

**ชื่อการค้นคว้าอิสระ** อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

**ผู้วิจัย** นายชนัดต์ ไชยานนท์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี  
อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.จิระพงศ์ เรืองกุล ปีการศึกษา 2566 จำนวน 115 หน้า

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และ 2) วิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนหรือผู้มาใช้บริการ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ศึกษาคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ด้วยความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น

ผลการศึกษา พบว่า 1) ระดับคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ความพึงพอใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และภาพลักษณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 2) การวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผ่านเกณฑ์คือ  $X^2/df = 3.234$ ,  $CIF = 0.974$ ,  $TLI = 0.964$ ,  $RMSEA = 0.075$  และ  $SRMR = 0.025$  ผลการศึกษายังพบว่าคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

**คำสำคัญ** คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า ภาพลักษณ์ สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ลายมือชื่อนักศึกษา .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

**Independent study title:** The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Brand Image of the Revenue Unit, Accounting and Duty Section of the Suvarnabhumi Airport Cargo Clearance Customs Office

**Researcher:** Mr.Chanat Chaiyanon. Degree: Master of Business Administration. Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisor: Asst. Prof. Dr.Jirapong Ruanggoon. Academic year: 2023. 115 pp.

### Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the service quality, customer satisfaction, and image of the Revenue Unit, Accounting, and Duty Section of the Suvarnabhumi Airport Cargo Clearance Customs Office; and 2) analyze the impact of service quality on customer satisfaction and the image of the Revenue Unit, Accounting, and Duty Section of the Suvarnabhumi Airport Cargo Clearance Customs Office. The sample group consisted of 400 individuals who were either passengers or service users. The study employed questionnaires and statistical tools, including percentages, means, standard deviations, and linear structural relationship analysis.

The results showed that: 1) the service quality had an average score of 4.07, customer satisfaction had an average score of 4.08, and the image had an average score of 4.01, indicating a high overall level; and 2) the analysis of the impact of service quality on customer satisfaction and the image of the Revenue Unit, Accounting, and Duty Section of the Suvarnabhumi Airport Cargo Clearance Customs Office was in line with empirical data, as indicated by the following criteria:  $X^2/df = 3.234$ , CIF = 0.974, TLI = 0.964, RMSEA = 0.075, and SRMR = 0.025. This implies that service quality and customer satisfaction significantly influence the image of the Revenue Unit, Accounting, and Duty Section of the Suvarnabhumi Airport Cargo Clearance Customs Office.

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Brand Image and Suvarnabhumi Airport Cargo Clearance Customs Office

Student's signature .....

Independent study advisor' signature .....