

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสภาพสังคมปัจจุบันเป็นยุคเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสารสนเทศ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอันเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการเมืองทำให้ประเทศต่างๆ ในโลกต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันมากขึ้น องค์กรที่มีประสิทธิผล (Effectiveness organization) จะสามารถดำเนินงานตามนโยบายหรือแผนที่วางไว้ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ เป็นองค์กรที่มีความมั่นคง มีประสิทธิภาพ มีความเจริญก้าวหน้า มีผลผลิตสูง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันสามารถผสมผสานความต้องการของสมาชิกในองค์กรกับความ ต้องการหรือเป้าหมายขององค์กร และเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมได้ กรมศุลกากรเป็นหน่วยงานที่มีการปรับเปลี่ยนในเรื่องระบบ การบริหาร ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าและให้เป็นไปตามกฎของศุลกากร โลก ดังนั้นระบบราชการของกรมศุลกากรในอนาคตจะถูกกำหนดให้มีรูปแบบที่เล็กลงโดยที่การทำงานจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ปัญญตา นิลปิ่น, 2563, หน้า 3-4)

กรมศุลกากร เป็นหน่วยงานภาครัฐ สังกัดกระทรวงการคลัง ที่มีภารกิจหลักในการอำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างประเทศ จัดเก็บภาษีนำเข้าส่งออกอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม ให้สิทธิประโยชน์ทางศุลกากรเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และให้บริการประชาชนในการดำเนินการพิธีการทางศุลกากรในการนำเข้าสินค้ามาในราชอาณาจักรและส่งออกสินค้าไปนอกราชอาณาจักร ประกอบไปด้วย การดำเนินการพิธีการศุลกากรทางอากาศ การดำเนินการพิธีการศุลกากรทางทะเล การดำเนินการพิธีการศุลกากรทางบก และการดำเนินการพิธีการศุลกากรทางไปรษณีย์ ซึ่งการขนส่งทางอากาศมีความสะดวกรวดเร็วกว่าการขนส่งทางอื่น ๆ และสินค้านำเข้ามีโอกาสเกิดความเสียหายต่ำ ทำให้ในปัจจุบันการขนส่งสินค้าทางอากาศเป็นที่นิยมอย่างมาก (ทรงพร หาญสันติ และคณะ, 2562) สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นหนึ่งหน่วยงานหลักในสังกัดกรมศุลกากรที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการปฏิบัติพิธีการศุลกากร การจัดเก็บภาษีอากรและรายได้อื่น การคืนอากรทั่วไป การควบคุมสินค้าและการตรวจปล่อยสินค้าที่นำเข้าหรือส่งออก สินค้าถ่ายลำ ทางท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ นอกเหนือจากสินค้าที่ผู้โดยสารนำมาพร้อมกับตน รวมทั้งการควบคุมคลังสินค้าทัณฑ์บนและเขตปลอดอากรท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แต่ไม่รวมถึงคลังทัณฑ์บนภายในอาคารผู้โดยสารและอาคารเทียบเครื่องบินท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, 2565)

การจัดเก็บภาษีอากรและรายได้อื่น ของสำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีบทบาทสำคัญที่จะเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของรัฐบาลในการนำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม โดยอาศัยอำนาจตามกฎหมาย ซึ่งจะต้องมีการติดต่อและให้บริการแก่ประชาชน ประกอบ

กับรัฐบาลได้ประกาศยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐใช้ขับเคลื่อนองค์กร และมีผลผูกพันต่อหน่วยงานของรัฐที่จะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามนั้น เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์คือ ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนา ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุล และพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนภาครัฐที่ยึดหลัก ภาครัฐของประชาชน เพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนร่วม เกี่ยวข้องกับประเด็นภาครัฐยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว โปร่งใส โดย (1) การให้บริการสาธารณะของภาครัฐได้มาตรฐานสากล และ (2) ภาครัฐมีความเชื่อมโยงในการให้บริการสาธารณะต่าง ๆ ผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ตัวชี้วัดที่สำคัญของยุทธศาสตร์นี้ คือระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการสาธารณะของภาครัฐ

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 มาตรา 8 ในการบริหารราชการเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน ส่วนราชการจะต้องดำเนินการโดยถือว่าประชาชนเป็นศูนย์กลางที่จะได้รับบริการจากรัฐ และจะต้องมีแนวทางการบริหารราชการ ให้เป็นหน้าที่ของข้าราชการที่จะต้องคอยรับฟังความคิดเห็นและความพึงพอใจของสังคมโดยรวมและประชาชนผู้รับบริการ เพื่อปรับปรุงหรือเสนอแนะต่อผู้บังคับบัญชา เพื่อให้มีการปรับปรุงวิธีการปฏิบัติราชการให้เหมาะสม ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ได้กำหนดการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) หมวด 3 การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย โดยยึดหลักที่ว่า การบริหารราชการและการให้บริการขององค์กรภาครัฐที่ดี มีประสิทธิภาพ ที่ประชาชนพึงพอใจต้องยึดถือเอาความต้องการของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนด การวัดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย เป็นเป็นเครื่องมือสำหรับวัดและประเมินผลการให้บริการของหน่วยงานต่อผู้รับบริการ และเป็นสิ่งที่องค์กรต้องดำเนินการเพื่อติดตามผลการให้บริการ ซึ่งส่งมอบให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสียแล้ว มีผลในเชิงบวก หรือลบ เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการว่าอยู่ในระดับที่ผู้รับบริการหรือผู้มีส่วนได้เสีย ต้องการ คาดหวัง หรือไม่ อย่างไร เพื่อสะท้อนให้เห็นจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร นำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน การกำหนดกลยุทธ์การสร้างนวัตกรรมบริการและการเตรียมการให้บริการในอนาคตต่อผู้รับบริการ

ดังนั้น กรมศุลกากรจึงได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น ซึ่งคุณภาพการให้บริการนั้นเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่องานการให้บริการ เพราะคุณภาพการบริการในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ ใ้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ การเข้าถึงความรู้สึกของผู้ใช้บริการ การติดต่อสื่อสาร ความเชี่ยวชาญ และความโปร่งใส นั้น ถือเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการและเกิดความเชื่อมั่นต่อบริการที่ได้รับ (รุ่งทิพย์ นิลพัท, 2561, หน้า 13) นอกจากนี้จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า คุณภาพการบริการถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้ในการสร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาคุณภาพการบริการที่เหนือกว่าความคาดหวังอย่างต่อเนื่องจะสามารถให้องค์กรนั้นมีภาพลักษณ์ที่ดีอีกทั้งยังทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ (Dam & Dam, 2021, p.585) สอดคล้องกับที่ อรทัย เลิศวรรณวิทย์ (2559, หน้า 154) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ (Service quality) หมายถึง ภาพรวมระดับการ

รับรู้ด้านคุณภาพของการบริการทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ด้านคุณภาพของการบริการทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ ซึ่งอาจจะเกิดจากประสบการณ์ตรงหรือได้รับการบอกเล่าที่ตรงกับสิ่งที่องค์กร ซึ่งคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสร้างความแตกต่างขององค์กรให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ ยังสามารถสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร (Munyaradzi & Saman, 2016, pp. 262-270) ภาพลักษณ์องค์กรนั้นเป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่ผู้รับบริการรับรู้จากประสบการณ์ และเกิดเป็นภาพขึ้นในใจที่สะท้อนความรู้สึกด้านบวกและด้านลบ (สุทธิสินี ธีระธรรมสรณ์, 2561, หน้า 20) ทั้งนี้ทัศนคติหรือความคิดเห็นของลูกค้าเป็นอย่างไร ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นตามนั้นเช่นกัน โดยการสร้างภาพลักษณ์องค์กรในเชิงบวกนั้น จะทำให้องค์กรเกิดความน่าเชื่อถือ ลูกค้ามีความเชื่อมั่นต่อองค์กร และส่งผลให้ลูกค้าผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ (Zinkhan et al., 2001, pp. 152-160)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงสนใจศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เนื่องจากฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หากได้มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการแล้ว อาจจะทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจและส่งผลให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น ผู้วิจัยจึงต้องการทดสอบว่าเป็นตามนั้นหรือไม่ ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง เสนอแนะ และพัฒนาการให้บริการของฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ให้เกิดประสิทธิภาพ และเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

สมมติฐานของการวิจัย

1. อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการหรือประชาชน ผู้มาใช้บริการฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ระหว่างเดือนเมษายน - กันยายน พ.ศ. 2565 จำนวน 128,425 คน ข้อมูลจากผู้มาใช้บริการกวดบัตรคิวฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการหรือประชาชน ผู้มาใช้บริการฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ตัวแปรอิสระ (Independent variables) คือ คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย

- ความเป็นรูปธรรมของการบริการ
- ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้
- การตอบสนองต่อผู้รับบริการ
- การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ
- การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ

ตัวแปรตาม (Dependent variables)

ความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย

- การบริการเป็นไปตามความคาดหวัง
- การบริการครบถ้วน ถูกต้องเป็นไปตามความต้องการ
- การบริการเป็นที่ประทับใจ
- มีความสุขทุกครั้งเมื่อมาใช้บริการ
- ยินดีกลับมาใช้บริการซ้ำอีก
- ภาพรวมของการบริการ

ภาพลักษณ์ ประกอบด้วย

- ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- ภาพลักษณ์ตราयीห่อ
- ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร

3. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยทำการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2566

นิยามศัพท์เฉพาะ

สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หมายถึง หน่วยงานที่ดำเนินการเกี่ยวกับการปฏิบัติพิธีการศุลกากร การจัดเก็บภาษีอากรและรายได้อื่นสำหรับสินค้านำเข้าและส่งออก สินค้าถ่ายลำ สินค้าผ่านแดน

คุณภาพการบริการ หมายถึง การให้บริการของฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ประชาชนผู้มาใช้บริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง สิ่งสัมผัสได้ของการให้บริการของฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เช่น อาคาร สถานที่ บริการลูกค้า ที่จอดรถ อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ที่ลูกค้ามองเห็นได้ภายนอก

ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้มาใช้บริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความพร้อม และความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างทันท่วงที รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง และรวดเร็ว

การให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ หมายถึง การรับประกันว่าเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมินั้น มีความสามารถสุภาพ และมีจริยธรรมในการบริการ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับการบริการตามมาตรฐานของสำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้มาใช้บริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้มาใช้บริการแต่ละคน

ภาพลักษณ์ หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของลูกค้า ซึ่งเกิดจากความรู้สึกส่วนตัวร่วมกับประสบการณ์ที่ได้รับจากฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ความรู้สึกทางบวกที่แสดงถึงความชอบใจ ความพอใจ หรือความประทับใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
3. ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง เสนอแนะ และพัฒนาการให้บริการของฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิให้เกิดประสิทธิภาพ และเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี