

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี

**SERVICE QUALITY AFFECTING TO CUSTOMER'S SATISFACTION OF OFFICE OF
COMMERCIALS AFFAIRS UTHAI THANI**

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี 2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี พื้นที่ศึกษา คือ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 400 ราย และการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย เลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independence Sample T-test , One-way ANOVA: F-test ใช้วิธี 'Scheffe' เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ และ วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการจังหวัดอุทัยธานี พบว่าด้านเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนสถานภาพสมรสและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการจังหวัดอุทัยธานีโดยด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจในภาพรวมนั้น มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจในภาพรวมที่แตกต่างกัน ส่วนด้านอื่น ๆ นั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์พหุคูณพบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 15 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ ใต้ร้อยละ 5.4 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ คือการให้บริการเป็นไปตามลำดับขั้นตอนและระยะเวลาที่แจ้งไว้ (X8) , สามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล เว็บไซต์ (X15) และมีการแจ้งกระบวนการการดำเนินงานอย่างชัดเจน เช่น ขั้นตอน ระยะเวลาการดำเนินการ ค่าธรรมเนียม เอกสารหลักฐานที่ต้องใช้ (X11)

ตามลำดับ ร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจ ได้ร้อยละ 3.1 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการจัดส่งด้วยความใส่ใจ คือ เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความเป็นมิตรในขณะที่ให้บริการ (X13) ร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม ได้ร้อยละ 7.4 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เวลาอย่างเหมาะสม คือ สามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล เว็บไซต์ (X15) และเจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความเป็นมิตรในขณะที่ให้บริการ (X13) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (X13) ร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ได้ร้อยละ 5.4 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เวลาอย่างเหมาะสม คือ สามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล เว็บไซต์ (X15) และเจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี มีความรู้ในการแนะนำบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง (X10) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ,ความพึงพอใจ,ผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี

ABSTRACT

Research subject service quality affecting to customer's satisfaction of office of Commercial Affairs, Uthaithani. The objectives were to 1) Study the differences between personal factors and customer satisfaction of Office of Commercial Affairs, Uthaithani. 2) Study the service quality affecting to customer's satisfaction of office of Commercial Affairs, Uthaithani.,400 cases and this research is quantitative research and survey research. By using the questionnaires as a tool to collect data. The statistic analysis was , Frequency Values ,Percentage Values, Arithmetic Mean Values, Standard Deviation, Independence Sample T-test, One-Way ANOVA: F-test and used the Scheffé's method to compare double differences and perform Multiple Linear Regression.

The results of comparing the customer's satisfaction of office of Commercial Affairs, Uthaithani found that gender, age, occupation and educational level were different. are satisfied with the service no difference as for the marital status and satisfaction of the customer's satisfaction of office of Commercial Affairs, Uthaithani, in terms of delivery with the overall attention There was a statistical significance at the 0.05 level, that is, different marital status. Satisfaction in delivery with different overall attention The other aspects were not statistically significant at the 0.05 level.The results of the multiplication analysis revealed that all 15 independent variables together explained the variation of the dependent variable .In terms of having a perfect product, 5.4 percent found that the factors affecting having a perfect product is the service is in accordance with the sequence of steps and time periods that have been informed (X8), you can contact the office of Commercial Affairs, Uthaithani. Many channels such as telephone, facsimile, e-mail, webboard (X15) and the operating process has been clearly informed, such as steps, processing time, fees, required documents (X11), respectively, together explaining the variation. Of the dependent variables on delivery with care, was 3.1 percent. It was found that the factors affecting delivery with care were the officials of office of Commercial Affairs, Uthaithani being friendly while serving (X13) explained the variation of the dependent variable on using time appropriately at 7.4 percent. Many channels such as telephone, fax, e-mail, web board (X15) and the office of Commercial Affairs, Uthaithani friendliness while providing services (X13), respectively, at a statistical significance of 0.05 (X13),

together explaining the variance of the dependent variable in problem solving process efficiency at 5.4 percent. The effect on using time appropriately is that you agree that you can contact the office of Commercial Affairs, Uthaithani. Many channels such as telephone, fax, e-mail, web board (X15) and the office of Commercial Affairs, Uthaithani knowledge in recommending services to customers correctly (X10), at a statistical significance level of 0.05

Keywords: Service Quality , Satisfaction , Customer of office of Commercial Affairs, Uthaithani.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการ ด้วยรูปแบบการบริการของศูนย์ราชการสะดวก (GECC) ตามนโยบายของนายกรัฐมนตรี ให้ทุกกระทรวง กรม และจังหวัด รวมทั้งรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง กำหนดให้มี “ศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC)” เพื่อเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนที่มาติดต่อ โดยกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศให้มีสภาพแวดล้อมทางการค้าที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ เสริมสร้างความสามารถของ ผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็ง เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้เจริญก้าวหน้า อย่าง มั่งคั่ง เป็นธรรม ยั่งยืน และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงและผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ บทบาทหลักด้านในประเทศ 1. การดูแลราคาสินค้าเกษตรและรายได้เกษตรกร 2. ดูแลผู้บริโภคภายใต้กรอบกฎหมายของกระทรวงพาณิชย์ 3. ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการค้า ทั้งการค้าสินค้าและธุรกิจบริการ 4. คุ่มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญา ด้านต่างประเทศ 1. เจรจาการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย การเจรจาภายใต้กรอบ WTO FTA อนุภูมิภาค ภูมิภาค ฯลฯ 2. จัดระเบียบและบริหารการนำเข้าส่งออก รวมทั้งการขยายตัวรัฐต่อรัฐ การค้ามันสำปะหลัง สินค้าข้อตกลงต่าง ๆ 3. แก้ไขปัญหา และรักษาผลประโยชน์ทางการค้า เช่น การดูแลเรื่อง GSP การเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด 4. ส่งเสริมและเร่งรัดการส่งออก (กระทรวงพาณิชย์,2565)

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี เป็นหน่วยงาน สังกัดกระทรวงพาณิชย์ ดำเนินงานภายใต้ นโยบายหลังคาเดียวกัน (One Roof Policy) ซึ่งถูกยุบรวมมาจาก สำนักงานการค้าภายในจังหวัด กรมการ

ค้าภายใน และ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด กรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยทำให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี มีหน้าที่หลักในการรับผิดชอบภารกิจหลักของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ 1.พัฒนาผู้ประกอบการและสถาบันการค้า 2.ส่งเสริมธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก ธุรกิจบริการ และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3. งานด้านจดทะเบียน ดำเนินการตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่าด้วยหุ้นส่วนและบริษัท กฎหมาย ว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด กฎหมายว่าด้วยทะเบียนพาณิชย์ 4. ให้บริการข้อมูลเอกสารทะเบียนธุรกิจ และข้อมูลธุรกิจอื่น และรับรองรายการ ทางทะเบียนธุรกิจ และหน้าที่หลักในการรับผิดชอบภารกิจหลักของกรมการค้าภายใน คือ 1. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตรการชั่งตวงวัด กฎหมายว่าด้วยคลังสินค้า 2. ส่งเสริมและพัฒนาการค้า การตลาดภายในประเทศให้เกิดประสิทธิภาพและมีความเป็นธรรม 3. ส่งเสริมระบบการค้าสินค้าเพื่อรักษา ระดับราคาสินค้าเกษตร 4. จัดระบบราคาและปริมาณสินค้าให้เกิดความเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนา ผู้บริโภคให้มีบทบาทในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง ซึ่งจะเห็นได้ว่าสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีจะ เน้นการให้บริการกับกลุ่มเกษตรกร กลุ่มนิติบุคคล บริษัท/ห้างหุ้นส่วน ร้านค้า และประชาชน จึงต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการอย่างมาก

ซึ่งจากสถานการณ์แรงงานจังหวัดอุทัยธานี เมื่อพิจารณาจากผู้มีงานทำ จำนวน 152,676 คน จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม พบว่า ทำงานในภาคเกษตรกรรม จำนวน 89,782 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 ส่วนผู้ทำงานนอกภาคเกษตรกรรมมีจำนวน 62,894 คน คิดเป็นร้อยละ 41.19 ของผู้มีงานทำทั้งหมด เนื่องจากจังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดเกษตรกรรม จึงส่งผลให้แรงงานภาคเกษตรกรรมสูงกว่าแรงงานนอกภาคเกษตรกรรมหรือภาคอุตสาหกรรมโดยกลุ่มผู้มีงานทำนอกภาคเกษตรกรรมสูงสุด 3 อันดับแรก คือ (1) การขายส่ง การขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ฯ รถจักรยานยนต์ จำนวน 15,683 คน คิดเป็นร้อยละ 10.27 (2) การก่อสร้าง 9,474 คน คิดเป็นร้อยละ 6.21 (3) การบริหารราชการและการป้องกัน ประเทศ จำนวน 8,797 คน คิดเป็นร้อยละ 5.76 (รายงานสถานการณ์แรงงานจังหวัดอุทัยธานีไตรมาส 2 ปี 2565) ซึ่งจะเห็นว่าสัดส่วนอาชีพที่สูงที่สุดในจังหวัดอุทัยธานี 2 อันดับแรกคือ เกษตรกรรมและการขายส่ง ขายปลีก ซึ่งเป็นอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของหน่วยงานราชการกระทรวงพาณิชย์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี เพื่อจะนำผลที่ได้ไปปรับปรุง พัฒนาการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนให้ได้มากที่สุด และพัฒนางานด้านบริการให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ตัวแปรต้น ได้แก่

- 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา
- 1.2 คุณภาพการให้บริการ ตามแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml & Berry, (1988)

ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้
3. การตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า
5. การเอาใจใส่ลูกค้า

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ตามแนวคิดของ Inghilleri & Solomon (2010)

ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

1. การมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ
2. การจัดส่งด้วยความใส่ใจ
3. การใช้เวลาอย่างเหมาะสม
4. กระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร คือผู้ใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าประชากรจากสูตรของ W.G. Cochran (1997) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หรือระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (n) เท่ากับ 385 ตัวอย่าง

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี

1.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา ตั้งแต่เดือน กันยายน - พฤศจิกายน พ.ศ.2565

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

กรอนรูส (Gronroos, 1982) คุณภาพการให้บริการที่ลูกค้ารับรู้และคุณภาพการ ให้บริการที่ลูกค้ารับรู้ ทั้งหมด เป็นแนวคิดที่เกิดจากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและ ผลกระทบที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการที่มีต่อ การประเมินคุณภาพของบริการภายหลังจากที่ได้รับบริการ คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมดเป็นคุณภาพ การให้บริการที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการรับรู้โดยเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ ที่สำคัญ 2 ประการ ประกอบด้วย

1. คุณภาพที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการคาดหวัง (Expected Quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth Communication) และความต้องการของลูกค้า (Customer Needs)

2. คุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Experiences Quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality)

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) SERVQUAL เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมในการนำมาใช้เพื่อศึกษาในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ อย่างกว้างขวาง ซึ่งองค์กรต้องการทำความเข้าใจต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายตามความ ต้องการในบริการที่ต้องการ และเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพในการให้บริการขององค์กร เพื่อ พัฒนาคุณภาพการบริการให้ประสบผลสำเร็จ SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลัก และมีความสัมพันธ์กับมิติของคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการ ผู้ให้บริการของบริษัทหลายแห่ง จะ

นำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบคุณภาพการบริการ โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการ โดยเฉพาะโดยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพบริการที่เรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) 5 มิติหลัก ประกอบด้วย มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง งานบริการควรมีความ เป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์ กับเครื่องใช้ในสำนักงานสภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และ เอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและการมีระเบียบของสำนักงาน ทำเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถมองภาพได้ชัดเจน มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ หมายถึง การให้บริการได้ตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า งานบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องถูกต้อง เหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอ ต่อการให้บริการและสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว หมายถึง ความรวดเร็วเป็น ความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอคิวนาน รวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลยความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า หมายถึง บริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับการตามที่คาดหวัง มิติที่ 5 การเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละราย ด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ และแจ้งข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้า แต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่อง ใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการสามารถสรุปได้ว่าเกณฑ์ที่ใช้วัดประกอบไปด้วยหลายด้านที่สำคัญและในแต่ละด้านมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้เกณฑ์ความพึงพอใจของการบริการคุณภาพการให้บริการ ของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) เนื่องจาก มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการด้านต่าง ๆ อย่างครอบคลุมและครบถ้วน รวมถึงเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับตัวแปรและปัจจัยที่ได้ทำการศึกษาในครั้งนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของการบริการ

Inghilleri & Solomon (2010) กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้า สามารถแบ่งได้เป็น 4 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ 1) การมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ (Perfect Product) บางครั้งสินค้าและบริการ อาจเกิดความผิดพลาดขึ้นโดยไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจจะทำให้เกิดความไม่ พึงพอใจของลูกค้าได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีสินค้าและบริการที่ดีเยี่ยม ควรออกแบบสินค้าและบริการ ให้ดีที่สุด 2) การจัดส่งด้วยความใส่ใจ

(Caring delivery) เมื่อมีสินค้าและบริการที่ดีเยี่ยมแล้ว การเป็นมิตรในการนำส่งก็เป็นสิ่งสำคัญ พนักงานที่เป็นมิตร มีความใส่ใจในการนำส่งสินค้าและบริการ จะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อทั้งสินค้าและบริการ รวมถึงตัวธุรกิจด้วย 3) การใช้เวลาอย่างเหมาะสม (Timeliness) ลูกค้ามีประสบการณ์มากมาย เป็นไปตามความคาดหวัง ดังนั้น การนำส่งตรงเวลาตามมาตรฐานที่ควรจะเป็นหรือการส่งสินค้าและ บริการอย่างรวดเร็ว ช่วยให้เกิดความพึงพอใจได้ 4) กระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Problem Resolution Process) สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นจากสินค้าและบริการที่ลูกค้าได้รับเป็นเหตุการณ์ที่มีผลทางอารมณ์ที่สำคัญมากต่อธุรกิจ ดังนั้นการแก้ปัญหาจะช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวธุรกิจได้ และการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพวัดได้จากคะแนนความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้า กลับมามีความจงรักภักดีกับสินค้าและบริการอีกครั้ง

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2543) แบ่งองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการออกเป็น 2 องค์ประกอบ คือ 1) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ ผู้รับบริการจะสามารถ รับรู้ว่าสินค้าและบริการที่ได้รับ มีลักษณะตามพันธสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภท ตามที่ ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด 2) องค์ประกอบด้านรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่า วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการถึงพฤติกรรมของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่และปฏิภิกิริยา การตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หน่วยที่ 8-15 (2545) ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริง ซึ่งระดับความพึงพอใจอาจจะผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจในการบริการมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับ มีลักษณะตามพันธสัญญาของกิจการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็น เช่น แยกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักในห้องพักที่จองไว้ ลูกค้าที่เข้าไปในภัตตาคารควรจะได้รับอาหารตามที่สั่ง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นบริการที่ผู้รับบริการควรจะได้รับตามลักษณะของการบริการ แต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมหรือไม่ ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิภิกิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและลักษณะการปฏิบัติในการให้บริการ

Millet (1954, p.4 อ้างถึงใน วีรพล รัตนภาสกร, 2537, หน้า 38) ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ (Satisfactory Services) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ พิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ประกอบด้วย

1. การให้บริการในแบบเท่าเทียมกัน (Equitable Services) คือ ความยุติธรรมของการบริหารงานของรัฐ โดยจะมีหลักการที่คนทุกคนล้วนมีความเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนสมควรที่จะได้รับการบริการการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันไม่แตกต่างกัน ซึ่งในบริบทของกฎหมายจะไม่มีแบ่งแยกซึ่งกันและกัน สำหรับการให้บริการประชาชนนั้นจะได้รับการปฏิบัติที่มีมาตรฐานการให้บริการที่เหมือนกันไม่แตกต่างกัน

2.การให้บริการแบบทันท่วงที (Timely Services) คือ การบริการนั้นจะต้องระลึกลักษณะของการให้บริการ สาธารณะจะต้องมีความตรงต่อเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3.การให้บริการอย่างเพียงพอ (Amble Services) คือ การให้บริการสาธารณะต้อง มีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity at The Geographical) Millet มองว่าความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ต้องให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4.การให้บริการแบบต่อเนื่อง (Continuous Services) คือ การให้บริการสาธารณะที่ดำเนินการอย่างสม่ำเสมอซึ่งจะยึดประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญโดยที่ไม่ยึดความพอใจของหน่วยงาน ที่จะให้บริการหรือหยุดบริการเวลาใดเมื่อใดก็ได้

5.การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Services) คือ การให้บริการสาธารณะที่พัฒนาในคุณภาพและผลการดำเนินงาน กล่าวอีกอย่างหนึ่ง คือ การพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น หรือ พัฒนาความสามารถเพื่อให้สามารถทำหน้าที่ได้มากยิ่งขึ้นโดยภายใต้การใช้ทรัพยากรคงเดิม

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าประชากรจากสูตรของ W.G. Cochran (1997) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หรือระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (n) เท่ากับ 385 ตัวอย่าง แต่ทางผู้วิจัยเพื่อความคลาดเคลื่อนของข้อมูลจึงขอเก็บกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดที่พัฒนาจากวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นหลัก เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ให้เลือกเพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว (Responsiveness) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และ การเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ประกอบไปด้วย การมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ (Perfect product) การจัดส่งด้วยความใส่ใจ (Caring delivery) การใช้เวลาอย่างเหมาะสม (Timeliness) และกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective problem resolution process)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีการตรวจสอบโดยการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาตรวจสอบได้โดยผู้เชี่ยวชาญทางเนื้อหา ตรวจสอบความรอบรู้ในด้านเนื้อหาสาระของสิ่งที่ต้องการศึกษา โดยการวัดความสอดคล้องระหว่างข้อความหรือรายการของคำถามกับจุดมุ่งหมายที่ใช้ในการสอบถาม นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ความสมบูรณ์ของเนื้อหา ความเหมาะสมและความสอดคล้องของคำถาม

จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาจากการทดลองใช้ มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient of Alpha)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอน โดยอาศัยกระบวนการและวิธีการของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งใช้ความรู้ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเป็นแนวทางในการสร้างคำถามในแบบสอบถามและผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1. ทำการแจกแบบสอบถามกับผู้ใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 400 ชุด ตามที่ได้กำหนดไว้ในวิธีสุ่มตัวอย่าง โดยให้ตัวอย่างตอบแบบสอบถามได้อย่างอิสระโดยใช้แบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบเรียบร้อยแล้วมาจัดระเบียบข้อมูล เพื่อเตรียมการสำหรับ การวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
3. จากนั้นรวบรวมข้อมูล แปลผล สรุป และรายงานผลการวิจัยต่อไป

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ระบุถึงวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลหรือวิธีการจัดกระทำข้อมูลสถิติที่ใช้

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีคำนวณ โดยแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรสและระดับการศึกษา ของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี

3.5.2 การทดสอบสมมติฐานผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งถ้าค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าผู้ใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน โดยหาค่า t-test, One-Way ANOVA และ เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffe' และทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05

3.5.3 ในการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงปริมาณตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป เพื่อใช้ในการพิสูจน์สมมติฐาน

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี” สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 รายงานผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด พบว่าเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาเป็นเพศชาย 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา มีอายุระหว่าง 18-30 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 ถัดมา มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.80 และมีอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.50 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 รองลงมา เป็นเกษตรกร จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ถัดมาเป็นหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 41 คน คิดเป็น

ร้อยละ 10.30 ถัดมาเป็นหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ

สถานภาพการสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.25 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และสถานภาพหย่า/หม้าย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 86 รองลงมาได้มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และมีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ของผู้ตอบแบบสอบถามตามลำดับ

ตอนที่ 2 รายงานผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลค่าเฉลี่ย

จากผลการวิจัย พบว่าความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.38

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็วต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.33

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.34

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการเอาใจใส่ลูกค้าต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.32

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบของความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.25

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจของความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.15

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสมของความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.21

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ของความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.30

ตอนที่ 3 รายงานผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร (t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) โดยหากพบว่ามีค่าแตกต่างที่ระดับน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ต้องทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffe' การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

3.1 แสดงเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ

ด้านเพศนั้น มีความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการจังหวัดอุทัยธานี ในด้านผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบด้านจัดส่งด้วยความใส่ใจ ด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม และ ด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 กล่าวคือเพศที่ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ ด้านจัดส่งด้วยความใส่ใจ ด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม และ ด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่แตกต่างกัน

3.2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวในแต่ละด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ

- ด้านอายุ

3.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคืออายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจที่ไม่แตกต่างกัน

3.2.2 วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับการจัดส่งด้วยความใส่ใจ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคืออายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจที่ไม่แตกต่างกัน

3.2.3 วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสมในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคืออายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสมที่ไม่แตกต่างกัน

3.2.4 วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคืออายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพที่ไม่แตกต่างกัน

- ด้านอาชีพ

3.2.5 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ

ผลการวิเคราะห์พบว่า การมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคืออาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบไม่แตกต่างกัน

3.2.6 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคืออาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจที่ไม่แตกต่างกัน

3.2.7 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสมในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคืออาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสมที่ไม่แตกต่างกัน

3.2.8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพกับด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคืออาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพที่ไม่แตกต่างกัน

- ด้านสถานภาพสมรส

3.2.9 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรสกับการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ

ผลการวิเคราะห์พบว่า คุณภาพของงานในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีคุณภาพของงานไม่แตกต่างกัน

3.2.10 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรสกับด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจในภาพรวมนั้น มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจในภาพรวมที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างรายด้านพบว่า เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีมีกิริยาสุภาพ เต็มใจให้บริการอย่างเป็นกันเองและจุดแรกรับในการให้คำปรึกษาแนะนำ ช่วยเหลือ คัดกรองเอกสาร และกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีมีกิริยาสุภาพ เต็มใจให้บริการอย่างเป็นกันเองและจุดแรกรับในการให้คำปรึกษาแนะนำ ช่วยเหลือ คัดกรองเอกสาร และกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน

3.2.11 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสมในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสมที่ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างรายด้านพบว่า ระยะเวลารอคอยในการขอรับบริการรวดเร็วมีความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือ

สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านระยะเวลารอคอยในการขอรับบริการรวดเร็วที่แตกต่างกัน

3.2.12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสกับด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพที่ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างรายด้านพบว่า เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์มีความรู้เกี่ยวกับการบริการและความรู้อื่น ๆ ในการตอบปัญหาได้อย่างชัดเจน มีความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์มีความรู้เกี่ยวกับการบริการและความรู้อื่น ๆ ในการตอบปัญหาได้อย่างชัดเจนที่แตกต่างกัน

- ด้านระดับการศึกษา

3.2.13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษากับด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ

ผลการวิเคราะห์พบว่า การมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบไม่แตกต่างกัน

3.2.14 วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษากับด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจ

ผลการวิเคราะห์พบว่า การจัดส่งด้วยความใส่ใจในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจไม่แตกต่างกัน

3.2.15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษากับด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสมในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เวลาอย่างเหมาะสมที่ไม่แตกต่างกัน

3.2.16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา กับด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพในภาพรวมนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H) กล่าวคือระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพที่ไม่แตกต่างกัน

3.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี

3.3.1 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ Multiple Regression

ผลการวิเคราะห์พหุคูณพบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 15 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ ได้ร้อยละ 5.4 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ คือ การให้บริการเป็นไปตามลำดับขั้นตอนและระยะเวลาที่แจ้งไว้ (X8) , มีการแจ้งกระบวนการการดำเนินงานอย่างชัดเจน เช่น ขั้นตอน ระยะเวลาการดำเนินการ ค่าธรรมเนียม เอกสารหลักฐานที่ต้องใช้ (X11) และสามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล เว็บไซต์ (X15) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ ได้ดีที่สุดคือการให้บริการเป็นไปตามลำดับขั้นตอนและระยะเวลาที่แจ้งไว้ (X8) , สามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล เว็บไซต์ (X15) และมีการแจ้งกระบวนการการดำเนินงานอย่างชัดเจน เช่น ขั้นตอน ระยะเวลาการดำเนินการ ค่าธรรมเนียม เอกสารหลักฐานที่ต้องใช้ (X11) ตามลำดับ

3.3.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจ Multiple Regression

ผลการวิเคราะห์พหุคูณพบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 15 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจ ได้ร้อยละ 3.1 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการจัดส่งด้วยความใส่ใจ คือ เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี มีความเป็นมิตรในขณะให้บริการ (X13) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม Multiple Regression

ผลการวิเคราะห์พหุคูณพบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 15 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม ได้ร้อยละ 7.4 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เวลาอย่างเหมาะสม คือ เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี มีความเป็นมิตรในขณะที่ให้บริการ (X13) และสามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล เว็บไซต์ (X15) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม ได้ดีที่สุดคือสามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล เว็บไซต์ (X15) และเจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี มีความเป็นมิตรในขณะที่ให้บริการ (X13) ตามลำดับ

3.3.4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ Multiple Regression

ผลการวิเคราะห์พหุคูณพบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 15 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ได้ร้อยละ 5.4 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ คือ เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี มีความรู้ในการแนะนำบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง (X10) และ สามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสารอีเมล เว็บไซต์ (X15) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม ได้ดีที่สุดคือสามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล เว็บไซต์ (X15) และ เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี มีความรู้ในการแนะนำบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง (X10) ตามลำดับ

อภิปราย

การวิจัยเรื่อง “คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี” สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

สมมุติฐานของการวิจัยที่ 1 : ผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

1. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจในภาพรวมแตกต่างกัน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนรายด้านพบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีมีกริยาสุภาพ เต็มใจให้บริการอย่างเป็นกันเองและจุดแรกรับในการให้คำปรึกษาแนะนำ ช่วยเหลือ คัดกรองเอกสาร และกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ สถานภาพการสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 309 คน รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 82 คน และสถานภาพหย่า/หม้าย จำนวน 9 คน ซึ่งการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการของสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน อาจเกิดจากการที่เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์มีจำนวนไม่มาก เนื่องจากเป็นจังหวัดที่ไม่ใหญ่มากนัก บางครั้งอาจทำให้การส่งมอบบริการได้ไม่เท่ากับความต้องการของผู้บริโภคต้องการ ดังนั้นจึงสอดคล้องกับแนวคิดของ กรอนรูส (Gronroos, 1982) คุณภาพการให้บริการที่ลูกค้ารับรู้และคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด เป็นแนวคิดที่เกิดจากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและ ผลกระทบที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการที่มีต่อ การประเมินคุณภาพของบริการภายหลังจากที่ได้รับบริการ คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมดเป็นคุณภาพ การให้บริการที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการรับรู้โดยเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ ที่สำคัญ 2 ประการ ประกอบด้วย คุณภาพที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการคาดหวัง (Expected Quality) และคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Experiences Quality)

2. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ การเอาใจใส่ลูกค้า ซึ่งสามารถ นำมาอภิปรายผลเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็วต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการเอาใจใส่ลูกค้าต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา เพชรรัตน์ (2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2 ผลการศึกษา ด้านสิ่งที่จำเป็นต้องได้หรือด้านความเป็นรูปธรรมของการ บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่จำเป็นต้องได้หรือด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก

สมมุติฐานการวิจัยที่ 2 : คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี

จากการศึกษาพบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 15 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ ใต้ร้อยละ 5.4 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ คือการให้บริการเป็นไปตามลำดับขั้นตอนและระยะเวลาที่แจ้งไว้ (X8) , สามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อีเมลล์ เว็บไซต์ (X15) และมีการแจ้งกระบวนการการดำเนินงานอย่างชัดเจน เช่น ขั้นตอน ระยะเวลาการดำเนินการ ค่าธรรมเนียม เอกสารหลักฐานที่ต้องใช้ (X11) ตามลำดับ ร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจ ใต้ร้อยละ 3.1 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการจัดส่งด้วยความใส่ใจ คือ เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี มีความเป็นมิตรในขณะที่ให้บริการ (X13) ร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม ใต้ร้อยละ 7.4 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม คือ สามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อีเมลล์ เว็บไซต์ (X15) และเจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี มีความเป็นมิตรในขณะที่ให้บริการ (X13) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (X13) ร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ใต้ร้อยละ 5.4 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม คือ สามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อีเมลล์ เว็บไซต์ (X15) และ เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัด

อุทัยธานี มีความรู้ในการแนะนำบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง (X10) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยเห็นว่า การให้บริการเป็นไปตามลำดับขั้นตอนและระยะเวลาที่แจ้งไว้ ทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงการมีบริการที่สมบูรณ์แบบความเป็นมิตรในขณะที่ให้บริการของพนักงาน ทำให้แสดงถึงการจัดส่งด้วยความใส่ใจ และความสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจในด้านการใช้เวลาอย่างเหมาะสม และด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงสอดคล้องกับแนวคิดของ Inghilleri & Solomon (2010) กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้า สามารถแบ่งได้เป็น 4 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ 1.การมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ (Perfect product) บางครั้งสินค้าและบริการ อาจเกิดความผิดพลาดขึ้นโดยไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจจะทำให้เกิดความไม่ พึงพอใจของลูกค้าได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีสินค้าและบริการที่ดีเยี่ยม ควรออกแบบสินค้าและบริการ ให้ดีที่สุดใน 2. การจัดส่งด้วยความใส่ใจ (Caring delivery) เมื่อมีสินค้าและบริการที่ดีเยี่ยม แล้ว การเป็นมิตรในการนำส่งก็เป็นสิ่งสำคัญ พนักงานที่เป็นมิตร มีความใส่ใจในการนำส่งสินค้าและบริการ จะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อทั้งสินค้าและบริการ รวมถึงตัวธุรกิจด้วย 3.การใช้เวลาอย่างเหมาะสม (Timeliness) ลูกค้ามีประสบการณ์มากมาย เป็นไปตามความคาดหวัง ดังนั้น การนำส่งตรงเวลาตามมาตรฐานที่ควรจะเป็นหรือการส่งสินค้าและ บริการอย่างรวดเร็ว ช่วยให้เกิดความพึงพอใจได้ 4. กระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective problem resolution process)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว อาทิ การให้บริการเป็นไปตามลำดับขั้นตอนและระยะเวลาที่แจ้งไว้ คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า อาทิ มีการแจ้งกระบวนการดำเนินงานอย่างชัดเจน เช่น ขั้นตอน ระยะเวลาการดำเนินการ ค่าธรรมเนียม เอกสารหลักฐานที่ต้องใช้ และคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้า อาทิ สามารถติดต่อกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี ได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสารอีเมล เว็บไซต์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการในด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ ดังนั้น สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีควรมีฝั่งแจ้งกระบวนการ ลำดับขั้นตอนให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย เช่น การเตรียมเอกสารสำหรับสมัครร้านค้าธงฟ้า เอกสารสำหรับการจดทะเบียนนิติบุคคล รวมถึงควรมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมช่อง

ทางการติดต่อในการติดต่อสำนักงานตามเว็บไซต์ ของสำนักงาน และบางอย่างที่สามารถรอกผ่านเว็บไซต์ ได้ก็ควรมีเพื่อความสะดวก รวดเร็วและผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกยิ่งขึ้น

คุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่ อาทิ เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี มีความเป็นมิตรในขณะที่ให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการในด้านการมีจัดส่งด้วยความใส่ใจ จึงควรจัดให้มีการอบรมเจ้าหน้าที่ฯ ให้รับงานบริการ

คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า อาทิ เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี มีความรู้ในการแนะนำบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการในด้านกระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีอาจจะเพิ่มแนวทาง ในการให้บริการโดยที่ไม่ต้องไปที่สำนักงานฯ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดบางประการ กล่าวคือ ข้อจำกัดเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างเนื่องจาก ผู้วิจัยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มาใช้บริการที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี เท่านั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ในโอกาสหน้าหากมีผู้ทำการวิจัยในเรื่องเดียวกันนี้ อาจจะศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการหน่วยงานเอกชนหรือภาครัฐอื่น ๆ
2. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เจาะลึกยิ่งขึ้น ควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปด้วย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือสนทนากลุ่มเพื่อศึกษาประชากร กลุ่มตัวอย่างได้ละเอียดและเจาะลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ณัฐวรรณ ครุทสวัสดิ์. (2560). ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของหน่วยจัดการศึกษา โรงเรียนทันตแพทยศาสตร์นานาชาติ คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสารมหาวิทยาลัยมหิดล Mahidol R2R e-Journal. ปี ที่ 3 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2559.

นพรัตน์ จันทโรภาส (2559). การให้บริการประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลเพชรชมพู อำเภอโกสัมพีนคร จังหวัดกำแพงเพชร. กำแพงเพชร

พรนภา จิวาลักษณ์. 2559. ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการสาธารณะด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาสามลิบ อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว. วิทยานิพนธ์. รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต การบริหารงานทั่วไป. มหาวิทยาลัยบูรพา

มิลเลท (1954, p. 4 อ้างถึงใน วีรพลรัตนภาสกร, 2537, หน้า 38). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ

รายงานสถานการณ์แรงงานจังหวัดอุทัยธานี ไตรมาส 2 ปี พ.ศ.2565 (ส.ค. 2565), สำนักงานแรงงานจังหวัดอุทัยธานี สืบค้นจาก https://uthaithani.mol.go.th/news_group/labour_situation

รชิตา พุแสง. (2560). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดพะเยา. มหาวิทยาลัยพะเยา.

วรสสิญา สุภชนโชติพงศ์ (2562) คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค 203. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศิริวรรณ แจ่มใจดี และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย. (2560). ปัจจัยด้านคุณภาพบริการและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของศูนย์เดอะสไตส์ บาย โตโยต้า. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย. ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 ประจำเดือน กันยายน - ธันวาคม 2560

สุเมธ เมฆาวณิชย์. (2562). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วน ตำบลทุ่งขวาง อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี. คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี. (2565). สืบค้นจาก <https://uthaithani.moc.go.th/>

Cochran, W.G. (1977) . Sampling Techniques. 3d ed. New York : John Wiley and Sons Inc.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple itemscale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64, 12-40