (2559, 14 พฤษภาคม). เจ้าหน้าที่ BOI. สัมภาษณ์.
- วรนุช บวรนนท์เดช. (2546). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของหน่วยบริการปฐมภูมิ เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

- วรรณิ์ เดียววิเศษ. (2548). รายงานโครงการสำรวจความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการ  
ของเทศบาลเมืองศรีราชา พ.ศ. 2548. ชลบุรี: สำนักปลัดเทศบาล เทศบาลเมืองศรีราชา  
จังหวัดชลบุรี.
- วิจิต อ้วน. (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2554). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ (พิมพ์ครั้งที่ 22). กรุงเทพฯ:  
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งาม อาง ปทพานิช และปริญญา ลักขิตานนท์. (2541). การบริหาร  
การตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ไคมอนด์แอนบิสิเนสเวิด์ล.
- ศิวดล ปาริชาติกานนท์ และวิโรจน์ ศรีสุรภนนท์. (2547). แนวทางความร่วมมือในการประกอบการ  
ขนส่งสินค้าระหว่างภูมิภาค: กรณีศึกษาสถานีขนส่งสินค้าคลองหลวง พุทธมณฑล  
และร่วมเกล้า. ใน การประชุมวิชาการวิศวกรรมโยธาแห่งชาติ ครั้งที่ 9 (NCCE 9)  
(หน้า 136-141). เพชรบุรี: โรงแรมริเจน์ที่ชะอำ.
- อิงค์ควิตี. (2557). *PEST analysis เครื่องมือวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกในการธุรกิจ*. เข้าถึงได้จาก  
<http://incquity.com/articles/pest-analysis>
- เอี่ยมพร ถักษา. (2548). การวิจัยและพัฒนาการเพิ่มยอดขายสินค้าและความพึงพอใจของลูกค้า  
โดยการใช้กลยุทธ์ 4P's ของร้านเอี่ยมพร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา  
ยุทธศาสตร์การพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2009). *Marketing an introduction* (8<sup>th</sup> ed.). New Jersey:  
Pearson Education.
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2007). *Marketing* (14<sup>th</sup> ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management analysis, planning, implementation and control*  
(9<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Simon & Schuster.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson  
Prentice Hall.
- Millet, J. D. (1954). *Management in the public service: The quest for effective performance*.  
New York: McGraw-Hill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบสัมภาษณ์



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา  
Graduate School of Commerce Burapha University  
169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

### แบบสัมภาษณ์งานวิจัย

## เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ด้วย และขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 4 ชุด สำหรับผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่

1. เจ้าหน้าที่รัฐ
2. ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก
3. ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก
4. พนักงาน BOI



## แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1: สำหรับเจ้าหน้าที่รัฐ

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ.....
2. อายุ.....
3. ระดับการศึกษาสูงสุด .....
4. ตำแหน่งงาน .....
5. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน.....
6. อัตราเงินเดือน.....

### ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

1. ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่นั้น มีขนาดพื้นที่ที่ให้บริการมีความเหมาะสมและเพียงพออย่างไรบ้าง  
.....  
.....  
.....  
.....
2. ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่นั้น สถานที่ตั้งมีความสะดวกและเหมาะสมต่อการให้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ เพราะอะไร  
.....  
.....  
.....  
.....
3. ท่านคิดว่าในขณะที่ท่านปฏิบัติงานอยู่นั้น ท่านได้รับผิดชอบและให้บริการในส่วนงานของท่านตามความเหมาะสมหรือไม่ เพราะอะไร  
.....  
.....  
.....

4. ท่านคิดว่าเขตปลอดอาคารในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่นั้น มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี สามารถไว้วางใจได้ หรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกองค์กร**

1. ท่านคิดว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอาคารหรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

2. ท่านคิดว่าภาวะการเมืองในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อการใช้บริการเขตปลอดอาคารหรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

3. ท่านคิดว่าสังคมในปัจจุบัน มีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอาคารหรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....

4. ท่านคิดว่าเทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอาคารอย่างไรบ้าง

.....  
.....  
.....  
.....

## แบบสัมภาษณ์ ชุดที่ 2: สำหรับผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ.....
2. อายุ.....
3. ระดับการศึกษาสูงสุด .....
4. ตำแหน่งงาน .....
5. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน.....
6. อัตราเงินเดือน.....

### ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

1. ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีขนาดพื้นที่ที่ให้บริการมีความเหมาะสมและเพียงพอหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีความเหมาะสมของราคาค่าบริการหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีกระบวนการที่ดี เช่น ระบบการควบคุมการเข้า-ออกของสินค้า, สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีลักษณะทางกายภาพที่ดี เช่น ระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี หรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกองค์กร**

1. ท่านคิดว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

2. ท่านคิดว่าภาวะการเมืองในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

3. ท่านคิดว่าสังคมในปัจจุบัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านมากน้อยเพียงไร อย่างไรบ้าง

.....  
.....  
.....

4. ท่านคิดว่าเทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านอย่างไรบ้าง

.....  
.....  
.....

### แบบสัมภาษณ์ ชุดที่ 3: สำหรับตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ.....
2. อายุ.....
3. ระดับการศึกษาสูงสุด .....
4. ตำแหน่งงาน .....
5. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน.....
6. อัตราเงินเดือน.....

#### ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

1. ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น สถานที่ตั้งมีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีการส่งเสริมการตลาดที่ดี เช่น การจัดโปรโมชั่น การประชาสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีบุคลากรที่ให้บริการที่ดีหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีกระบวนการที่ดี เช่น ระบบการควบคุม การเข้า-ออกของสินค้า, สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี หรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกองค์กร**

1. ท่านคิดว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

2. ท่านคิดว่าภาวะการเมืองในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....

3. ท่านคิดว่าสังคมในปัจจุบัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านน้อยเพียงไร อย่างไรบ้าง

.....  
.....  
.....

4. ท่านคิดว่าเทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านอย่างไรบ้าง

.....  
.....  
.....

## แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 4: สำหรับ BOI (Board of Investment)

### สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ.....
2. อายุ.....
3. ระดับการศึกษาสูงสุด .....
4. ตำแหน่งงาน .....
5. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน.....
6. อัตราเงินเดือน.....

#### ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

1. ท่านคิดว่าขนาดพื้นที่ที่ให้บริการของเขตปลอดอากรที่ดี ควรมีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าราคาของเขตปลอดอากรที่ดี ควรมียุติธรรมหรือไม่ อย่างไร ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าสถานที่ตั้งของเขตปลอดอากรที่ดี ควรเป็นอย่างไร ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าควรต้องมีการจัดการส่งเสริมการตลาดของเขตปลอดอากร หรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกองค์กร**

1. ท่านคิดว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

2. ท่านคิดว่าภาวะการเมืองในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

3. ท่านคิดว่าสังคมในปัจจุบัน มีผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

4. ท่านคิดว่าเทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างไรบ้าง

.....  
.....  
.....  
.....



ภาคผนวก ข

การประเมินผล IOC ของแบบสัณฐานณ์



## การประเมินผล IOC ของแบบสัมภาษณ์

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่  
ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

การประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Content validity)  
ใช้เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องกำหนดจากค่าตัวเลขดังนี้

ค่า +1 ข้อคำถามสอดคล้องกับงานวิจัย

ค่า 0 ไม่แสดงความคิดเห็น หรือ ข้อความไม่ชัดเจนแต่อาจจะใช้ได้

ค่า -1 ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับงานวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ  
ดังรายนามต่อไปนี้

1. ชื่อ ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2. ชื่อ ดร.ชนิสรา แก้วสุวรรณ

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

3. ชื่อ ดร.เทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สถาบัน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC) ของแต่ละข้อไม่น้อย  
กว่า 0.67 (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2554, หน้า 142) ดังตารางสรุปคะแนนแบบทดสอบความเที่ยงตรง  
(Validity) ของแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 4 ชุด สำหรับผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่

1. เจ้าหน้าที่รัฐ
2. ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก
3. ตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก
4. พนักงาน BOI

### ชุดที่ 1: สำหรับเจ้าหน้าที่รัฐ

ส่วนที่ 1 แนวคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ลำดับ	ข้อความคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
<b>1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม</b>							
1.1	เพศ	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.2	อายุ	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.3	ระดับการศึกษาสูงสุด	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.4	ตำแหน่งงาน	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.5	ระยะเวลาการปฏิบัติงาน	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.6	อัตราเงินเดือน	1	1	0	0.67	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจว่า อัตรา เงินเดือนจะมีผล อย่างไรต่อ การวิจัยของเราหรือไม่

## ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ลำดับ	ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
2.1	ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่นั้น มีขนาดพื้นที่ให้บริการมีความเหมาะสมและเพียงพออย่างไรบ้าง	1	1	1	1	สอดคล้อง	
2.2	ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่นั้น สถานที่ตั้งมีความสะดวกและเหมาะสมต่อการให้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ เพราะอะไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
2.3	ท่านคิดว่าในขณะที่ท่านปฏิบัติงานอยู่นั้น ท่านได้รับผิดชอบและให้บริการในส่วนของท่านตามความเหมาะสมหรือไม่ เพราะอะไร	1	1	0	0.67	สอดคล้อง	
2.4	ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรในเขตพื้นที่ที่ท่านทำงานอยู่นั้น มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี สามารถไว้วางใจได้ หรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	

## ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกองค์กร

ลำดับ	ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
3.1	ท่านคิดว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
3.2	ท่านคิดว่าภาวะการเมืองในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
3.3	ท่านคิดว่าสังคมในปัจจุบัน มีผลต่อการให้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	

ลำดับ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
3.4	ท่านคิดว่าเทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างไรบ้าง	1	1	1	1	สอดคล้อง	

## ชุดที่ 2: สำหรับผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก

### ส่วนที่ 1 แนวคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ลำดับ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
<b>1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม</b>							
1.1	เพศ	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.2	อายุ	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.3	ระดับการศึกษาสูงสุด	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.4	ตำแหน่งงาน	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.5	ระยะเวลาการปฏิบัติงาน	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.6	อัตราเงินเดือน	1	1	0	0.67	สอดคล้อง	

### ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ลำดับ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
2.1	ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีขนาดพื้นที่ที่ให้บริการมีความเหมาะสมและเพียงพอหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	

ลำดับ	ข้อความถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
2.2	ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีความเหมาะสมของราคาค่าบริการหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
2.3	ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีกระบวนการที่ดี เช่น ระบบการควบคุมการเข้า-ออกของสินค้า, สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
2.4	ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีลักษณะทางกายภาพที่ดี เช่น ระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกองค์กร

ลำดับ	ข้อความถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
3.1	ท่านคิดว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
3.2	ท่านคิดว่าภาวะการเมืองในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
3.3	ท่านคิดว่าสังคมในปัจจุบัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านมากน้อยเพียงไร อย่างไรบ้าง	1	1	1	1	สอดคล้อง	
3.4	ท่านคิดว่าเทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านอย่างไรบ้าง	1	1	1	1	สอดคล้อง	

### ชุดที่ 3: สำหรับตัวแทนผู้นำเข้า-ส่งออก

#### ส่วนที่ 1 แนวคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ลำดับ	ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
<b>1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม</b>							
1.1	เพศ	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.2	อายุ	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.3	ระดับการศึกษาสูงสุด	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.4	ตำแหน่งงาน	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.5	ระยะเวลาการปฏิบัติงาน	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.6	อัตราเงินเดือน	1	1	0	0.67	สอดคล้อง	

#### ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ลำดับ	ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
2.1	ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น สถานที่ตั้งมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
2.2	ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีการส่งเสริมการตลาดที่ดี เช่น การจัดโปรโมชัน การประชาสัมพันธ์หรือไม่อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
2.3	ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีบุคลากรที่ให้บริการที่ดีหรือไม่อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	

ลำดับ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
2.4	ท่านคิดว่าเขตปลอดอากรที่ท่านใช้บริการอยู่นั้น มีกระบวนการที่ดี เช่น ระบบการควบคุมการเข้า-ออกของสินค้า, สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี หรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกองค์กร

ลำดับ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
3.1	ท่านคิดว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
3.2	ท่านคิดว่าภาวะการเมืองในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
3.3	ท่านคิดว่าสังคมในปัจจุบัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านมากน้อยเพียงไร อย่างไรบ้าง	1	1	1	1	สอดคล้อง	
3.4	ท่านคิดว่าเทคโนโลยีที่ดีส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรของท่านอย่างไรบ้าง	1	1	1	1	สอดคล้อง	



### ชุดที่ 4: สำหรับ BOI (Board of Investment)

#### ส่วนที่ 1 แนวคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ลำดับ	ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
<b>1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม</b>							
1.1	เพศ	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.2	อายุ	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.3	ระดับการศึกษาสูงสุด	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.4	ตำแหน่งงาน	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.5	ระยะเวลาการปฏิบัติงาน	1	1	1	1	สอดคล้อง	
1.6	อัตราเงินเดือน	1	1	0	0.67	สอดคล้อง	

#### ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ลำดับ	ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
2.1	ท่านคิดว่าขนาดพื้นที่ที่ให้บริการของเขตปลอดอากรที่ดี ควรมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
2.2	ท่านคิดว่าราคาของเขตปลอดอากรที่ดี ควรมียุติธรรมหรือไม่ อย่างไร ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง	1	1	1	1	สอดคล้อง	
2.3	ท่านคิดว่าสถานที่ตั้งของเขตปลอดอากรที่ดี ควรเป็นอย่างไร ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง	1	1	1	1	สอดคล้อง	
2.4	ท่านคิดว่าควรมีการจัดการส่งเสริมการตลาดของเขตปลอดอากร หรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	

## ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกองค์กร

ลำดับ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	สรุปผล	หมายเหตุ
		1	2	3			
3.1	ท่านคิดว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
3.2	ท่านคิดว่าภาวะการเมืองในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
3.3	ท่านคิดว่าสังคมในปัจจุบัน มีผลกระทบต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	
3.4	ท่านคิดว่าเทคโนโลยีที่ดีส่งผลกระทบต่อการใช้บริการเขตปลอดอากรอย่างไรบ้าง	1	1	1	1	สอดคล้อง	

ภาคผนวก ค  
ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา



แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงคุณภาพ)

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ ดร. ศักดิ์สิทธิ์ ธรรมจักร

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

..... 1 ..... / 5 ..... / 2559

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสัมภาษณ์เชิงลึก  
(วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ : การเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบังจังหวัด  
ชลบุรี

ชื่อนิสิต : นายธีรจิตร สอนแจ้ง

รหัสประจำตัว : 57710077

สาขาวิชา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตรุ่นที่ 38

ปีการศึกษา : 2558

หมายเลขโทรศัพท์ : 090-124-5613

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษ จรินทร์ โท

ข้อมูลเบื้องต้น

1. วัตถุประสงค์

- 1.1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้  
บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี
- 1.2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอด  
อากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี
- 1.3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อ  
ความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี



แบบสัมภาษณ์ที่สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงคุณภาพ)

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ..... *สมนึก วัฒนสุวรรณ* .....

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

*ด.ร.* / *ผ.อ.* / *ร.ร.*

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสัมภาษณ์เชิงลึก  
(วิจัยเชิงคุณภาพ)

- ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ : การเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบังจังหวัด  
ชลบุรี
- ชื่อนิติกร : นายธีรจิตร สอนแจ้ง
- รหัสประจำตัว : 57710077
- สาขาวิชา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตรุ่นที่ 38
- ปีการศึกษา : 2558
- หมายเลขโทรศัพท์: 090-124-5613
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.กฤษ จรินโท

ข้อมูลเบื้องต้น

1. วัตถุประสงค์

- 1.1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้  
บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบังจังหวัดชลบุรี
- 1.2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอด  
อากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบังจังหวัดชลบุรี
- 1.3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อ  
ความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบังจังหวัดชลบุรี



แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงคุณภาพ)

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ

..... เกษณพงศ์ ไม้คงเจริญใจ .....

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสัมภาษณ์เชิงลึก  
(วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ : การเลือกใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบังจังหวัด  
ชลบุรี

ชื่อนิติกร : นายธีรจิตร สอนแจ้ง

รหัสประจำตัว : 57710077

สาขาวิชา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตรุ่นที่ 38

ปีการศึกษา : 2558

หมายเลขโทรศัพท์ : 090-124-5613

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษ จริน โท

ข้อมูลเบื้องต้น

1. วัตถุประสงค์

1.1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้  
บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

1.2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอด  
อากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

1.3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อ  
ความพึงพอใจในการใช้บริการเขตปลอดอากรในพื้นที่ท่าเทียบเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

ภาคผนวก ง  
ผลการตรวจอักษรวิสุทธิ

## Plagiarism Checking Report

Print Report

Created on Jul 2, 2016 at 11:13 AM

### Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
270724	Jul 2, 2016 at 11:13 AM	57710037@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	ch1_57710077.docx	Completed	0.00%

## Plagiarism Checking Report

Print Report

Created on Jul 19, 2016 at 15:12 PM

### Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
288433	Jul 19, 2016 at 15:12 PM	57710037@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	ch2_57710077.doc	Completed	4.30%

## Plagiarism Checking Report

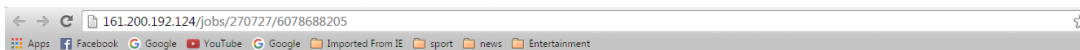
Print Report

Created on Jul 2, 2016 at 11:14 AM

### Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
270726	Jul 2, 2016 at 11:14 AM	57710037@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	ch3_57710077.docx	Completed	0.00%





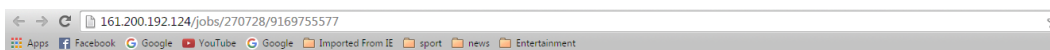
## Plagiarism Checking Report

Created on Jul 2, 2016 at 11:14 AM

Print Report

### Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
270727	Jul 2, 2016 at 11:14 AM	57710037@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	ch4_57710077.docx	Completed	0.00 %



## Plagiarism Checking Report

Created on Jul 2, 2016 at 11:14 AM

Print Report

### Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
270728	Jul 2, 2016 at 11:14 AM	57710037@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	ch5_57710077.docx	Completed	0.00 %

## ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายธีรจิตร สอนแจ้ง
วัน เดือน ปีเกิด	6 มีนาคม พ.ศ. 2527
สถานที่เกิด	จังหวัดชลบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 46/ 4 ตำบลศรีราชา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2551-ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกัปตันเรือสินค้าระหว่างประเทศ บริษัท Seachange Maritime
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2546-2550	วิทยาศาสตรบัณฑิต (วิทยาการเดินเรือ) มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. 2557-2559	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร) วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา