ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย
และน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก

นางสาวกาญจนา สิงหนนท์

สำนักวิทยบริการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

FACTORS AFFECING THE SERVICE ACCESS OF THE CANE AND SUGAR INDUSTRY PROMOTION CENTER IN THE EASTERN REGION

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Miss. Kanjana Singhanon

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

The Degree of Master of Public Administration Program in Public Administration

Rajabhat Rajanagarindra University

2017

ชื่อเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

ผู้วิจัย นางสาวกาญจนา สิงหนนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ ดร.กิตติวงค์ สาสวด

คณะกรรมการสอบ

....ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.บุญเลิศ ไพรินทร์)

....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.กิตติวงค์ สาสวด)

....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ภูริวัจน์ รักษ์ธนอนันต์)

....กรรมการและเลขานุการ
(อาจารย์ ดร.วิชุดา จันทร์เวโรจน์)

คณะกรรมการอำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

....
(อาจารย์ ดร.วรพล แวงนอก)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วันที่ 23 เดือน มิ.ย. พ.ศ. 2560

ชื่อเรื่อง	**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก**
ผู้วิจัย	**นางสาวกาญจนา สิงหนนท์**
ปริญญา	**รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์**
พ.ศ.	**2560**
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	**ดร.กิตติวงค์ สาสวด**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก 2) ระดับการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก สุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 395 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา มีดังต่อไปนี้

1) คุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยภาคตะวันออกออก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2) ระดับการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก โดยภาพรวอยู่ในระดับมาก

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก คือ ระดับปริญญาตรี เงินลงทุน เพศชาย พื้นที่ปลูก เงินลงทุน และประสบการณ์การทำไร่อ้อย

คำสำคัญ: คุณลักษณะส่วนบุคคล การเข้ารับบริการ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยภาคตะวันออก

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Title:	FACTORS AFFECING THE SERVICE ACCESS OF THE CANE AND SUGAR INDUSTRY PROMOTION CENTER IN THE EASTERN REGION
Researcher:	Miss.Saowaluk Deemun
Degree:	Master of Public Administration Program in Public Administration
Year:	2017
Advisor:	Dr.Kitiwong Sasuad

ABSTRACT

The objectives of this research were to study 1) the personal characteristics affecting services accessibility of the Eastern Region Sugar Cane and Granulated Sugar Industry Promotion Center, 2) the level of services accessibility at the Eastern Region Sugar Cane and Granulated Sugar Industry Promotion Center, and 3) factors affecting services accessibility at the Eastern Region Sugar Cane and Granulated Sugar Industry Promotion Center. The sample was comprised of 395 people obtained by simple random sampling. The tool used for data collection was a questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results of the study were as follows:

1) The personal characteristics which affected the services accessibility of the Eastern Region Sugar Cane and Granulated Sugar Industry Promotion Center, as a whole, were at a high level.

2) The level of services accessibility at the Eastern Region Sugar Cane and Granulated Sugar Industry Promotion Center, as a whole, was at the highest level.

3) Factors which affected the services accessibility at the Eastern Region Sugar Cane and Granulated Sugar Industry Promotion Center were educational backgrounds, gende, investments, and experiences in sugar cane farming.

Keywords: personal characteristics, services accessibility, Sugar Cane and Granulated Sugar Industry Promotion Center, Eastern Region

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก” เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ดร.กิตติวงค์ สาสวด อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และอาจารย์ ดร.ภูริวัจน์ รักษ์ธนอนันต์ รวมถึงคณาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ทุกท่าน ที่ได้เสียสละเวลาช่วยเหลือในการให้คำปรึกษา แนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ นับตั้งแต่ผู้วิจัยได้เริ่มดำเนินการวิจัยด้วยดีตลอดมา และขอขอบพระคุณ ดร.บุญเลิศ ไพรินทร์ ประธานกรรมการ และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความเมตตา ถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้รับแนวทางในการศึกษาค้นคว้างานนิพนธ์ครั้งนี้ได้อย่างถูกต้อง และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่ได้ให้ความกรุณาและอนุเคราะห์ ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม รวมทั้งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัย ขอขอบคุณท่านผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคที่ 3 ชลบุรี ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลในพื้นที่ และขอขอบคุณประชาชนชาวไร่อ้อยทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมแบบสอบถาม

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา พี่ๆ น้องๆ และเพื่อนๆ รวมทั้งบูรพาอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ร่วมกันสร้างสรรค์งานวิจัยเล่มนี้ให้แก่ผู้วิจัย จนเป็นผลสำเร็จด้วยดี ตลอดจนทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจ

นางสาวกาญจนา สิงหนนท์

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

สารบัญ

หน้า

หน้าอนุมัติ .... (1)

บทคัดย่อภาษาไทย .... (2)

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .... (3)

กิตติกรรมประกาศ .... (4)

สารบัญ .... (5)

สารบัญตาราง .... (8)

สารบัญภาพ .... (10)

บทที่

1 บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

1.2 คำถามการวิจัย 5

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย 5

1.4 สมมติฐานการวิจัย 5

1.5 ขอบเขตการวิจัย 6

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย 7

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ 8

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 9

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 10

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 10

2.1.1 ความหมายของการบริหารจัดการ 10

2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 11

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ 13

2.2.1 ความหมายของการให้บริการ 13

2.2.2 ลักษณะของการบริการ 17

2.2.3 หลักการหรือลักษณะการให้บริการที่ดี 18

2.2.4 ความสำคัญของการบริการที่ดี 19

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ 22

2.3.1 ความหมายคุณภาพการให้บริการ 22

2.3.2 ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ 24

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

บทที่ หน้า
2.3.3 การวัดคุณภาพการให้บริการ 27
2.3.4 การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ 31
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA)........ 33
2.4.1 ความเป็นมาของการพัฒนาการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA)........ 33
2.4.2 ที่มาของเกณฑ์การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ 34
2.4.3 เกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ 35
2.4.4 วัตถุประสงค์ของเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ 35
2.4.5 แนวคิดการพัฒนาคุณภาพการบริหารกัดการภาครัฐ (public sector management quality award : PMQA)........ 36
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์........ 37
2.6 บริบทเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย........ 39
2.6.1 สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย 40
2.6.2 กลุ่มตรวจสอบภายใน (ตสน.)........ 41
2.6.3 กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร (กพบ.)........ 41
2.6.4 กลุ่มนิติการ (กน.)........ 41
2.6.5 สำนักบริหารกลาง (สบก.) 41
2.6.6 สำนักนโยบายอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย (สนย.) 41
2.6.7 สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (สอต.) 42
2.6.8 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคที่ 1-4 (ศอภ. 1 - 4)........ 42
2.6.9 สำนักบริหารอ้อยและน้ำตาลทราย (สบน.)........ 42
2.6.10 สำนักงานกองทุนอ้อยและน้ำตาลทราย (สกท.)........ 43
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 43
2.7.1 งานวิจัยในประเทศ........ 43
2.7.3 งานวิจัยต่างประเทศ 45

3 วิธีดำเนินการวิจัย........ 47
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 47
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 49
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล 50
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล 51
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล........ 52

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครินทร์

บทที่ หน้า

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 53

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 55

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเข้ารับการบริการที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก 58

4.3 ผลการสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก 65

4.4 ข้อเสนอแนะปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ทั้งนี้ประชากรกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะภาพรวม โดยนำเสนอในรูปแบบคำบรรยาย 69

5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 70

5.1 สรุปผลการวิจัย 70

5.2 อภิปรายผล 73

5.3 ข้อเสนอแนะ 76

รายการอ้างอิง 78

ภาคผนวก 83

ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือฯ 84

ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย 90

ภาคผนวก ค เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 92

ภาคผนวก ง ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม *IOC* 98

ประวัติผู้วิจัย 104

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

สารบัญตาราง

ตาราง หน้า

1 เกณฑ์รางวัลคุณภาพที่พัฒนาจาก MBNQA ของประเทศต่างๆ 35
2 แจกแจงจำนวนประชากรแต่กลุ่มสมาชิก 48
3 แจกแจงจำนวนประชากรแบบสัดส่วน 49
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศาสนา จำนวนพื้นที่ปลูก จำนวนเงินในการลงทุน จำนวนบุตร การกู้ยืม และจำนวนรอบการผลิตต่อปี 55
5 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการเข้ารับการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก โดยภาพรวม 58
6 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การสัมผัสได้ 59
7 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความน่าเชื่อถือได้ 60
8 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การตอบสนอง 60
9 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความสามารถ 61
10 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความสุภาพ 61
11 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความแน่นอน 62
12 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความปลอดภัย 63
13 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การเข้าถึงบริการ 63
14 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การติดต่อสื่อสาร 64
15 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความเข้าใจในลูกค้า 65
16 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรปัจจัยเป็นตัวพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการ

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก 66

ตาราง หน้า

17 แสดงการค้นหาตัวแปรพยากรณ์ที่ใช้ในการพยากรณ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก 66

18 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก 67

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

สารบัญภาพ

ภาพ หน้า

1 กรอบแนวคิดการวิจัย 7

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้วิเคราะห์ให้เห็นว่าประเทศไทยจะต้องเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ทั้งภายนอก และภายในประเทศที่ปรับเปลี่ยนเร็ว และซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงต่อการพัฒนาประเทศโดยเฉพาะข้อผูกพันที่จะเป็นประชาคม ASEAN ในปี 2559 จึงจำเป็นต้องนำภูมิคุ้มกันที่มีอยู่พร้อมทั้งเร่งสร้างภูมิคุ้มกันในประเทศให้เข้มแข็งขึ้นมาใช้ในการเตรียมความพร้อมให้แก่คน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม สามารถพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าต่อไป เพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทย ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยประกอบด้วยยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาประเทศด้านเศรษฐกิจ สังคม อาหารและพลังงาน และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้กำหนดให้ ICT เป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินยุทธศาสตร์หลักดังกล่าวเหล่านั้น โดยมีประเด็นการพัฒนาที่สำคัญข้อหนึ่งก็คือการดำเนินการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจด้วยการใช้วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ด้วยการประยุกต์เทคโนโลยี และการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันโดยการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ของประเทศโดยรวมถึงการใช้ ICT เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้วยกรอบนโยบาย ICT 2020 พ.ศ. 2557 - 2563 ได้ทำการวิเคราะห์ให้เห็นถึงปัจจัยแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวขององค์กรและธุรกิจสู่ปี 2563 หรือปี 2020 มีทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่ การรวมตัวภูมิภาคโดยเฉพาะ AEC/ASEAN การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรซึ่งประเทศไทยจะก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุในระยะเวลา น้อยกว่า 20 ปีข้างหน้า วิกฤตด้านอาหารพลังงานและสิ่งแวดล้อมส่งผลให้เกิดแนวคิดการอนุรักษ์พลังงาน และสร้างสรรค์การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การกระจายอำนาจการปกครองสู่ท้องถิ่นเพื่อให้เกิดความเท่าเทียม และทั่วถึงในการพัฒนาตลาดแรงงานในอนาคต โดยเฉพาะการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีในเขตเศรษฐกิจ/ภูมิภาค การปฏิรูปศึกษารอบใหม่ในบริบทของการศึกษาในระบบ นอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย และค่านิยม และความขัดแย้งในสังคม ซึ่งหน่วยงานของรัฐและเอกชนจะต้องมีขีดความสามารถในการใช้ประโยชน์จากสื่อ/เครือข่ายสังคมเพื่อให้รู้เท่าทันการเคลื่อนไหวและความเปลี่ยนแปลงของสังคม ด้วยอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวนี้ กรอบ ICT 2020 จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้าน ICT ภาครัฐให้เน้นนวัตกรรมบริการโดยการประยุกต์ ICT เป็นเครื่องมือสำคัญในการปรับปรุงระบบการให้บริการประชาชน พร้อมด้วยระบบบริหารราชการให้มีความคล่องตัว ลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานด้วยหลักธรรมาภิบาลที่ดี รวมทั้งได้กำหนดทิศทางการพัฒนาลงสู่ระดับชุมชน

และท้องถิ่น พร้อมด้วยวิสัยทัศน์ของรัฐบาลในการก้าวสู่ยุคเศรษฐกิจ ดิจิทัล ซึ่งยุทธศาสตร์สำคัญจะเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์ให้รู้เท่าทัน ICT การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ICT ให้มีความคุ้มค่าและเป็นเอกภาพ การพัฒนา ICT ภาครัฐหรือ e-government หรือ digital government โดยให้ประชาชน ชุมชน และท้องถิ่นมีส่วนร่วม และการพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรมโดยเฉพาะ SME ให้มีประสิทธิภาพด้วย ICT พร้อมความสามารถในการแข่งขัน ในแนวทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้การบูรณาการข้อมูลเป็นวาระสำคัญในการพัฒนาด้าน ICT ในระยะ 5-7 ปีข้างหน้า (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554, หน้า 2-3)

สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย (สอน.) เป็นส่วนราชการหลักในภารกิจการส่งเสริมพัฒนา และกำกับดูแลอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายของประเทศ แนวนโยบายและประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนา หลักประกอบด้วย 1) นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทรายและอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่มีประสิทธิผลโดยมีเป้าประสงค์การกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์และมาตรการต่างๆ สามารถสนับสนุนให้ภาคอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่องมีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2) การพัฒนาระบบชี้นำเตือนภัย และข้อมูลสารสนเทศด้านอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่องโดยมีเป้าประสงค์ ข้อมูลสารสนเทศและการเตือนภัยด้าน อุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่องได้รับการยอมรับและนำไปใช้ประโยชน์ 3) การสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมอ้อยน้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าประสงค์อุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่องมีการเติบโตอย่างมีดุลยภาพและเสถียรภาพ 4) การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรและการบริหารราชการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยเฉพาะระบบการบริหารจัดการ เป้าหมายยุทธศาสตร์ในระยะยาวสู่ปี 2569 ได้กำหนดไว้ในแนวทาง 1) การขยายพื้นที่ปลูกอ้อยทดแทน พื้นที่นาข้าวที่ไม่เหมาะสม จำนวนราว 6 ล้านไร่ รวมกับพื้นที่ปลูกอ้อยเดิมที่ 10.07 ล้านไร่ เป็นพื้นที่ปลูกอ้อย ทั้งสิ้น 16.07 ล้านไร่ ในปี 2569 2) เพิ่มผลผลิตอ้อยจากพื้นที่ปลูกอ้อยทดแทนพื้นที่นาข้าวทีไม่เหมาะสม จำนวน 61.20 ล้านตัน และเพิ่มผลผลิตอ้อยจากพื้นที่ปลูกอ้อยเดิม จำนวน 120.84 ล้านตัน รวมผลผลิตอ้อย ทั้งสิ้น 182.04 ล้านตัน ในปี 2569 (ปัจจุบัน 103.68 ล้านตัน) 1) เพิ่มผลผลิตน้ำตาลทรายจากพื้นที่ปลูกอ้อย ทดแทนพื้นที่นาข้าวที่ไม่เหมาะสมจำนวน 6.19 ล้านตัน และเพิ่มผลผลิตน้ำตาลทรายจากพื้นที่ปลูกอ้อย (เดิมเป็น 14.17 ล้านตัน) รวมผลผลิตน้ำตาลทรายทั้งสิ้น 20.36 ล้านตัน ในปี 2564 (ปัจจุบัน 11.29 ล้านตัน) ด้วยภารกิจที่ครบวงจรในห่วงโซ่อุปทานนับแต่ในระดับต้นน้ำ ซึ่งรวมถึงการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมพัฒนาพันธุอ้อยที่เหมาะสม ไปจนถึงปริมาณผลิตภาพในรูปของน้ำตาลที่แข่งขันได้ในตลาดโลก ตลอดจนความสามารถของอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ของไทยในปี 2559 (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย, 2558, หน้า 1-5)

เนื่องจากอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในฐานะที่เป็นสินค้าเกษตรที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศและสามารถกำหนดให้เป็นสินค้ายุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาประเทศในการสร้างงานและเสถียรภาพรายได้ของอาชีพเกษตรกรไทยซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศให้เกิดการกินดีอยู่ดีเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาด้านการผลิตและการส่งออก ปัจจุบันพบว่าประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกน้ำตาลเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากบราซิล มีปริมาณผลผลิต 7.78 ล้านตันและปริมาณส่งออก 5.66 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.42 ของการส่งออกโลก และจากทิศทางของโลกอนาคตที่มีการเปิดเสรีด้านการค้าและการลงทุนมากขึ้น อาทิ การรวมตัวกันเพื่อเป็นประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน (AEC) เกิดการเปิดเสรีทั้งด้านเงินทุน แรงงานและทรัพยากรการผลิตต่างๆ ทำให้ประเทศไทยต้องตระหนักถึงการปรับตัวเพื่อเพิ่มศักยภาพและรักษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลให้ดีขึ้น เนื่องจากการเปิดเสรี ย่อมมีผลกระทบทั้งในแง่บวก เช่น โอกาสในการขยายฐานการผลิต แรงงาน รวมทั้งตลาดได้วงกว้างขึ้น แต่ในทางกลับกันหากไม่มีการเตรียมความพร้อมในการเพิ่มประสิทธิการจัดการ โดยเฉพาะการศึกษาเพื่อเข้าใจโครงสร้างระบบโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลไทยที่แท้จริง อาจทำให้ประเทศไทยต้องแบกรับต้นทุนการผลิตที่ค่อนข้างสูงกว่าประเทศผู้ผลิตน้ำตาลทรายอื่นเป็นผลให้อาจสูญเสียโอกาสในการขยายตลาดและความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกลดลง ดังนั้น เพื่อให้เข้าใจและเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด (maximize overall profit) ต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้ จึงต้องมีการพิจารณาระบบการบริหารจัดการเชิงบูรณาการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของโลจิสติกส์ขาเข้าที่มีผลต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง และยากต่อการบริหารจัดการมากที่สุด เนื่องจากต้องมีการเชื่อมโยงกับหลายฝ่าย ทั้งในส่วนของโรงงาน เกษตรกรผู้เพาะปลูก โดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์ อย่างแรงงานตัดอ้อยที่มีปริมาณค่อนข้างไม่แน่นอนในแต่ละฤดูกาล และเพื่อให้ได้อ้อยจากการเก็บเกี่ยวที่มีความเหมาะสมทั้งในด้านปริมาณและคงคุณภาพอ้อยให้ได้ค่าความหวานมากที่สุด สอดคล้องกับระบบคิวและกำลังการหีบอ้อยของโรงงานในแต่ละวัน จึงทำให้เกิดแนวความคิดในการบริหารจัดการระบบห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายเชิงบูรณาการ (กาญจนา เศรษฐนันท์, 2557, หน้า 1)

สำหรับประเทศไทยเป็นประเทศผู้ปลูกอ้อยมากเป็นอันดับ 4-5 ของโลก และเป็นผู้ส่งออกน้ำตาลทรายเป็นอันดับ 2 ของโลก สามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายน้ำตาลทรายทั้งในประเทศและส่งออกได้ปีละ 180,000 ล้านบาท โดยในปี 2553 มีมูลค่าการส่งออกน้ำตาลทรายและผลิตภัณฑ์สูงถึง 70,292 ล้านบาท ซึ่งจัดเป็นลำดับที่ 4 ของสินค้าส่งออกกลุ่มเกษตรและอาหาร รองมาจาก ข้าว ปลา และกุ้ง นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งสร้างงานสร้างรายได้แก่ชาวไร่อ้อยกว่า 200,000 ครัวเรือน คิดเป็นประชากรกว่า 1 ล้านคน และแรงงานอื่นอีกกว่า 1 ล้านคน ดังนั้นอ้อยซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทรายและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง จึงเป็นพืชที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ในฤดูการผลิตปี 2554/54 ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกอ้อยทั้งประเทศ 8.4 ล้านไร่ เป็นพื้นที่ปลูกอ้อยส่งโรงงานน้ำตาล 8.1 ล้านไร่ อีก 3 ล้านไร่ เป็นพื้นที่สำหรับปลูกขยายพันธุ์ มีผลผลิตอ้อยเข้าโรงงาน

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

น้ำตาลทั้งหมด 95.35 ล้านตัน คิดเป็นผลผลิตเฉลี่ย 11.75 ตันต่อไร่ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีการเพาะปลูก 2552/53 ที่มีพื้นที่ปลูกอ้อย 6.02 ล้านไร่ มีผลผลิตอ้อยเข้าโรงงานน้ำตาล 66.82 ล้านตัน ผลผลิตเฉลี่ย 11.09 ตันต่อไร่ ประกอบกับในปัจจุบันอ้อยยังเป็นวัตถุดิบที่นำไปใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สำคัญอื่นๆ อีกมากมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตเอทานอล อ้อยจึงเป็นพืชที่มีความต้องการสูงกว่าปริมาณผลผลิตของเกษตรกร ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีอันดับในการส่งออกน้ำตาลเป็นอันดับต้นๆ ของโลกก็ตาม

การพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตอ้อยเพื่อให้ได้ผลผลิตอ้อยเพียงพอ และยั่งยืนบนสภาวะของการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และการขาดแคลนแรงงานในภาคการเกษตร ต้องการวิทยาการ การจัดการและเทคโนโลยีที่สามารถแก้ไขปัญหา และส่งเสริมให้การปลูกอ้อยมีประสิทธิภาพสูงสุดในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะทำให้ผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น และเกษตรกรชาวไร่อ้อยมีความมั่นคงและเชื่อมั่นในระบบการผลิตอ้อยของประเทศ ซึ่งการพัฒนาวิทยาการ เทคโนโลยี และวิธีการจัดการในการผลิตอ้อยต้องการการวิจัยพื้นฐานและการวิจัยประยุกต์ต่อยอดที่สามารถนำมาใช้ได้จริงอย่างต่อเนื่อง ในทุกด้านของการผลิตอ้อย เช่น เทคโนโลยี กระบวนการปรับปรุงพันธุ์อ้อยให้ได้พันธุ์อ้อยที่เหมาะสมต่อสภาวะแวดล้อมและพื้นที่การพัฒนาเครื่องจักรกลในการผลิตอ้อยทุกกิจกรรมที่สามารถทดแทนแรงงานคนหรือช่วยให้แรงงานสามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การพัฒนาระบบการจัดการน้ำในไร่อ้อย งานวิจัยที่สามารถแก้ไขปัญหาด้านโรคและแมลงศัตรูอ้อย ธาตุอาหารอ้อย การพัฒนารูปแบบการจัดการไร่อ้อย การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของผลผลิตอ้อย ตลอดจนการวิจัยที่สามารถแก้ไขปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อมในการผลิตอ้อย และการวิจัยด้านอื่นที่เกี่ยวข้องทำให้การผลิตอ้อยมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ ลดต้นทุนการผลิต ซึ่งการวิจัยและพัฒนาเป็นหน้าที่ประการหนึ่งที่ภาครัฐจะต้องดำเนินการเพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรชาวไร่อ้อยมีการงานอาชีพที่มั่นคงยั่งยืน และได้ปริมาณผลผลิตที่เพียงพอกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม อีกทั้งในภาคอุตสาหกรรมน้ำตาลทราย การวิจัยยังมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทรายและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง งานวิจัยเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ยังคงต้องให้ความสำคัญต่อไปเพราะจะเป็นตัวเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เช่น งานวิจัยสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ การวิจัยเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือทิ้งจากการใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและเกี่ยวเนื่องกับการดูแลเอาใจใส่สิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2559, หน้า 2)

ดังนั้น ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลภาคตะวันออก มีเขตพื้นที่ให้บริการเขตภาคตะวันออกประกอบด้วย จังหวัด ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ปราจีนบุรี และสระแก้ว ซึ่งศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ได้เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลานานและมีพื้นที่ดูแลครอบคลุมถึง 5 จังหวัด จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของนโยบายของรัฐบาล และนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก จังหวัดชลบุรี ที่มีต่อการดำเนินงานและบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวของนำไปใช้ปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครินทร์

และจัดบริการส่งเสริมการเกษตรให้เป็นที่ประทับใจของเกษตรกรและสนับสนุนส่งเสริมนโยบายของรัฐบาลในเรื่องเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นด้านอ้อยและน้ำตาลทรายให้บรรลุผลสำเร็จด้วยปัจจัยคุณภาพการบริการตามพันธกิจและค่านิยมของสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย คือ เป็นธรรม โปร่งใส พร้อมให้บริการต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งคำถามการวิจัยดังนี้

1.2.1 คุณลักษณะส่วนบุคคล ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ร้อยละเท่าใด

1.2.2 ระดับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก อยู่ในระดับใด

1.2.3 มีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1.3.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก

1.3.2 เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก

1.3.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก

1.4 สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

1.4.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก

1.4.2 ระดับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

1.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก มีส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ขอบเขตทางด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ พื้นที่ในการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

2) ขอบเขตทางด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก

3) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของเกษตรกรชาวไร่อ้อยที่เข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก โดยแบ่งตามกลุ่มสมาชิกของแต่ละจังหวัด มีจำนวนประชาชน 9,995 คน ได้มาโดยใช้สุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างให้มีค่าความคาดเคลื่อนของการสุ่ม .05 เมื่อใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane)

1.5.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

1) ตัวแปรอิสระ แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ปรมะ สตะเวทิน (2546, หนา 112-118) และศิริพันธ์ ถาวรทวีวงษ์ (2543, หน้า 110) ความแตกต่างของบุคคลแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน คือ คุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ประสบการณ์การทำไร่อ้อย คุณวุฒิสูงสุดทางการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศาสนา จำนวนพื้นที่ปลูก จำนวนเงินในการลงทุน จำนวนบุตร การกู้ยืม จำนวนรอบการผลิตต่อปี

2) ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการ (service quality) 10 ด้าน ของ Parasuraman, et al. (1988) ประกอบด้วย (1) การสัมผัสได้ (2) ความน่าเชื่อถือได้ (3) การตอบสนอง (4) ความสามารถ (5) ความสุภาพ (6) ความเชื่อถือในผู้ให้บริการ (7) ความปลอดภัย (8) การถึงบริการ (9) การติดต่อสื่อสาร (10) ความเข้าใจในลูกค้า

1.5.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์หลักการแนวคิดทฤษฎี และข้อคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการ (service quality) 10 ด้าน ของ Parasuraman, et al. (1988) ที่ประกอบด้วย (1) การสัมผัสได้ (2) ความน่าเชื่อถือได้ (3) การตอบสนอง (4) ความสามารถ (5) ความสุภาพ (6) ความเชื่อถือในผู้ให้บริการ (7) ความปลอดภัย (8) การถึงบริการ (9) การติดต่อสื่อสาร (10) ความเข้าใจในลูกค้า

1.5.4 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลภาคตะวันออก ได้ทำการวิจัยโดยการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ในระหว่าง วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 ถึง 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2560

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการคุณภาพการบริการ (service quality) 10 ด้าน ของ Parasuraman, et al. (1988) มาเป็นตัวแปรในกรอบแนวคิดในการวิจัยในด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการ และผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดการให้บริการจาก ปรัชญา เวสารัชช์ (2545, หน้า 58); เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548, หน้า 172); ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, หน้า 106); สมิต สัชฌุกร (2550, หน้า 53); จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551, หน้า 37) สรุปเป็นตัวแปรในกรอบแนวคิดในการวิจัยในด้านการเข้ารับบริการ ทั้งหมด 10 ด้าน ดังแสดงในภาพ 1 ดังนี้

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
คุณลักษณะส่วนบุคคล	คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย
1) เพศ	1) การสัมผัสได้
2) อายุ	2) ความน่าเชื่อถือได้
3) สถานภาพ	3) การตอบสนอง
4) ระดับการศึกษา	4) ความสามารถ
5) อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5) ความสุภาพ
6) ศาสนา	6) ความเชื่อถือในผู้ให้บริการ
7) จำนวนพื้นที่ปลูก	7) ความปลอดภัย
8) จำนวนเงินในการลงทุน	8) การเข้าถึงบริการ
9) จำนวนบุตร	9) การติดต่อสื่อสาร
10) การกู้ยืม	10) ความเข้าใจในลูกค้า
11) จำนวนรอบการผลิตต่อปี	

ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยครั้งนี้ มีนิยามศัพท์เฉพาะดังนี้

1.7.1 ปัจจัยคุณภาพการบริการ หมายถึง ปัจจัยที่ใช้ในการวัดความคาดหวัง และการรับรู้คุณภาพ เพื่อเป็นหลักในการประเมินคุณภาพการบริการ จากโมเดล RATER ของ Parasuraman ประกอบด้วย 10 ด้าน ได้แก่

1.7.2 การสัมผัสได้ หมายถึง การทำให้ผู้รับบริการรู้สึก การได้รับการตอบสนอง ซึ่งเกิดจาก ความตั้งใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ และให้บริการที่รวดเร็ว

1.7.3 ความน่าเชื่อถือได้ หมายถึง การทำให้ผู้รับบริการรู้สึกมีความไว้วางใจการบริการ

1.7.4 การตอบสนอง หมายถึง การทำให้ผู้รับบริการมองเห็นถึงความพร้อม และองค์ประกอบ ต่างๆ ซึ่งเกิดจากสาธารณูปโภคอุปกรณ์ เครื่องมือ

1.7.5 ความสามารถ หมายถึง การทำให้ผู้รับบริการรู้สึกมีความมั่นใจ ซึ่งเกิดจากความรู้ ความสามารถ และมารยาทของบุคลากร

1.7.6 ความสุภาพ หมายถึง ลักษณะท่าทาง คำพูด บุคลิกภาพ ของพนักงานเจ้าหน้าที่ ในศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ที่มีหน้าที่ให้บริการประชาชนผู้มาติดต่อ ขอรับบริการ

1.7.7 ความเชื่อถือในผู้ให้บริการ หมายถึง ลำดับขั้น/วิธีการการให้บริการของงานด้านต่างๆ ที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก จัดมีไว้เพื่อบริการแก่ประชาชน

1.7.8 ความปลอดภัย หมายถึง สถานที่ตั้ง สถานที่จอดรถ เก้าอี้ที่นั่งรอ ภายในอาคารของศูนย์ส่งเสริม อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ที่ประชาชนเข้ามาติดต่อขอรับบริการมีความปลอดภัย

1.7.9 การเข้าถึงบริการ หมายถึง เครื่องมือเครื่องใช้ ทั้งที่มีไว้สำหรับให้บริการประชาชน ทั้งในและนอกสำนักงาน ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต ป้ายบอกขั้นตอนการทำงาน เอกสารการเผยแพร่ข้อมูลทั่วไป

1.7.10 การติดต่อสื่อสาร หมายถึง ความสะดวกในการติดต่อ นั่งรอ และการให้บริการ อย่างรวดเร็วของพนักงาน เจ้าหน้าที่ในศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

1.7.11 ความเข้าใจในลูกค้า หมายถึง การทำให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงสถานบริการเอาใจใส่ ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ให้บริการ ให้ความใส่ใจและความสนใจ แก่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล

1.7.12 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก หมายถึง เป็นหน่วยงานที่ มีหน้าที่รับผิดชอบในการเป็นตัวแทนของสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายในส่วนภูมิภาค ประสานนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงานการ พัฒนาอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทรายและอุตสาหกรรม ต่อเนื่อง ของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติในภูมิภาคและท้องถิ่น เป็นศูนย์กลาง ในการศึกษา วิเคราะห์ พัฒนา ปรับปรุง และขยายพันธุ์อ้อยในส่วนภูมิภาค และสร้างเครือข่ายในการขยาย อ้อยพันธุ์ดี เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ การพัฒนาอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

เป็นศูนย์วิเคราะห์และทดสอบด้านอ้อยและน้ำตาลทรายของภูมิภาค และเป็นห้องปฏิบัติการอ้างอิงในการวิเคราะห์คุณภาพอ้อยและน้ำตาลทรายของโรงงานน้ำตาลทรายในภูมิภาค เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับระบบอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทรายและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย ประกอบด้วย ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ปราจีนบุรี และสระแก้ว

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยครั้งนี้ มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับดังนี้

1.8.1 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการ ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

1.8.2 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

1.8.3 เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของหน่วยงานภายในของสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย

1.8.4 เพื่อเป็นแนวทางสนับสนุนอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย

1.8.5 เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการผลิตอ้อยในเชิงอุตสาหกรรม

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นในเรื่องของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มเติมในข้อปฏิบัติและพัฒนาบุคลากร รวมทั้งศักยภาพของเครื่องมือ เครื่องใช้ที่จะสามารถรองรับการให้บริการของชาวไร่อ้อยในจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี ปราจีนบุรี และสระแก้วผู้วิจัยจึงได้ ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2.6 บริบทเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

2.1.1 ความหมายของการบริหารจัดการ

ธงชัย สันติวงษ์ (2546, หน้า 26) ได้ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่า หมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้นำกลุ่มซึ่งจะต้องจัดการให้ทรัพยากรทั้งที่เป็นตัวคน และวัตถุ สามารถประสานเข้าด้วยกันเพื่อร่วมกันทำงานเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพได้ พอสรุปได้ดังนี้ 1) การบริหารย่อมมีวัตถุประสงค์ 2) การบริหารอาศัยปัจจัยบุคคลเป็นองค์ประกอบสำคัญ 3) การบริหารต้องใช้ทรัพยากรการบริหารเป็นองค์ประกอบพื้นฐาน 4) การบริหารมีลักษณะการดำเนินการเป็นกระบวนการ 5) การบริหารอาศัยความร่วมมือร่วมใจของบุคคล

สมยศ นาวีการ (2546, หน้า 18) ได้ให้ความหมายของการบริหารว่า หมายถึง กระบวนการวางแผน การจัดการ การสั่งการ การควบคุมกำลัง ความพยายามของสมาชิกองค์กร และการใช้ทรัพยากรอื่นๆ เพื่อความสำเร็จของเป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้

นงเยาว์ กิจที่พึ่ง (2548, หน้า 26) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง ศิลปะการดำเนินการนำวัตถุดิบสู่ระบบด้วยระบบกระบวนการผลิตจนได้ผลผลิตตามที่กำหนดไว้ การบริหารจึงเป็นการดำเนินการให้ทุกโครงการทำหน้าที่สัมพันธ์กัน เป็นเรื่องยากที่จะทำให้เกิดการผสมผสานกัน ถ้าไม่วางแผนการดำเนินการที่ดีซึ่งขึ้นอยู่กับผู้บริหารที่วางแผนบริหารอย่างไร ผู้บริหารมีหน้าที่อำนวยการตามอำนาจหน้าที่

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

จากหน่วยงานที่เป็นผู้รับผิดชอบควบคุมในการนำแผนงานที่ได้กำหนดไว้แล้วไปดำเนินการร่วมกับทรัพยากร ทำให้การผลิต หรือการใช้ปัจจัยการบริหารก่อให้เกิดผลผลิตขั้นสุดท้าย

กรองทอง อัมวงษ์ (2548, หน้า 33) ให้ความเห็นว่า การจัดการ หมายถึง ศิลปะ ในการใช้คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ขององค์การและนอกองค์การเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า การจัดองค์การมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ 1) การจัดการเป็นศิลปะในการใช้คนทำงาน 2) การจัดการต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐาน คือ คน เงิน และวัสดุอุปกรณ์ 3) การจัดการเป็นการดำเนินงานของกลุ่มบุคคล สรุป การบริหารจัดการ หมายถึง การบริหารงานจัดการใดๆ ที่องค์กรได้ใช้ทรัพยากร ซึ่งได้แก่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมายไว้ โดยใช้วิธีการดังนี้มีการวางแผน การจัดองค์การ การจูงใจ การควบคุม และการกระทำที่ทำให้เกิดการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างมีระเบียบแบบแผน

2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ อ้างถึงทฤษฎีการบริหารจัดการที่มีหลักเกณฑ์ ของเฟรดเดอร์ริค ดับบลิว เทย์เลอร์ โดยการบริหารที่มีหลักเกณฑ์นี้มีพื้นฐานอยู่ในหลักการที่สำคัญ 4 ประการ (ธงชัย สันติวงษ์, 2546, หน้า 45) คือ

1) การต้องมีการคิดค้นและกำหนด “วิธีที่ดีที่สุด” (one best way) สำหรับงานที่จะทำแต่ละอย่าง กล่าวคือ จะต้องมีการกำหนดวิธีการทำงานที่ดีที่สุดที่จะช่วยให้สามารถทำงานเสร็จลุล่วงไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์มาตรฐานของงานจะต้องมีการจัดวางเอาไว้ โดยมีหลักเกณฑ์ที่ได้พิสูจน์มาแล้วว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดจริง และในเวลาเดียวกันการจ่ายผลตอบแทนแบบจูงใจต่างๆ ก็จะช่วยให้ตามผลผลิตทั้งหมดสำหรับส่วนที่เกินกว่ามาตรฐาน

2) การต้องมีการคัดเลือกและพัฒนาคนงาน เทย์เลอร์ ได้ตระหนักถึงความสำคัญ และคุณค่าของการรู้จักจัดงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับคน นอกจากนี้ เทย์เลอร์ ยังได้เน้นถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการอบรมคนงานให้รู้จักวิธีทำงานที่ถูกวิธีด้วย จึงปรากฏเป็นข้อแนะนำจากเขาว่าในการคัดเลือกคนงาน จะต้องมีการพิจารณาเป็นพิเศษที่จะให้ได้คนที่มีคุณสมบัติที่ดีที่สุดตามงานที่จะให้ทำ

3) ด้วยวิธีการพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับวิธีทำงาน ควบคู่กับการพิจารณา คนงานนี้ Taylor เชื่อว่า คนงานจะไม่คัดค้านต่อวิธีทำงานที่ได้กำหนดขึ้น เพราะโดยหลักเหตุผลคนงานทุกคนจะเห็นจริงถึงโอกาสที่เขาจะได้รับรายได้สูงขึ้น จากการทำงานถูกวิธีที่จะช่วยให้ได้ผลผลิตสูงขึ้น

4) การประสานร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารและคนงาน โดยเทย์เลอร์ มีความเชื่อว่าฝ่ายบริหารควรจะได้ประสานงานอย่างใกล้ชิดเป็นประจำกับคนงานที่เป็นผู้ปฏิบัติงาน แต่จะต้องไม่ใช่โดยการไปลงมือปฏิบัติงานที่ควรจะเป็นงานของคนงานเท่านั้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ อ้างถึง ทฤษฎีกระบวนการบริหาร 7 ประการ (POSDCoRB) ของลูเธอร์ คูลิค และลีนดอลล์ เออร์วิค (สมคิด บางโม, 2545, หน้า 40) ดังนี้

P = planning หมายถึง การจัดวางโครงการ และแผนปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้าว่า จะต้องทำงานอะไรบ้าง และทำอย่างไร เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

O = organizing หมายถึง การจัดหน่วยงาน กำหนดโครงสร้างของหน่วยงาน การแบ่งส่วนงาน การจัดสายงานตำแหน่งต่างๆ กำหนดอำนาจหน้าที่ให้ชัดเจน

S = staffing หมายถึง การจัดตัวบุคคล เป็นการบริหารงานต้านบุคลากร อันได้แก่ การจัดอัตรากำลัง การสรรหา การพัฒนาบุคลากร การสร้างบรรยากาศ การทำงานที่ดี การประเมินผลการทำงาน และการให้พ้นจากงาน

D = directing หมายถึง การอำนวยการ คือ เริ่มนับตั้งแต่การตัดสินใจ การวินิจฉัย สั่งการ การควบคุมบังคับบัญชา และควบคุมการปฏิบัติงาน

Co = coordinating หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติของหน่วยงานให้แก่ผู้บริหาร และสมาชิกของหน่วยงานให้ทราบความเคลื่อนไหวของการดำเนินงานว่าก้าวหน้าไปเพียงใด

R = reporting หมายถึง การเสนอผลการปฏิบัติงานและการประชาสัมพันธ์ขององค์การให้ผู้บริการและสมาชิกของหน่วยงานทราบว่าการปฏิบัติงานรุดหน้าหรือไม่มีอุปสรรคและข้อขัดข้องประการใด ผลการปฏิบัติงานสอดคล้องและบรรลุเป้าหมายขององค์การ และประเมินผลการปฏิบัติงานของเพื่อนร่วมงานด้วย

B = budgeting หมายถึง การงบประมาณ การจัดทำงบประมาณ บัญชี การใช้จ่ายเงิน การควบคุม และตรวจสอบด้านการเงิน

ทฤษฎีการบริหารจัดการ (Robbins, 2003, p. 8) ได้อธิบายทฤษฎีการบริหารจัดการ ว่าเป็นหน้าที่และกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุจุดหมายขององค์การ โดยมีหลักการบริหารจัดการ 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ/จูงใจ และการควบคุม ซึ่งหน้าที่และกระบวนการดังกล่าว มีผู้บริหารและผู้ดำเนินการเป็นผู้รับผิดชอบที่จะให้มีการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การวางแผน (planning) เป็นหน้าที่ทางการบริหารที่สำคัญ เพราะเริ่มต้นด้วยหน้าที่วางแผนเป็นอันดับแรก โดยที่องค์ประกอบของกระบวนการวางแผนองค์การหนึ่งๆ ประกอบด้วย ภารกิจ จุดหมาย และแผน โดยภารกิจเป็นข้อประกาศอย่างกว้างๆ เกี่ยวกับจุดมุ่งหมายหรือเหตุผลพื้นฐานในการดำรงอยู่ขององค์การ และขอบข่ายงานเฉพาะขององค์การ หรือที่ทำให้องค์การแตกต่างจากองค์การอื่น สำหรับจุดหมายเป็นเป้าหมายแห่งอนาคต หรือ ผลลัพธ์สุดท้ายที่องค์การต้องการให้บรรลุผล ขณะเดียวกันแผนงานหมายถึง ทิศทางที่จะก่อให้เกิดการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุผลลัพธ์สุดท้ายที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับองค์การ

การจัดองค์การ (organizing) เป็นหน้าที่ทางการบริหารที่สืบเนื่องจากการวางแผน กล่าวคือ เมื่อองค์การจัดทำจุดหมาย และแผนเชิงยุทธศาสตร์แล้ว ผู้บริหารควรต้องออกแบบ โครงสร้างองค์การ เพื่อให้การบริหารงานบรรลุจุดหมายแผนเชิงยุทธศาสตร์ขององค์การนั้น การออกแบบโครงสร้างองค์การเป็นกิจกรรมที่ควรได้รับการตรวจสอบอยู่เสมอเนื่องจากปัจจัย ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบโครงสร้างองค์การเกิดขึ้นมากมาย

การนำ (leading) เป็นสภาวะที่ผู้นำใช้ความพยายามที่จะให้มีอิทธิพลหรือจูงใจให้ผู้อื่นได้ปฏิบัติงานบรรลุจุดหมายขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลการที่ผู้นำ จะเป็นผู้นำที่มีศักยภาพดังกล่าวได้ ต้องทำความเข้าใจทฤษฎีการจูงใจ (motivation) ภาวะผู้นำ (leadership) การติดต่อสื่อสาร (communication) และการบริหารกลุ่ม (Group) เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

การควบคุม (controlling) เป็นการนำระเบียบกฎเกณฑ์มาดำเนินการหรือปฏิบัติตามโดยให้เกิดความมั่นใจว่าสมาชิกในองค์การได้ประพฤติปฏิบัติไปในทิศทางที่จะทำให้บรรลุผลตามมาตรฐานการทำงานที่กำหนดไว้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งขององค์การการเสริมสร้างพฤติกรรมที่พึงประสงค์และพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของสมาชิกในองค์การ จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการข้างต้นสรุปได้ว่า การบริหารจัดการ คือ การวางแผน ซึ่งเป็นขั้นตอนในการกำหนดวัตถุประสงค์และวิธีการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น การจัดองค์การจะเป็นขั้นตอนในการจัดบุคคลและทรัพยากรที่ใช้ในการทำงานเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการทำงานการนำจะเป็นขั้นตอนที่จะสามารถทำงาน ให้บรรลุผลสำเร็จโดยการสร้างขวัญและจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชา การควบคุมจะเป็นการติดตามผลการทำงานและปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้บรรลุผลที่ต้องการ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

2.2.1 ความหมายของการให้บริการ

การดำเนินชีวิตของคนเราในชีวิตประจำวัน ล้วนแต่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งสิ้น เนื่องจากคนเราอยู่คนเดียวไม่ได้ จำเป็นต้องทั้งอาศัยคนในสังคมด้วย การที่คนเรากระทำสิ่งหนึ่งหรือปฏิบัติตนต่อผู้อื่นด้วยความเต็มใจที่จะช่วยเหลือหรืออำนวยความสะดวกเพียงเพื่อ จะทำให้บุคคลนั้นรู้สึกพึงพอใจเรียกได้ว่าเป็น “การบริการ” ในปัจจุบันแนวคิดการบริการมีการนำมาใช้อย่างกว้างขวางในวงการธุรกิจการค้าหรือแม้กระทั้งหน่วยงานราชการต่างๆ ก็เห็นความสำคัญของการบริการ ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของการบริการ ไว้ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546, หน้า 34) ให้ความหมายว่า บริการ หมายถึง การรับใช้อำนวยความสะดวกให้ช่วยเหลือเกื้อกูล ดังนั้น การบริการประชาชน จึงหมายถึงการรับใช้ประชาชน อำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนและช่วยเหลือเกื้อกูล

คอทเลอร์ (Kotler, 2000, p. 428) กล่าวว่า บริการ (service) เป็นการแสดงหรือสมรรถนะที่หน่วยงานหนึ่งๆ สามารถเสนอให้กับอีกหน่วยงานหนึ่งอันเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณ์อย่างเป็นแก่นสาร และไม่มีผลลัพธ์ในสภาพความเป็นเจ้าของในสิ่งใดๆ โดยที่การผลิตของมันอาจจะหรือไม่อาจจะผูกมัดกับผลิตภัณฑ์กายภาพก็ได้ การบริการเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงสภาพการณ์หรือในสถานภาพของผู้บริโภคไปในทางใดทางหนึ่ง การบริการต้องตอบสนองต่อเงื่อนไขอย่างไม่จำกัดของผู้บริโภค

เลิฟล็อค (Lovelock, 2006, p. 9) กล่าวว่า การบริการ (service) คือ เป็นกิจกรรมในทางด้านเศรษฐกิจที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้ฝ่ายอื่น กล่าวคือ เป็นการจ้างคนมาทำงานตามกาลเวลาที่กำหนดชัดเจนเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งอาจเป็นความต้องการของลูกค้าเองหรือความต้องการของสิ่งของหรือทรัพย์สินอื่นๆ ของลูกค้าที่ผู้ซื้อเป็นคนรับผิดชอบกับสิ่งดังกล่าวที่เกิดขึ้นลูกค้าบริการคาดหวังว่าจะได้รับคุณค่าจากการได้ใช้แรงงานทักษะที่ชำนาญ สิ่งอำนวยความสะดวกเครือข่ายระบบ และเครื่องมือต่างๆ โดยปกติพวกเขาไม่สามารถเป็นเจ้าของกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มองเห็น ซึ่งใช้เพื่อสนับสนุนในการบริการนั่นเอง

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

เพ็ญศิริ โชติพันธ์ (2552, หน้า 101) กล่าวว่า บริการ (service) เป็นงานจัดทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินงานด้านการผลิตมีเป้าหมายที่ลูกค้าทางอุตสาหกรรม แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ บริการบำรุงรักษา (maintenance service) เช่น บริการทำความสะอาด บริการรักษาความปลอดภัยการประกันอัคคีภัยต่างๆ บริการซ่อมแซม (repair service) เช่น การบริการซ่อมแซมเครื่องใช้ เครื่องจักรต่างๆ และบริการให้คำแนะนำแก่ธุรกิจ (business advisory service) เช่น สำนักงานกฎหมาย บริษัทโฆษณา บริษัทรับทำบัญชี

ฉัตยาพร เสมอใจ (2548, หน้า 15-17) จำแนกลักษณะของการบริการ ออกเป็น 5 ประการ ดังนี้

1) บริการไม่สามารถจับต้องได้บริการไม่สามารถมองเห็นได้หรือรู้สึกได้ก่อนการซื้อ ในขณะที่ผู้บริโภคสามารถมองเห็น จับต้องหรือพิจารณาสินค้าได้ก่อนการซื้อ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคมีข้อมูลในการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

2) บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ การบริการเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบการผลิตที่เกิดขึ้นพร้อมๆ กับการบริโภค เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องของผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลและเวลาซึ่งทำให้สามารถให้บริการได้เพียงครั้งละหนึ่งราย ในขณะที่สินค้าสามารถผลิตได้จำนวนมากสามารถแบ่งแยกออกเป็นหน่วยย่อยและขายให้ผู้บริโภคได้พร้อมกันหลายๆ ราย

3) บริการมีความไม่แน่นอน ในขณะที่การผลิตสินค้าอาศัยปัจจัยสำคัญ คือ วัตถุดิบและเครื่องจักรที่ทำให้การควบคุมคุณภาพของสินค้าทำได้ง่ายกว่า แต่การบริการหลายๆ คนอาจเคยพบเหตุการณ์ที่ว่า เข้าไปรับประทานอาหารในร้านเดียวกัน แต่ต่างเวลากันก็อาจไม่ได้รับประทานอาหารที่รสชาติเหมือนกันได้ หรือการเลือกตัดผมกับช่างคนเดียวกันก็อาจตัดผมได้ไม่เหมือนกันในแต่ละครั้ง เป็นต้น

4) บริการจัดทำมาตรฐานได้ยาก (Heterogeneous) เนื่องจากปัจจัยหลักในการให้บริการคือ คน การสร้างมาตรฐานโดยอาศัยการจัดการคนให้มีมาตรฐานเดียวกัน เป็นเรื่องยากในขณะที่การผลิตสินค้าสามารถจัดทำมาตรฐานได้ชัดเจนทั้งรูปแบบ คุณภาพ และปริมาณ

5) บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ เนื่องจากการบริการผลิตเพียงได้ครั้งละหนึ่งหน่วย และจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อเกิดการซื้อและรับบริการในขณะเดียวกัน แต่ปัญหาของธุรกิจบริการคงจะไม่เกิดขึ้นหากความต้องการซื้อกับความต้องการขายมีปริมาณที่ตรงกัน ในขณะที่ธุรกิจสินค้า ผู้ผลิตสามารถทำการคาดคะเนล่วงหน้าและทำการผลิตเก็บไว้ เพื่อรองรับปริมาณความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงได้แต่การบริการไม่สามารถทำได้

ธงชัย สันติวงษ์ (2549, หน้า 75) ได้กล่าวถึง การบริการไว้ว่า การบริการ หมายถึง การให้ความช่วยเหลือหรืออำนวยความสะดวกต่อผู้รับบริการเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้มารับบริการโดยตรง โดยอาศัยวิธีการต่างๆ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549, หน้า 45) ได้ให้ความหมายของการบริการ (service) ไว้ว่า เป็นกิจกรรมที่สร้างความพึงพอใจ หรือสร้างผลประโยชน์ให้แก่ผู้รับบริการ เช่น โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ตามความหมายดังกล่าวทำให้สามารถอธิบายลักษณะของการบริการได้เป็น 4 ประการ คือ

1) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การที่ไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ไม่สามารถจับต้องได้ก่อนการใช้บริการหรือเข้ามารับบริการและไม่สามารถที่จะคาดเดาก่อนล่วงหน้าเกี่ยวกับ

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

การบริการนั้นได้ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องค้นหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้รับบริการสามารถทำการตัดสินใจใช้บริการได้รวดเร็วขึ้นโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) สถานที่ (place) จัดสถานที่ให้มีความเหมาะสมสะดวกสบายและง่ายต่อการเข้ามาติดต่อขอรับบริการ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มารับบริการ เช่น มีการออกแบบสถานที่ให้ง่ายต่อการติดต่อขอรับบริการต่างๆ และจัดที่นั่งสำหรับรอรับบริการไว้อย่างเพียงพอและเหมาะสมต่อการให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการให้บริการ

(2) บุคคล (people) บุคลิกภายนอกเป็นสิ่งที่สำคัญของการให้บริการ พนักงานที่ให้บริการจะต้องมีการแต่งกายที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส มีการสนทนากับผู้รับบริการเป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและพึงพอใจในบริการ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ได้รับนั้นเป็นบริการที่ดีมีคุณค่า

(3) เครื่องมือ (equipment) มีการพัฒนาในด้านของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ภายในสำนักงานให้มีความทันสมัยและสามารถประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

(4) วัสดุสื่อสาร (communication material) การนำสื่อที่ทันสมัยและมีความเหมาะสมมาใช้ในการประกอบการให้บริการอย่างถูกต้อง มีความสอดคล้องและเกิดประโยชน์ต่อผู้รับบริการทั้งในด้านทางตรงและทางอ้อม

(5) สัญลักษณ์ (symbols) สัญลักษณ์ของสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการสามารถจดจำได้อย่างถูกต้อง ควรมีลักษณะหรือความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอออกมายังผู้รับบริการ

(6) ราคา (price) มีการกำหนดราคาการให้บริการอย่างเหมาะสม และระบุไว้อย่างชัดเจนเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความเข้าใจ สามารถจำแนกระดับการให้บริการที่แตกต่างกันของการให้บริการในแต่ละประเภทได้

2) ไม่สามารถแบ่งการให้บริการ (inseparability) การให้บริการเป็นกระบวนการที่มีการผลิตและการบริการควบคู่กันไปพร้อมๆ กัน ซึ่งไม่สามารถแยกออกจากกันได้ และมีเงื่อนไขของเวลาเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการผู้รับบริการ มีความต้องการที่จะได้รับบริการในเวลาอันรวดเร็ว ดังนั้นผู้ให้บริการจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการให้บริการ

3) ความไม่แน่นอน (variability) ลักษณะของบริการที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ให้บริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหนและอย่างไร ดังนั้น ผู้รับบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการให้บริการและสอบถามข้อมูลก่อนรับบริการในแง่ผู้ให้บริการจะต้องมีภารควบคุมคุณภาพสามารถทำได้ 2 ขั้นตอน ได้แก่

(1) ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ เช่น ธุรกิจสายการบิน โรงแรมและธนาคาร จะต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ

สำนักหอสมุด / สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(2) สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ การสำรวจข้อมูลของผู้รับบริการ และการเปรียบเทียบทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการที่ดีขึ้น

4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perish ability) การให้บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นๆ ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการจะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริหารไม่ทัน หรือไม่มีผู้รับบริการ และเมื่อเกิดปัญหาดังกล่าวขึ้นก็จะสร้างความไม่พอใจให้กับผู้รับบริการไม่อยากกลับมาใช้บริการนั้นอีก

สมิต สัชฌุกร (2550, หน้า 13) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการ หมายถึง การให้ความสะดวกสบายต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น การให้ด้วยความเต็มใจ และมีความยินดี โดยมีข้อควรคำนึงถึงทั้ง 5 ประการ ดังนี้

1) ความสอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ หมายถึง จะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก และมีการนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นแนวทางในการกำหนดเงื่อนไขต่างๆ ของการให้บริการ

2) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ หมายถึง ทำให้ผู้รับบริการเกิดความสุข และมีความต้องการที่อยากจะกลับมาใช้บริการอีกครั้งต่อไป ซึ่งถือว่าคุณภาพเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการของแต่ละประเภท

3) ปฏิบัติโดยสมบูรณ์ถูกต้องครบถ้วน หมายถึง มีการส่งมอบบริการอย่างถูกต้อง และเหมาะสม เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการผิดพลาดระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกันจะทำให้ส่งผลเสียต่อการให้บริการนั้นได้ และหากเกิดการผิดพลาดก็จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พอใจในสินค้าและบริการที่จะได้รับได้

4) เหมาะสมแก่สถานการณ์ หมายถึง การให้บริการที่รวดเร็วตรงตาม กำหนดเวลาเป็นสิ่งที่สำคัญ ผู้ให้บริการต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของผู้รับบริการและตอบสนองให้กันตามเวลาที่เหมาะสมในการเข้ารับบริการ

5) ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายกับบุคคลอื่น หมายถึง จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม

สุดาดวง เรืองรุจิระ (2550, หน้า 316) กล่าวไว้ว่า การบริการ หมายถึง เป็นสิ่งที่สัมผัสไม่ได้แต่มีลักษณะพิเศษ คือ สามารถสร้างความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ หรือผู้มาใช้บริการในแต่ละประเภทได้

สมชาติ กิจยรรยง (2551, หน้า 42) ได้กล่าวถึง การบริการไว้ว่า เป็นการกระทำที่จะทำให้ผู้รับบริการมีความสุขเกิดความพอใจในการส่งมอบบริการหรือได้รับความสะดวกสบายในการบริการ

โสภณ พึงไชย (2538, หน้า 34-35) กล่าวถึง หลักการให้บริการที่สำคัญ มี 5 ประการ คือ

1) หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ หมายถึง ประโยชน์และบริการที่องค์จัดให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมดไม่ใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

2) หลักการสม่ำเสมอ หมายถึง การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ไม่ใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน

3) หลักการเสมอภาค หมายถึง บริการที่จัดนั้น จะต้องให้แก่ผู้ใช้บริการทุกคนอย่างเสมอ และเท่าเทียมกันไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง ลักษณะต่างจากกลุ่มคนอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด

4) หลักความประหยัด หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่า ผลที่จะได้รับ

5) หลักความสะดวก หมายถึง บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติ ได้ง่ายสะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากให้กับผู้ให้บริการ หรือผู้ใช้บริการมากเกินไป

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, หน้า 18) ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการ หมายถึง เป็นการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนไม่สามารถจับต้องได้โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนี้ จะสามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการได้ จนนำไปสู่ความสุขใจ ความพึงพอใจของการให้บริการนั้น

จิตตินนท์ นันทไพบูลย์ (2551, หน้า 13) ได้ให้ความหมายของการให้บริการว่า การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า การให้บริการ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหนึ่งทำให้อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งสิ่งที่ทำให้นั้นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับโดยที่ผู้บริการ สามารถรับรู้ถึงคุณภาพการบริการที่ได้รับ และทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ ครบถ้วน เหมาะแก่สถานการณ์ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น และต้องมีหลักความสอดคล้องกับความต้องการ ของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ หลักความสม่ำเสมอ หลักความเสมอภาค หลักความประหยัด หลักความสะดวก ในการให้บริการทุกครั้ง

2.2.2 ลักษณะของการบริการ

พฤติกรรมการบริการหรือลักษณะของการบริการเป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ของพฤติกรรม ผู้รับบริการ ทำนายพฤติกรรม และควบคุมพฤติกรรมของผู้รับบริการ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งจะประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

จรวยพร กุลอำนวยชัย (2538, หน้า 44) กล่าวว่า ลักษณะของงานบริการไว้ ดังนี้

1) งานบริการเป็นงานที่มีการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน คือ ไม่อาจกำหนด ความต้องการที่แน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับลูกค้าว่าต้องการเมื่อใดและต้องการอะไร

2) งานบริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการหรือไม่ขึ้นอยู่กับ เงื่อนไขของผู้รับบริการ การกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าจึงไม่อาจทำได้ นอกจากการคาดคะเนความน่าจะเป็น เท่านั้นเอง

3) งานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้า ไม่มีผลผลิต สิ่งที่ลูกค้าจะได้คือ ความพึงพอใจ รู้สึกคุ้มค่า ที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้น คุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก

4) งานบริการเป็นงานที่ต้องการตอบสนองโดยทันที ลูกค้าต้องการให้ลงมือปฏิบัติในทันที ดังนั้น ผู้ให้บริการจะพร้อมที่ตอบสนองตลอดเวลา และเมื่อนัดวันเวลาได้ ก็ต้องตรงตามวันและเวลาที่กำหนดอย่างชัดเจน

กุลธน ธนาพงศธร และเสน่ห์ จุ้ยโต (2552, หน้า 303) ให้ความเห็นว่า หลักการให้บริการที่สำคัญมี 5 ประการ คือ

1) หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์ และบริการที่องค์กรจัดขึ้นนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่าต่อการดำเนินงานนั้นๆ อีกด้วย

2) หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3) หลักความเสมอภาค บริการที่จัดขึ้นนั้น จะต้องให้แก่ผู้มารับบริการทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งในลักษณะต่างจากกลุ่มอื่นอย่างเห็นได้ชัด

4) หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการให้บริการจะต้องไม่เกินกว่าผลที่จะได้รับ

5) หลักความสะดวก บริการที่จัดให้ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่ายสะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้ามากจนเกินไป

จากการศึกษาความหมายและลักษณะของพฤติกรรมการบริการ ผู้วิจัย สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมหรือลักษณะการบริการ หมายถึง เป็นการแสดงออกถึงการกระทำ พฤติกรรมของผู้ให้บริการที่มีความตั้งใจและเต็มใจแสดงให้ต่อผู้รับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกยินดีและชื่นชมในการบริการ

2.2.3 หลักการหรือลักษณะการให้บริการที่ดี

สมิต สัชฌุกร (2546, หน้า 174-176) ธุรกิจหลายแห่งประสบความสำเร็จในการให้บริการเพราะผู้บริหารมีหลักการให้บริการกำหนดไว้เป็นกรอบหรือแนวทางปฏิบัติของพนักงาน เพื่อให้พนักงานยึดถือเป็นนโยบายทั้งนี้พนักงานทุกคนและทุกระดับของกิจการถือเป็นแนวปฏิบัติ 3 ประเภท ได้แก่

1) ลูกค้าต้องมาก่อนเสมอ หมายถึง คำนึงถึงลูกค้าก่อนสิ่งอื่นใด ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและสนใจเป็นอย่างดี

2) ลูกค้าถูกเสมอไม่ว่าลูกค้าจะพูดจะทำอย่างไร จะต้องไม่โต้แย้ง เพื่อยืนยันว่าลูกค้าผิด

3) ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใสเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่น สบายใจ สร้างความรู้สึกที่ดีให้กับผู้รับบริการเพื่อให้เกิดความสุขใจ ความยินดี และความต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว ถือเป็นแนวทางการดำเนินการสำหรับองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสำเร็จต่อองค์กรนั้นๆ การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพอุปนิสัยและอารมณ์แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครินทร์

และแต่ละสถานการณ์จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตามการบริการที่ดีนั้นเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้ (สมิต สัชฌุกร, 2549, หน้า 175)

1) ทำด้วยความเต็มใจ การบริการเป็นเรื่องของจิตใจ ถ้ามีความรักในงานบริการก็จะทำทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจและเต็มใจ ผลของการกระทำมักจะเกิดขึ้นด้วยดี

2) ทำด้วยความรวดเร็ว ผู้รับบริการส่วนใหญ่อยู่ในอาการรีบร้อนจึงต้องการความช่วยเหลือทันอกทันใจ การแสดงออกอย่างรีบเร่งในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้รับบริการมีความสุข และความพอใจ

3) ทำถูกต้องดังได้กล่าวไว้ในหลักของการให้บริการว่า การให้บริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์จะเป็นการสนองตอบความต้องการและทำความพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างชัดแจ้ง การบริการที่ดีจึงต้องเน้นการทำให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ

4) ทำอย่างเท่าเทียม บริการที่ดีกว่าหรือเหนือกว่าผู้อื่นหากบริการบางคนไม่เท่ากัน เราไม่ให้บริการอย่างเป็นธรรม เป็นการสร้างความไม่พอใจให้แก่คนอีกจำนวนมาก ซึ่งสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งของงานบริการ คือ ความเท่าเทียมกัน ให้บริการอย่างเป็นธรรมถูกต้องและเกิดความเหมาะสม

5) ทำให้เกิดความชื่นใจ การบริการที่ดีจะต้องทำให้ผู้รับบริการมีความสุข ซึ่งทุกคนต่างตระหนักดีว่า เมื่อใดที่ผู้ให้บริการสนองตอบต่อความต้องการให้ความช่วยเหลืออย่างดีก็จะเกิดความปีติยินดี ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงต้องพยายามให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการชื่นใจ สุขใจที่ได้รับบริการอย่างเต็มที่จากผู้ให้บริการเกิดความคุ้มค่าต่อการได้รับบริการ

2.2.4 ความสำคัญของการบริการที่ดี

ความสำคัญของการบริการที่ดีนั้นจะทำให้เกิดการรับรู้เป้าหมายของการบริการที่ถูกต้อง ชัดเจน ตระหนักให้เห็นถึงบทบาทและพฤติกรรมของผู้รับบริการที่ผู้ให้บริการพึงปฏิบัติทั้งเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของการให้บริการอย่างถูกต้องและเหมาะสม ทำให้รู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ รวมถึงการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี ความสำคัญของการบริการที่ประกอบด้วยแนวคิด ดังต่อไปนี้

รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ (2550, หน้า 14-15) กล่าวไว้ว่า หลักการบริการที่ดีนั้น ต้องประกอบด้วย

1) ความเชื่อถือได้ หมายถึง ความสม่ำเสมอ ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา

2) การตอบสนอง หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการ ความต่อเนื่องในการติดต่อการปฏิบัติตนต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

3) ความสามารถ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการ หรือความสามารถในการสื่อสารและความสามารถด้านความรู้วิชาการที่จะให้บริการ

4) การเข้าถึงบริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการหรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมาย ซับซ้อน ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก

5) ความสภาพอ่อนโยน หมายถึง การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการให้การต้อนรับที่เหมาะสม ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

6) การสื่อสาร หมายถึง มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการมีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

7) ความซื่อสัตย์ หมายถึง การแสดงออกถึงความจริงใจ ตรงไปตรงมา พร้อมด้วยการงดเว้นการโกหก การคดโกง ให้กับผู้รับบริการ

8) ความมั่นคง หมายถึง ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ

9) ความเข้าใจ หมายถึง การเรียนรู้ผู้ใช้บริการการให้คำแนะนำเอาใจใส่ ผู้ใช้บริการ การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ

10) การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ หมายถึง การเตรียมอุปกรณ์ วัสดุ ให้พร้อมสำหรับการให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ การจัดสถานที่ให้บริการสวยงามสะอาด

สมิต สัชฌุกร (2549, หน้า 174-176) กล่าวว่า การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพอุปนิสัยและอารมณ์แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลและแต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตามการบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปมีดังนี้

1) ทำด้วยความเต็มใจ หมายถึง การบริการเป็นเรื่องของจิตใจ ถ้ามีความรักในงานบริการก็จะทำทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจและเต็มใจ ผลของการกระทำมักจะเกิดขึ้นด้วยดี

2) ทำด้วยความรวดเร็ว หมายถึง ผู้รับบริการส่วนใหญ่อยู่ในอาการรีบร้อนจึงต้องการความช่วยเหลือทันอกทันใจ การแสดงออกอย่างรีบเร่งในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้รับบริการมีความสุขและความพอใจ

3) ทำถูกต้อง หมายถึง การให้บริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ จะเป็นการสนองตอบความต้องการและทำความพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างชัดแจ้ง การบริการที่ดีจึงต้องเน้นการทำให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ

4) ทำอย่างเท่าเทียม หมายถึง บริการที่ดีกว่าหรือเหนือกว่าผู้อื่นหากบริการบางคนไม่เท่ากันเราไม่ให้บริการอย่างเป็นธรรม เป็นการสร้างความไม่พอใจให้แก่คนอีกจำนวนมาก ซึ่งสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งของงานบริการ คือ ความเท่าเทียมกัน ให้บริการอย่างเป็นธรรมถูกต้องและเกิดความเหมาะสม

5) ทำให้เกิดความชื่นใจ หมายถึง การบริการที่ดีจะต้องทำให้ผู้รับบริการมีความสุขซึ่งทุกคนต่างตระหนักดีว่า เมื่อใดที่ผู้ให้บริการสนองตอบต่อความต้องการให้ความช่วยเหลืออย่างดีก็จะเกิดความปีติยินดี ดังนั้นผู้ให้บริการจึงต้องพยายามให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการชื่นใจ สุขใจที่ได้รับบริการอย่างเต็มที่จากผู้ให้บริการเกิดความคุ้มค่าต่อการได้รับบริการ

มกร พฤฒิโฆสิต (2551, หน้า 50-53) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบที่สำคัญในด้านการบริการ และการทำให้ผู้รับบริการประทับใจในบริการไว้ดังต่อไปนี้

S = self esteem การมีจิตใจพร้อมจะให้บริการ ซึ่งเริ่มจากตัวบุคคลไม่ใช่องค์กร เช่นการที่ผู้จัดการต้องการที่จะให้พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างไร ผู้จัดการจะต้องปฏิบัติกับพนักงานเช่นเดียวกับปฏิบัติต่อลูกค้า พร้อมกับการสร้างบรรยากาศการทำงานให้อบอุ่นเป็นกันเองความสำเร็จในอดีตมิได้เป็นตัวทำนายอนาคต เขาต้องสร้างบรรยากาศการพัฒนาและการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

E = exceed expectations การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้ดีขึ้นกว่าที่ผู้รับบริการมุ่งหวังไว้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแตกต่างด้วยความเชื่อที่ว่าความต้องการของผู้รับบริการเปลี่ยนแปลงและมุ่งหวังสูงขึ้นที่สำคัญ คือ ต้องบริการลูกค้าให้ดียิ่งกว่าที่ให้สัญญาไว้

R = recover การสำรวจความต้องการและการบริการอยู่ตลอดเวลา

V = vision การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ เช่น สร้างความสัมพันธ์ในโอกาสต่างๆ เช่น วันเกิด วันครบรอบแต่งงาน วันประสบความสำเร็จ

I = improve การพัฒนางานบริการให้ดีขึ้น ซึ่งต้องมีการพัฒนางานควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากร ให้ทักษะและความรู้ (know how) เพื่อผลักดันองค์กรมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ

c = care การให้เกียรติผู้รับบริการโดยการสร้างมาตรฐานให้ผู้รับบริการพึงพอใจในบริการ

E = empower อำนาจตัดสินใจในการแก้ปัญหาต่างๆ การให้บริการต่อผู้รับบริการ

ปรัชญา เวสารัชช์ (2552, หน้า 20-21) กล่าวถึง หลักการพื้นฐานของการให้บริการที่พึงกำหนดเป็นเป้าหมายที่ต้องให้บรรลุได้ มีดังนี้

1) ทำให้ผู้รับบริการเต็มใจและไม่เกิดความทุกข์ ความเครียดในการมารับบริการ กล่าวคือ สมัยก่อนประชาชนจะเรียกสถานบริการในแต่ละที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นความไม่พึงพอใจ ความอึดอัดลำบากใจในการขอรับบริการ เช่น สถานฆ่าสัตว์ โรงสูบเลือดหน่วยกระสือ สถานสารพัดสัตว์ ดังนั้น ใครก็ตามที่รับผิดชอบในการจัดบริการต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ดังกล่าว เพราะมีผู้รับบริการบางท่านต้องลางานไปทั้งวัน เพื่อที่จะไปขอรับบริการที่หน่วยงานแห่งหนึ่งปรากฏว่าได้รับบริการเรียบร้อยเพียงไม่ถึงเก้าโมงเช่าเท่านั้น

2) อย่าปล่อยให้ผู้รับบริการอยู่ที่หน่วยบริการนานเกินไป กล่าวคือ เนื่องจากสถานบริการอาจจะมีพื้นที่ที่จำกัดคับแคบ การที่มีผู้รับบริการอยู่เป็นจำนวนมาก จะทำให้ไม่เกิดความสะดวก ดังนั้นต้องหาวิธีการต่างๆ มาใช้เพื่อลดจำนวนผู้ที่มารับบริการ เช่น จัดบริการผ่านไปรษณีย์ ระบบโทรศัพท์ ระบบผ่านคอมพิวเตอร์อัตโนมัติ และหากมีผู้มารับบริการมาติดต่อจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้บริการอย่างรวดเร็วที่สุด รวมทั้งพยายามจัดบริการให้เสร็จสิ้นในระยะเวลาและสถานที่เดียวกัน เพื่อจะได้ไม่ต้องเป็นภาระของผู้รับบริการที่จะต้องมาดำเนินการติดต่ออีกครั้งในเรื่องเดิม

3) อย่าทำผิดพลาดจนผู้รับบริการได้รับความเสียหาย กล่าวคือ ต้องระวังไม่ทำเอกสารของผู้รับบริการหายหรือบกพร่องจนผู้รับบริการต้องดำเนินการทำเอกสารใหม่อีกครั้ง เกิดการผิดพลาดของการให้ข้อมูล หากเป็นความบกพร่องของผู้ให้บริการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรีบทำการแก้ไข มีการดูแลผู้รับบริการเป็นอย่างดี และสร้างความพอใจด้วยการอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษหากไม่มีการดูแลอันเนื่องมาจากความผิดพลาดของผู้ให้บริการแล้ว ผู้รับบริการก็จะไม่พอใจและมองว่าระบบบริหารในการจัดการยังขาดประสิทธิภาพและควรที่จะมีการพัฒนาปรับปรุงอย่างเร่งด่วน

4) สร้างบรรยากาศของหน่วยบริการให้น่าใช้บริการ กล่าวคือ โดยการจัดสถานที่ให้ร่มรื่นมีที่นั่งพักสำหรับผู้รับบริการ มีร้านอาหารที่มีคุณภาพ ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สถานที่สะอาด

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

5) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความคุ้นเคยกับบริการ กล่าวคือ จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์แนะนำให้รู้จักสถานที่ รู้ว่าขั้นตอนในการติดต่อขอรับบริการเป็นอย่างไรและมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการและตอบข้อสงสัยของผู้รับบริการให้คำแนะนำอย่างถูกต้องเกี่ยวกับการขอรับบริการและงานที่เกี่ยวข้อง

6) เตรียมความสะดวกให้พร้อม กล่าวคือ ผู้รับบริการอาจขาดความพร้อมบางอย่าง เช่น เตรียมเอกสาร รูปถ่ายมาไม่ครบหรือไม่ได้ทำสำเนาในเอกสารบ้างที่จะต้องใช้เพื่อติดต่อขอรับบริการ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้คอยให้บริการกับผู้มารับบริการให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารอย่างถูกต้องเพื่อมิให้ผู้รับบริการเสียเวลาในการเตรียมเอกสารดังกล่าว อีกทั้งยังจะเป็นการทำให้การบริการเป็นไปอย่างรวดเร็วสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ที่มารับบริการอีกด้วย

จากการศึกษาความสำคัญของการบริการที่ดี ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การบริการ ที่ดีนั้นมีความสำคัญสำหรับผู้ให้บริการต้องถือปฏิบัติ คือ ผู้ที่มารับบริการเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งต้องยึดหลักการพื้นฐาน ดังนี้ ทำให้ผู้รับบริการเต็มใจและไม่เกิดความทุกข์ ความเครียดในการมารับบริการ อย่าปล่อยให้ผู้รับบริการติดต่อขอรับบริการนานเกินไป อย่าทำผิดพลาดจนผู้รับบริการเกิดความเดือดร้อน สร้างบรรยากาศของหน่วยบริการให้น่าใช้บริการทำให้ผู้รับบริการเกิดความคุ้นเคยกับบริการ เตรียมความสะดวกให้พร้อมและหลักของการบริการที่ดีนั้นต้องประกอบด้วย มีความน่าเชื่อถือได้ การตอบสนองความสามารถการเข้าถึงบริการ ความสุภาพอ่อนโยน การสื่อสาร ความซื่อสัตย์ ความมั่นคง ความเข้าใจ การสร้างสิ่งที่จับต้องได้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

2.3.1 ความหมายคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับงานให้บริการต่างๆ ซึ่งปัจจุบันต่างก็ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากทั้งในธุรกิจภาครัฐและเอกชน เกี่ยวกับความหมายของคุณภาพการให้บริการนั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงดังต่อไปนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2546, หน้า 253) ให้ความหมายว่า คุณภาพ คือ ลักษณะที่ดีเด่นของบุคคลหรือสิ่งของ

พิรุณ รัตนวณิช (2548, หน้า 184) ได้ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการว่า เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อที่จะคุ้มครองสิทธิของผู้รับบริการให้ได้รับบริการที่ดีที่สุด เป็นบริการที่ถูกต้องตามหลักวิชาชีพ รวดเร็ว ค่าใช้จ่ายเหมาะสม และผู้รับบริการพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องตระหนักถึงความจำเป็น และความสำคัญของการบริการที่มีคุณภาพ โดยการจัดระบบการบริหารจัดการทั้งทรัพยากรบุคคล และสิ่งเอื้ออำนวยในการให้บริการอย่างเพียงพอ มีการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มมาตรฐานบริการให้สูงขึ้น ทั้งนี้เพื่อคงไว้ทั้งบริการที่มีคุณภาพและยั่งยืน

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2549, หน้า 1) ได้ให้ความหมาย คุณภาพ (quality) จากหนังสือ TQM (totai quality management) ว่าเป็นสินค้าหรือบริการที่มีความเป็นเลิศทุกด้านเป็นไปตามข้อกำหนด หรือมาตรฐาน

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ตรงกับความต้องการของลูกค้าสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าปราศจากการชำรุดหรือบกพร่องและคุณภาพที่มีความหมายต่างกันไปตามความรู้สึกความต้องการของผู้รับบริการ

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2549, หน้า 57) ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพ หมายถึง การที่ธุรกิจเสนอสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้ซื้อในลักษณะที่หาที่ติไม่ได้หรือน้อยที่สุด

อนุวัฒน์ ศุภชุติ และคณะ (2550, หน้า 1) ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพ คือ คุณลักษณะที่เป็นไปตามมาตรฐานที่เหมาะสมปราศจากข้อผิดพลาด ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี และตอบสนองความต้องการของผู้รับผลงานเป็นที่พึงพอใจ

จารุบูรณ์ ปาณานนท์ (2553, หน้า 11-12) กล่าวถึง คุณภาพของการบริการไว้ว่า มีความหมายหลายประการ คือ บริการดีราคาสมเหตุสมผล คุณภาพดี ผู้รับบริการพอใจ การบริการที่มีคุณภาพจะเกิดความประทับใจแก่ผู้รับบริการ ส่วนคุณภาพของการบริการ จะมีมาตรวัดระดับการให้บริการว่าอยู่ในระดับดีเพียงใดนั้นได้มีการศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณภาพการบริการที่อาจใช้กับการบริการทั่วๆ ไป มี 10 ประการด้วยกัน ดังนี้

1) ไว้ใจวางใจได้ หมายความว่า การบริการนั้นต้องคงที่และไว้วางใจได้

2) ความพร้อมให้บริการ หมายถึง การบริการที่พร้อมผู้ให้บริการมีความเต็มใจและพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ

3) ความสามารถให้บริการ หมายถึง ผู้บริการจะต้องมีทักษะความรู้ ความเข้าใจในบริการนั้นๆ อย่างแท้จริง

4) ความสามารถในการเข้าถึง หมายถึง จะต้องง่ายต่อการติดต่อไม่มีวิธีการที่ซับซ้อนและไม่เสียเวลารอคอย

5) ความมีอัธยาศัย หมายถึง ความสุภาพอ่อนน้อม เป็นมิตร และเข้าใจ ความรู้สึกของผู้รับบริการ

6) การสร้างความสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับบริการ ด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายรวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ

7) ความเชื่อถือได้ หมายถึง การบริการนั้นมีความซื่อตรงและวางใจได้

8) ความมั่นคงปลอดภัย หมายถึง การบริการจะต้องไม่เป็นที่สงสัย ปราศจากการเสี่ยงและอันตรายต่างๆ

9) ความรู้จัก และเข้าใจผู้รับบริการ หมายถึง พยายามทำความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ และให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการคิดว่าเป็นความใส่ใจเฉพาะตัว

10) พยายามให้ทั้งที่ผู้รับบริการสัมผัสได้ หมายถึง เน้นเป็นพิเศษในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นรูปธรรม บุคลากร ตลอดจนที่สิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่สามารถสัมผัสได้

จิรุฒม์ ศรีรัตนบัลล์ และคณะ (2551, หน้า 29-30) กล่าวไว้ว่า คุณภาพมีหลายความหมายที่มักใช้กันบ่อย คือ คุณภาพการให้บริการ (quality of service) และคุณภาพของการดูแล (quality of care) โดยคำจำกัดความแล้ว คุณภาพ หมายถึง ภาวะที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ชัยสมพล ขาวประเสริฐ (2552, หน้า 106) กล่าวถึง ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพของการให้บริการ (quality of service) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (excellent service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (customer satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (customer loyalty)

Gerson Richard (2006, p. 20) ได้ให้คำจำกัดความของคุณภาพไว้ว่า สิ่งใดก็ตามที่ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจและพูดถึงอยู่เสมอเมื่อพวกเขาได้ใช้สินค้าหรือบริการต่างๆ

สุพรรณี อินทร์แก้ว (2550, หน้า 28) ให้ความหมาย คุณภาพบริการ หมายถึง การให้บริการที่สามารถสนองความต้องการได้ตรงตามความต้องการหรือเกินความคาดหวังของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ คุณภาพบริการแตกต่างกันไปตามลักษณะของผู้ใช้และมาตรฐานของผู้ใช้แต่ละคน คุณภาพบริการเป็นนามธรรม อธิบายได้ยากต้องใช้บริการก่อนจึงจะอธิบายได้

จากการศึกษาความหมายของคุณภาพการบริการ กล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง สิ่งที่รับประกันการบริการที่ผู้รับบริการได้รับและผู้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการมั่นว่าสามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงตามความต้องการหรือมากกว่าความต้องการ และผู้รับบริการเกิดความมั่นใจในบริการและมีความเชื่อถือไว้วางใจกับผู้ที่ให้บริการ

2.3.2 ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ

ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการถือว่าเป็นหัวใจหลักสำคัญอย่างยิ่ง ที่จะทำให้การดำเนินงานให้บริการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย เข้าใจและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการประกอบด้วยแนวคิด ดังนี้

ฉัตยาพร เสมอใจ (2548, หน้า 168-169) กล่าวไว้ว่า ปัจจัยสำคัญในการสร้างระบบข้อมูลของคุณภาพการให้บริการ คือ

1) แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ข้อมูลที่มีคุณภาพต้องมาจากแหล่งข้อมูลคุณภาพและแหล่งที่สามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับบริการได้ดีและน่าเชื่อถือที่สุด มี 2 แหล่ง ได้แก่

(1) การสอบถามโดยตรงจากผู้รับบริการ แหล่งที่น่าเชื่อถือที่สุด ก็คือ ต้นกำเนิดของข้อมูล ซึ่งคือ ผู้รับบริการที่มาใช้บริการโดยตรง จะทำให้ธุรกิจสามารถได้ข้อมูลที่เป็นเนื้อแท้ และยังไม่ผ่านการแปลความใดๆ เหมือนการสอบถามโดยผ่านผู้อื่น

(2) พนักงานที่ให้บริการกับผู้รับบริการโดยตรง เป็นอีกแหล่งที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นผู้ติดต่อและให้บริการกับผู้รับบริการโดยตรงและใช้เวลากับผู้รับบริการมากที่สุด ดังนั้น พนักงานผู้ให้บริการจะทราบว่าผู้รับบริการต้องการชอบ หรือไม่ชอบอะไร ข้อมูลที่ได้จึงเป็นความน่าเชื่อถือไม่แพ้กับการได้ข้อมูลจากผู้รับบริการโดยตรง

2) ข้อมูลที่ถูกต้องและข้อมูลที่ต้องการ ได้แก่

(1) คุณภาพการให้บริการ เพื่อต้องการทราบว่าบริการนั้นๆ มีคุณภาพดีเพียงพอแล้วหรือไม่ อย่างไร เพื่อใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพ และสร้างความภักดีของผู้รับบริการในอนาคต

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(2) เปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน นอกเหนือจากข้อมูลของเราเองแล้ว การที่จะทราบว่าเรามีความเข้มแข็งเพียงใด จะสามารถแข่งขันในตลาดได้หรือไม่ และจะวางแผนเติบโตได้อย่างไร จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงข้อมูลของคู่แข่งขันด้วย เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนาให้เหนือกว่าคู่แข่งในทุกๆ ด้าน

(3) ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ธุรกิจต้องทราบว่าผู้รับบริการพึงพอใจต่อบริการของเราแล้วหรือยัง เพราะว่าสิ่งที่เราให้บริการเป็นสิ่งที่ดีที่สุดแต่ไม่ใช่สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการและพึงพอใจก็เป็นการยากที่จะประสบความสำเร็จได้ เราต้องทราบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากเพียงใดและอย่างไร ซึ่งทั้งหมดต้องมีความถูกต้อง 3 ประการ ในที่นี้ หมายถึง

ก. ข้อมูลถูกต้อง (right information) ข้อมูลที่นำมาใช้สามารถตอบคำถามที่ต้องการไม่ใช่ต้องการตอบคำถามอย่างหนึ่งแต่ได้ข้อมูลอีกอย่างหนึ่งที่ไม่สามารถตอบคำถามได้สมบูรณ์

ข. เวลาถูกต้อง (right time) ต้องคำนึงถึงทั้งการจัดสรรข้อมูลได้ทันเวลาและความทันสมัยของข้อมูล ไม่ใช่มีคุณสมบัติเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ข้อมูลที่ได้ถูกต้องสามารถตอบคำถามได้ แต่ช้าเกินไปสำหรับการตัดสินใจ หรือข้อมูลที่ได้เริ่มล้าสมัยไปแล้วจะไม่เกิดประโยชน์ตามที่คาดหวัง

ค. ปริมาณถูกต้อง (right quantity) มากเพียงพอที่จะตัดสินใจได้อย่าง แม่นยำมีข้อมูลสนับสนุนที่เพียงพอ ข้อมูลเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถตอบคำถามที่ต้องการได้อย่างละเอียดครบถ้วนหรือยังไม่เป็นตัวแทนของประชากรที่เราต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2549, หน้า 290) กล่าวไว้ว่า โดยทั่วไปลูกค้าจะใช้หลักเกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการ

1) การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่ให้กับลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน สถานที่ตั้งเหมาะสมนั้นแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2) การติดต่อสั่งการ (communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจง่าย

3) ความสามารถ (competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในการทำงานบริการ

4) ความมีน้ำใจ (courtesy) สำนักงานที่ให้บริการต้องมีบุคลกรที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีเป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเองและมีวิจารณญาณ

5) ความน่าเชื่อถือ (creditability) บริษัทและบุคลากรต้องมีความสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก้ผู้รับบริการ

6) ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่มีความถูกต้องและสม่ำเสมอให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการ

7) การตอบสนองผู้รับบริการ (responsiveness) พนักงานจะต้องมีการให้บริการและแก้ปัญหาผู้รับบริการอย่างรวดเร็วตามที่ผู้รับบริการต้องการ

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

8) ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงจากปัญหาต่างๆ

9) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (tangible) บริการที่ผู้รับบริการได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของการให้บริการดังกล่าวได้

10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding/knowing customer) พนักงานพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าว

จรัส สุวรรณมาลา และคณะ (2549, หน้า 10-12) กล่าวถึง คุณภาพของการให้บริการประชาชนแต่ละประเภทมีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป ตัวแปรที่จะนำมาใช้ในการกำหนดคุณภาพการให้บริการมีดังนี้

1) ความถูกต้องตามกฎหมาย หมายถึง บริการที่จัดให้มีขึ้นตามกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการที่บังคับให้ประชาชนต้องมาใช้บริการ เช่น บริการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชน บริการชำระภาษีอากร บริการออกในอนุญาตและเอกสาร สิทธิต่างๆ

2) ความเพียงพอ หมายถึง บริเวณที่มีจำนวนและคุณภาพเพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ไม่มีการรอคอยหรือเข้าคิวเพื่อขอรับบริการเพราะหน่วยงานมีขีดความสามารถในการให้บริการต่ำกว่าความต้องการของประชาชน เช่น บริการเก็บขยะของเทศบาล ต้องเพียงพอกับความต้องการของประชาชน สามารถเก็บขยะได้หมดทุกวัน ไม่มีขยะตกค้าง

3) ความทั่วถึง เท่าเทียม ไม่มีข้อยกเว้น ไม่มีอภิสิทธิ หมายถึง บริการสาธารณะที่ดีจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในทุกที่ ทุกกลุ่ม อาชีพ ทุกเพศ ทุกวัย ได้ใช้บริการประเภทเดียวกันคุณภาพเดียวกันได้อย่างทั่วถึงเท่าเทียมกัน โดยไม่มีข้อยกเว้นใด เช่น ถ้ารัฐบาลจัดบริการด้านการรักษาพยาบาลขั้นพื้นฐานให้แก่ประชาชนทั่วประเทศ ประชาชนทุกคน

4) ความสะดวกรวดเร็ว เชื่อถือได้ หมายถึง การให้บริการที่ดีมีคุณภาพนั้น ผู้ใช้บริการจะต้องได้รับความสะดวก คือ สามารถใช้บริการได้ตามที่ต่างๆ และยังจะสามารถเลือกใช้วิธีการได้หลายแบบตามสภาพของผู้ใช้บริการ เช่น ประชาชนสามารถชำระภาษีอากรและค่าบริการต่างๆ ได้โดยผ่านระบบธนาคาร หรือสามารถใช้บริการทะเบียนราษฎร์ได้ทางไปรษณีย์ หรือทางระบบสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปที่ว่าการอำเภอ/เขต

5) ความได้มาตรฐานทางเทคนิคหรือมาตรฐานทางวิชาการ หมายถึง การให้บริการบางประเภทจะต้องอาศัยความรู้ความชำนาญทางเทคนิคหรือทางวิชาการ เช่น บริการทางการแพทย์ บริการให้คำปรึกษาด้านวิศวกรรม เกษตรกรรม เศรษฐกิจ การเนินการบัญชี กฎหมาย บริการดังกล่าวนี้จะมีคุณภาพดีก็ต่อเมื่อมีบุคลากรและกระบวนการให้บริการที่ได้มาตรฐานทางเทคนิคและวิชาการเท่านั้น

6) การเรียกรับค่าบริการที่เหมาะสม ต้นทุนการให้บริการต่ำ หมายถึง การให้บริการของรัฐบางประเภทมีการเรียกเก็บค่าบริการจากผู้ใช้บริการในกรณีดังกล่าวนี้ จะต้องนำเรื่องการเก็บค่าบริการมาพิจารณาด้วยเช่นเดียวกัน บริการที่ดีต้องมีค่าบริการที่เหมาะสมไม่สูงจนทำให้บุคคลบางกลุ่มซึ่งจำเป็นต้องใช้บริการถูกกีดกัน

7) ความพอใจ ประทับใจของผู้ใช้บริการ หมายถึง คุณภาพการให้บริการคือความพึงพอใจของผู้รับบริการ บริการที่มีคุณภาพจะต้องเป็นที่พึงพอใจและเป็นที่ไว้วางใจของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่

สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

2.3.3 การวัดคุณภาพการให้บริการ

เกี่ยวกับการวัดคุณภาพการบริการนั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงดังต่อไปนี้

พาราสุรามาน (Parasuraman, 1985, p. 41) ได้กล่าวถึง การวัดคุณภาพของด้านการบริการ ของ Brown, Churchill & Peter (BCP) คำกล่าวที่ว่า ความเหนือกว่าในด้านจิตวิทยาต่อทางเลือก ของผลคะแนนที่ไม่ต่างกันนั้นโต้แย้งได้ พวกเขายังโต้แย้งว่ากรอบความคิดของโมเดล คุณภาพบริการนั้น ได้เสนอทางเลือกในการตรวจวินิจฉัยไว้ได้อย่างกว้างขวางกว่า PZB แย้งข้อวิจารณ์เบื้องต้น ของ BCP มุ่งไปที่ กรอบความคิดต่อผลต่างของคะแนน (การรับรู้-ความคาดหวัง) จากตัวโมเดลคุณภาพบริการไปถึงคุณภาพ ในการบริการในทางปฏิบัติว่า คำกล่าวที่ว่า ความไม่สมบูรณ์ในด้านจิตวิธีเนื่องมาจากสูตรความแตกต่าง ของคะแนนที่ได้นั้นไม่ได้เลวร้ายอย่างที่ทาง BCP ได้อ้างไว้และความหลากหลายในการตรวจวินิจฉัย มีความถูกต้องกว่าการวัดโดยแยกการรับรู้และความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือ ผลการวิจัยจากการศึกษา จากหลายตัวอย่างและหลากหลายหน่วยงานของ PZB พบว่า โมเดลคุณภาพบริการ มีความน่าเชื่อถือสูง ในส่วนของความเที่ยงตรงเชิงจำแนกและได้กำหนดคุณลักษณะ 10 ประการ ที่ลูกค้าใช้ในการประเมิน คุณภาพบริการกัน ได้แก่

1) การสัมผัสได้ (tangibility) คือ ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถจับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ พนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น

2) ความเชื่อถือได้ (reliability) เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างน่าเชื่อถือ ในมาตรฐานการบริการและมีความถูกต้อง

3) การตอบสนอง (responsiveness) เป็นความเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือลูกค้า และ ให้บริการได้อย่างรวดเร็วฉับไว

4) ความสามารถ (competence) บุคลากรมีลักษณะ ความรู้ ความชำนาญในการปฏิบัติงาน

5) ความสุภาพ (courtesy) พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพอ่อนน้อม มีอัธยาศัยดี และ มีการเอาใจใส่แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

6) ความเชื่อถือในผู้ให้บริการ (credibility) บุคลากรที่ให้บริการจะต้องมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ และมีความจริงใจ

7) ความปลอดภัย (security) ลูกค้าจะต้องปราศจากความเสี่ยงใดๆ ในการเข้ามาใช้บริการ

8) การเข้าถึงบริการ (accessibility) มีความง่ายในการเข้าถึงและการติดต่อในการให้บริการ

9) การติดต่อสื่อสาร (communication) สามารถติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย และ การรับฟังปัญหาจากลูกค้าเสมอ

10) ความเข้าใจในลูกค้า (understanding the customer) เป็นการพยายามทำความรู้จัก กับลูกค้า และเข้าใจถึงความต้องการแท้จริงของลูกค้า

นอกจากนี้ยังได้ กำหนดคุณภาพการให้บริการ service quality หรือ SERVQUAL จากลักษณะ ของคุณภาพการให้บริการ 10 ประการข้างต้น สามารถนำมาสรุปเป็นปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการได้ 5 ประการ ประกอบด้วย

1) ความน่าเชื่อถือ (reliability) ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ดังนี้

(1) ควรให้บริการตามที่สัญญาไว้

(2) แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ

(3) ควรให้บริการตรงตามความต้องการ

(4) ควรให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้

(5) ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบก่อนถึงเวลาให้บริการหรือเข้าพบลูกค้า

2) การตอบสนอง (responsiveness) การตอบสนองต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการ เพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ ดังนี้

(1) ให้บริการอย่างรวดเร็ว

(2) มีความยินดีให้บริการเสมอ

(3) มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ

3) การให้ความมั่นใจ (assurance) ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นโดยปราศจากความเสี่ยงอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อถือได้ในตัวผู้ให้บริการ ดังนี้

(1) สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้

(2) ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้ เมื่อลูกค้ามาติดต่อ

(3) มีความสุภาพอ่อนน้อม

(4) มีความรู้ในงานที่ให้บริการอยู่

4) การดูแลเอาใจใส่ (empathy) การจัดเตรียมดูแลทั้งก่อนขาย ระหว่างขาย และหลังการขาย ดังนี้

(1) ให้ความสนใจเป็นการส่วนตัว

(2) ให้บริการอย่างเอาใจใส่

(3) ถือผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ

(4) เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

5) ลักษณะทางกายภาพ (tangibles) ความมีรูปลักษณ์ขององค์การ มีดังนี้

(1) อุปกรณ์ทันสมัย

(2) เทคโนโลยี

(3) ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ

(4) มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ

(5) มีความสะดวกที่ให้บริการที่องค์กรและผู้ให้บริการ

เลิฟล็อค (Lovelock, 2006, p. 646) ได้กล่าวถึง คุณภาพบริการเป็นสิ่งที่วัดได้ยาก เนื่องจากการบริการนั้นไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) จึงทำให้ประเมินได้ยากกว่าการประเมินคุณภาพสินค้า โดยการประเมินคุณภาพจะเกิดขึ้นได้ในระหว่างการส่งมอบบริการ (process of service delivery) และประเมินจากผลลัพธ์ (output) ของบริการซึ่งคุณภาพบริการที่ลูกค้ารับรู้ (perceived quality of service)

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครินทร์

จะมาจากกระบวนการประเมินผลของลูกค้า โดยการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ถึงการ ส่งมอบบริการ (perception of service delivery) และผลลัพธ์ (output) ของการส่งมอบบริการเปรียบเทียบกับความคาดหวัง (expectations) ของลูกค้าที่มีอยู่เดิม ดังนั้น ความพึงพอใจ (satisfaction) ของลูกค้าจึงเกิดจากคุณภาพบริการที่ลูกค้ารับรู้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546, หน้า 106) ลูกค้าจะวัดคุณภาพของการให้บริการจากองค์ประกอบคุณภาพในการบริการ 5 ประการ ดังนี้

1) การเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม (tangibles) สิ่งที่นำเสนอทางกายภาพของบริการ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ปรากฏเครื่องมือบุคลากร และวัสดุสื่อสารและสิ่งต่างๆ ที่กล่าวมาเป็นเครื่องมือแสดงทางกายภาพหรือภาพลักษณ์ของการบริการที่ลูกค้าใช้ประเมินคุณภาพกิจการบริการที่เน้นสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล โรงแรม ภัตตาคารและร้านค้าปลีก จึงมักจะใช้ปัจจัยนี้ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกิจการ และเป็นเครื่องหมายแสดงคุณภาพ และมักใช้ร่วมกับตัวกำหนดคุณภาพอื่นๆ ด้วย ซึ่งสิ่งสะท้อนถึงสิ่งนำเสนอทางกายภาพ เช่น

(1) บุคลิกภาพที่ปรากฏและการแต่งกายของบุคลากร

(2) เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ

(3) การออกแบบ ตกแต่งอาคารสถานที่

(4) วัสดุสื่อสาร เช่น บอร์ดความรู้โปสเตอร์

(5) ลูกค้าอื่นๆ ที่ใช้บริการ

2) ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (reliability) ความสามารถในการบริการตามสัญญาไว้อย่างน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และลูกต้อง ปัจจัยนี้เป็นตัวกำหนดคุณภาพที่สำคัญและในความหมายที่กว้างความเชื่อถือได้ หมายถึง การนำเสนอในการบริการตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้ โดยเฉพาะสัญญาเกี่ยวกับคุณลักษณะของบริการหลัก (core service) กิจการบริการจึงควรตระหนักถึงความคาดหวังของลูกค้าในเรื่องนี้ หากไม่ได้ทำให้เกิดความเชื่อถือในบริการหลักที่ลูกค้าต้องการแล้วก็ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จได้ การทำให้การบริการเชื่อถือกระทำได้ดังนี้

(1) ให้บริการตามสัญญาไว้กับลูกค้า

(2) ให้บริการอย่างลูกต้องตั้งแต่เริ่มแรก

(3) ปฏิบัติงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด

(4) มีความลูกต้องด้านการรับชำระเงิน การบันทึกข้อมูลลูกค้า

3) การตอบสนองลูกค้าทันที (responsiveness) ด้วยความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการโดยทันทีปัจจัยที่เน้นที่ความสนใจและความพร้อมที่จะทำตามคำร้อง ตอบคำถาม รับฟังข้อร้องเรียน แก้ปัญหาให้ลูกค้า รวมถึงการยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่แตกต่างกัน ความเร็วและความพร้อมในการตอบสนองลูกค้า โดยทันทีนี้ต้องเป็นไปตามทัศนะของลูกค้า มิใช่ที่ผู้ให้บริการคิดว่าพร้อมหรือเป็นเวลาที่เหมาะสม การแสดงออกถึงการตอบสนองลูกค้าโดยทันทีอาจทำได้เช่น

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

(1) ให้บริการทันทีตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ

(2) ให้บริการอย่างรวดเร็ว

(3) มีความพร้อมในการบริการ

(4) เอาใจใส่ต่อปัญหาของลูกค้า

(5) ส่งเอกสารหรือโทรศัพท์กลับไปยังลูกค้าโดยเร็ว

4) การทำให้ลูกค้ามั่นใจ (assurance) พนักงานมีความรู้ มีอัธยาศัย และมีความสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่น ข้อนี้มีความสำคัญสำหรับบริการที่ลูกค้ารับรู้ว่า มีความเสี่ยงหรือไม่สามารถประเมินผลของการบริการได้อย่างแน่ชัด เช่น บริการด้านการเงิน การรักษาพยาบาล และการบริการด้านกฎหมาย ความไว้วางใจและเชื่อมั่นมักเกิดจากบุคคลซึ่งเชื่อมโยงลูกค้ากับบริษัท เช่น แพทย์ ทนายความ นายหน้า ที่ปรึกษาทางการเงิน สิ่งที่แสดงถึงความไว้วางใจและเชื่อมั่น ได้แก่ พนักงานมีความรู้ ทักษะในการให้บริการ และกิจการมีชื่อเสียงไว้วางใจได้

5) การเข้าใจลูกค้า (empathy) การเอาใจใส่กับลูกค้าเป็นรายบุคคล เป็นการนำเสนอบริการที่เป็นส่วนตัวหรือตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย เพื่อแสดงว่าลูกค้าเป็นคนพิเศษลูกค้าอยากให้กิจการเข้าใจและเห็นความสำคัญ การแสดงความเข้าใจลูกค้าทำได้โดย

(1) เรียนรู้และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

(2) ให้ความสนใจกับลูกค้าเป็นรายบุคคล

(3) รู้จักและจำลูกค้าประจำได้

(4) มีอัธยาศัย สุภาพ และเป็นมิตร

ทุกปัจจัยที่กล่าวมาขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานคนโดยตรง ยกเว้นปัจจัยด้านการเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม ทั้งหมดส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ดังนั้น จึงควรให้ความสนใจต่อปัจจัยเหล่านี้ในการกำหนดกลยุทธ์การบริการอย่างมีคุณภาพ

เพ็ญศิริ โชติพันธ์ (2552, หน้า 103) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ (service quality) สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการถือรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขันโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้ประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจในการให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (what) เมื่อเขามีความต้องการ (when) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (where) ในรูปแบบที่เขาต้องการ (how) นักการตลาดต้องทำการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า

จากการศึกษาการวัดคุณภาพการให้บริการ สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ลูกค้าวัดคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ได้แก่ ภาพลักษณ์องค์กร พนักงาน อุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยีที่ทันสมัย และปัจจัยด้านความรู้สึกของลูกค้าซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ได้แก่ ความเชื่อถือ ความปลอดภัย การเข้าใจลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความมนใจและรับรู้ถึงคุณภาพในการให้บริการขององค์กร

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

2.3.4 การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

สุพรรณี อินทร์แก้ว (2550, หน้า 28) ได้อธิบายการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของภาครัฐมีองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่

1) การเพิ่มประสิทธิภาพงานบริการประชาชนของบุคลากรภาครัฐ ได้แก่

(1) คิดพิจารณารู้จริงรู้สึกบุคลากรภาครัฐจะต้องใส่ใจใฝ่รู้เพิ่มพูนทักษะอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงที่หลากหลายได้อย่างทันโลก มีความคิดแบบพหุนิยม หรือแบบองค์รวมที่สามารถผสมผสานความหลากหลายให้ส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกันได้ ทั้งนี้จะต้องทำงานอย่างมืออาชีพที่รู้จริง รู้สึกในเรื่องที่รับผิดชอบ และรู้กว้างพอที่นำองค์ความรู้ ภายนอกมาพัฒนาองค์ความรู้ภายใน และพัฒนาตนให้มีทักษะหลายด้านที่สามารถปรับตัวรับต่อความเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะสามารถช่วยให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) ทำงานมุ่งผลสัมฤทธิ์บุคลากรภาครัฐทุกคนต้องมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุเป้าหมาย ไม่เกียจคร้าน เฉื่อยชา ต่อปัญหาและวิกฤติการณ์รอบตัว ต้องมีการกล้าตัดสินใจแก้ปัญหาต่างๆ ให้ลุล่วงได้อย่างทันการณ์ และมีประสิทธิภาพคุ้มค่าทรัพยากร การทำงานของเจ้าหน้าที่จะต้องเปลี่ยนให้เป็นราชการที่ไม่คิดเพียงการปฏิบัติหน้าที่ในเวลาราชการเท่านั้น แต่จะต้องพยายามคิดหาหนทางที่จะทำให้งานสำเร็จได้อย่างมีคุณภาพทันการณ์ และเป็นที่พอใจของประชาชนและสังคมโดยรวม

(3) ทำงานด้วยความโปร่งใส และประชาชนมีส่วนร่วมงานภาครัฐ ถือเป็นงานสาธารณะ จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์ผลงานภาครัฐให้ประชาชนได้รับทราบและรู้ความก้าวหน้าในการทำงานอย่างต่อเนื่องและพร้อมให้ประชาชนตรวจสอบ เจ้าหน้าที่รัฐจะต้องเปิดใจให้กว้างพร้อมที่จะรับความคิดเห็นคำวิพากษ์วิจารณ์จากประชาชนและเพื่อนร่วมงาน และนำมาพัฒนางานที่ตนทำอยู่ให้ดีขึ้น

(4) ทำงานด้วยความรับผิดชอบ เจ้าหน้าที่ภาครัฐต้องทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ การแบ่งงานต้องมีความชัดเจนรู้ว่าใครรับผิดชอบเรื่องใด แต่ละคนที่ต้องทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ หากประชาชนสงสัยในงานเรื่องใดก็สามารถชี้แจงแสดงเหตุผลได้ทันที ต้องอธิบายให้ประชาชนทราบในกรณีที่การทำงานมีอุปสรรคหรือเกิดปัญหาขึ้นสำหรับนักบริหาร จะต้องดูแลผู้ใต้บังคับบัญชาให้อยู่ในระเบียบวินัย และทำหน้าที่อย่างแข็งขัน

(5) ทำงานเป็นทีม และเป็นระบบเครือข่ายสังคมยุคใหม่เป็นสังคมเครือข่ายที่ข้อมูลวิ่งผ่านไปมาเป็นเครือข่าย จึงเป็นโอกาสที่องค์กรและบุคคลต่างๆ จะสื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ความคิดกันได้โดยง่าย การเป็นสมาชิกเครือข่ายจึงเป็นประโยชน์การทำงานของทุกคนจึงจะเป็นระบบเครือข่ายหมดสมัยเก็บงำไว้เพียงคนเดียว การแลกเปลี่ยนและร่วมใช้ข้อมูลด้วยกันจะเป็นพลังให้องค์การและบุคคลเจริญก้าวหน้าไม่หยุดยั้ง ข้าราชการยุคใหม่จะต้องใจกว้างรู้จักประสานประโยชน์ และสร้างความสัมพันธ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นแนวราบได้ การทำงานลักษณะนี้มีประสิทธิภาพสูง และเป็นการใช้ประโยชน์สูงสุดจากพลังความคิดทรัพยากรทั้งในและนอกองค์กร

2) งานบริการเป็นหน้าที่ของข้าราชการ ปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะทำให้การปรับปรุงการบริการภาครัฐประสบความสำเร็จได้ คือ การมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีจิตสำนึกในการให้บริการและปรารถนาที่จะปรับปรุงบริการภาครัฐ ทั้งนี้เนื่องจากงานบริการเป็นกระบวนการของกิจกรรมการส่งมอบบริการ

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

จากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปเวลา สถานที่ รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตวิทยาให้เกิดความพึงพอใจ ดังนั้น จิตสำนึกในการให้บริการ จึงเป็นกุญแจสำคัญในการปรับปรุงบริการภาครัฐ แบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้

(1) ด้านกระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนในการให้บริการมีความชัดเจนเหมาะสมการบริการสะดวกรวดเร็วตรงกับความต้องการและการบริการเป็นไป ตามลำดับก่อน-หลัง เป็นต้น

(2) ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรผู้ให้บริการ หมายถึง เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ เรียบร้อยบุคลิก ลักษณะท่าทางเหมาะสมเจ้าหน้าที่มีกิริยามารยาทสุภาพเรียบร้อยพูดจาไพเราะยิ้มแย้มแจ่มใส และมีมนุษยสัมพันธ์ดี และเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นสนใจเอาใจใส่ และบริการด้วยความเต็มใจ เป็นต้น

(3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกหรืออาคารสถานที่ให้บริการ หมายถึง อาคารสถานที่ให้บริการสะดวก เหมาะสม สถานที่ที่ให้บริการสะอาด เรียบร้อย และแสงสว่างเหมาะสมอากาศ มีการถ่ายเทได้สะดวก เป็นต้น

3) การบริการจะเป็นการแสดงถึงคุณภาพของข้าราชการ ภาพสะท้อนที่ประชาชนทั่วไปจะมองข้าราชการขึ้นอยู่กับบริการที่ข้าราชการเป็นผู้ให้การบริการที่ไม่ดีแล้วจะเกิดจากการให้บริการของข้าราชการเพียงบางส่วน แต่มีผลส่วนกระทบสำคัญมายังข้าราชการในส่วนรวม ลักษณะการบริหารที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของข้าราชการ มีตัวอย่างให้เห็น เช่น ทำแบบเฉื่อยชาชักช้าแบบเคยชินใช้ความรู้วิธีการเดิมโดยไม่บริการประชาชนไม่รับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงาน มุ่งเน้นแต่กฎหมาย ระเบียบ และระบบงานที่ไม่ทันสมัย และขาดความรอบรู้และทัศนคติที่ถูกต้อง เป็นต้น

4) งานบริการเป็นหัวใจของข้าราชการประชาชน ก็คือ ลูกค้า ภาคเอกชนพยายามทำทุกทางเพื่อเอาใจลูกค้า เปรียบเทียบลูกค้าว่ามีความสำคัญระดับพระเจ้าหรือพระราชาเพราะลูกค้าเท่านั้นที่เป็นผู้ทำให้ธุรกิจอยู่ได้เป็นผู้ทำให้กิจการมีรายได้เติบโต และส่งคืน ทำนองเดียวกันงานราชการอยู่ได้ก็ด้วยภาษีของประชาชนหน่วยงานราชการอยู่ได้ก็เพราะประชาชนมารับบริการ หน่วยงานราชการจะขยายและเติบโตได้ก็เพราะประชาชนใช้บริการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ การให้บริการที่ดีจึงเป็นหัวใจของงานราชการโดยแท้

สุรศักดิ์ นานานุกูล (2548, หน้า 41) การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เป็นการระดมทรัพยากรทั้งหมดมาร่วมกัน ปรับปรุงระบบหรือกรรมวิธีการทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้รับผลงาน โดยมีการเรียนรู้และการปรับปรุงอย่างเป็นระบบต่อเนื่อง หลักการสำคัญของการพัฒนาคุณภาพการให้บริการมีดังนี้

1) ลูกค้าสำคัญที่สุด (customer focus) เพราะลูกค้าหรือผู้รับผลงานเป็นเป้าหมายหรือเหตุผลที่ต้องมีหน่วยงานของเรา ระดับคุณภาพอยู่ที่ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับผลงาน หน้าที่ของผู้รับบริการคือการค้นหาและตอบสนองความต้องการของผู้รับผลงาน

2) จุดความฝันร่วมกัน (common vision) เป็นการรวมพลังเพื่อสร้างสรรค์สมาชิกมีส่วนในการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน และมีส่วนในการปรับเปลี่ยนไปสู่เป้าหมาย ดังกล่าว

3) ทีมงานสัมพันธ์ (teamwork + empowerment) ทุกคนต่างพึ่งพิงกันในการทำงานคุณภาพงานไม่ได้เกิดจากผลงานของใครคนใดคนหนึ่ง แต่เกิดจากการประสานความพยายามของผู้ที่เกี่ยวข้อง

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผู้ปฏิบัติงานจะต้องได้รับการเสริมพลังด้วยการฝึกอบรม ข้อมูล และโอกาสเพื่อให้นำศักยภาพของตนมาใช้อย่างเต็มที่

4) มุ่งมั่นกระบวนการ (process focus) เป็นการมองว่าปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากระบบงานที่ไม่รัดคุม การพัฒนาคุณภาพคือการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความรัดกุมง่ายในการปฏิบัติ เป็นการสร้างระบบเพื่อปกป้องคุ้มครองให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้ดีที่สุด

5) สานด้วยอริยสัจสี่ (problem solving process) เป็นการนำกระบวนการทางวิทยาศาสตร์หรืออริยสัจสี่มาใช้ปรับปรุงกระบวนการเริ่มด้วยการวิเคราะห์สภาพปัญหา วิเคราะห์สาเหตุ การวิเคราะห์หาหนทางในการแก้ปัญหา การทดสอบทางเลือก และการนำมาปฏิบัติเป็นมาตรฐาน

6) ดีที่ผู้นำ (leadership support) ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เป็นการนำโดยใช้อุดมการณ์ร่วมกัน ผู้นำทุกระดับเปลี่ยนบทบาทจากผู้ควบคุม และสั่งการเป็นโค้ช

7) ทำดีไม่หยุดยั้ง (continuous improvement) มองหาโอกาสพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่พอใจกับระดับคุณภาพที่เป็นอยู่

สรุปได้ว่า การพัฒนาคุณภาพการให้บริการเป็นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ประชาชนได้รับการบริการที่มีคุณภาพ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA)

เกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ มีพื้นฐานทางเทคนิคและกระบวนการ เทียบเท่ากับเกณฑ์รางวัลคุณภาพระดับสูงสุดในหลายประเทศ เป็นกรอบแนวคิดในการบริหารจัดการที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาการบริหารราชการเพื่อให้องค์การภาครัฐมีกระบวนการทำงานและผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลดียิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมาย คือ ประโยชน์สุขของประชาชนและประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติ รางวัลคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ เป็นรางวัลที่มอบให้กับหน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการพัฒนาองค์การอย่างต่อเนื่องและมีผลดำเนินการปรับปรุงองค์การตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างโดดเด่น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2558, หน้า 4)

การบริหารราชการให้บรรลุเป้าหมายจำเป็นต้องมีเกณฑ์ประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ผลการปฏิบัติงานที่เป็นที่ยอมรับ สำนักงาน ก.พ.ร. โดยความร่วมมือของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติประกอบด้วย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2558, หน้า 3-19)

2.4.1 ความเป็นมาของการพัฒนาการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. 2546 - 2550) กำหนดให้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการและวิธีการทำงานเพื่อยกระดับขีดความสามารถและมาตรฐานการทำงานของหน่วยงานราชการให้อยู่ในระดับสูงเทียบเท่ามาตรฐานสากล โดยยึดหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเป็นหลักการบริหารราชการที่ได้รับการตราขึ้น เป็นกฎหมายดังที่ปรากฏในพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 มาตรา 3/1 และต่อมาได้มีการออกพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 เพื่อให้มีแนวทางการปฏิบัติ

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ที่เป็นรูปธรรมชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยกำหนดเป้าหมายของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีว่าให้เป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ มีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เกินจำเป็นประชาชนได้รับการอำนวยความสะดวกและได้รับการตอบสนองความต้องการ รวมทั้งมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

การบริหารราชการให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวจำเป็นต้องมีเกณฑ์การประเมินกระบวนการทำงานและผลการปฏิบัติงานที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป ดังนั้น สำนักงาน ก.พ.ร. โดยความร่วมมือของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ จึงได้ดำเนินโครงการศึกษาเพื่อยกระดับคุณภาพการปฏิบัติงานของส่วนราชการ โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษาวิธีการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐตามวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และกำหนดเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ โดยใช้แนวทางซึ่งสามารถเทียบเคียงกับการบริหารจัดการในระดับสากล ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นเกณฑ์ที่สามารถประเมินจุดแข็งและโอกาสในการปรับปรุงของกระบวนการ ทำงานและผลการปฏิบัติงานขององค์การต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิผล

2.4.2 ที่มาของเกณฑ์การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ

ในช่วงทศวรรษ 1980 ประเทศสหรัฐอเมริกาสูญเสียความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ เนื่องจากคู่แข่งจากประเทศอื่นๆ มีการพัฒนามาตรฐานและคุณภาพของการบริหารจัดการผ่านกระบวนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะบริษัทคู่แข่งจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งส่งสินค้าเข้าไปตีตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า ตลอดจนผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์

ในปี ค.ศ. 1987 ประเทศสหรัฐอเมริกาจึงได้ริเริ่มสร้างเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติขึ้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการบริหารจัดการที่ดี และเป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์การของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยให้ชื่อว่า Malcolm Baldrige National Quality Award (MBNQA) กรอบแนวคิดของเกณฑ์ดังกล่าวเกิดจากการระดมสมองจากผู้บริหารและนักวิชาการระดับแนวหน้าของประเทศว่าเกณฑ์รางวัลคุณภาพ แห่งชาติควรประกอบด้วยองค์ประกอบที่บูรณาการกันอย่างไรบ้าง

MBNQA ก่อให้เกิดการปรับปรุงและมุ่งเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และบริการของประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน คุณประโยชน์ที่สำคัญอย่างยิ่งของการมี MBNQA คือ การที่มีกรอบการบริหารจัดการที่เป็นกรอบเดียวกัน มีภาษาในการบริหารจัดการที่สื่อสารกันได้ นอกจากนี้ ยังเป็นการกระตุ้นให้องค์การต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และทักษะ เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันให้มีแนวทางการบริหารจัดการที่ดีขึ้น

ปัจจุบัน MBNQA ได้รับการยอมรับว่าเป็นแนวทางในการบริหารองค์การที่มีประสิทธิผลที่สุด ความโดดเด่นของเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติอยู่ตรงที่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับองค์การทุกขนาด ทุกประเภท ทั้งองค์การภาคธุรกิจและภาครัฐ องค์การที่แสวงหาผลกำไร และองค์การที่ไม่แสวงหาผลกำไร และสามารถประยุกต์ใช้ได้ ทั้งองค์การธุรกิจ องค์การการศึกษา และองค์การด้านสาธารณสุข รวมถึงหน่วยงานราชการ และหน่วยงานด้านทหาร

ผลของการส่งเสริมให้องค์การต่างๆ มีการประเมินตนเองและปรับปรุงตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติส่งผลให้ประเทศสหรัฐอเมริกามีเศรษฐกิจที่มั่นคง กลายเป็นผู้นำที่ยิ่งใหญ่ในตลาดโลกในเวลาต่อมา และเป็นแนวทางให้ประเทศต่างๆ ประยุกต์ไปพัฒนาเป็นเกณฑ์รางวัลคุณภาพของชาติตนมากกว่า

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครินทร์
สำนักวิทยบริการฯ

70 ประเทศ โดยอาจกล่าวได้ว่า MBNQA ได้กลายเป็นกรอบการบริหารจัดการองค์การในระดับโลก ดังแสดงในตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1 เกณฑ์รางวัลคุณภาพที่พัฒนาจาก MBNQA ของประเทศต่างๆ

ประเทศ	ชื่อเกณฑ์รางวัลคุณภาพที่พัฒนาจาก MBNQA (Malcolm Baldrige National Quality Award)	ปี ค.ศ. ที่เริ่มประกาศมอบรางวัล
แคนาดา	Canada Awards for Excellence (CAE)	1984
ออสเตรเลีย	Australian Business Excellence Award (ABEA)	1988
สหภาพยุโรป	European Quality Award (EQA)	1989
มาเลเซีย	Prime Minister Quality Award (PMQA)	1991
สหราชอาณาจักร	UK Business Excellence Award	1994
สิงคโปร์	Singapore Quality Award (SQA)	1994
ญี่ปุ่น	Japan Quality Award (JQA)	1995

ที่มา: (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2558, หน้า 4)

การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ ได้นำแนวคิดและโครงสร้างของรางวัลคุณภาพของประเทศสหรัฐอเมริกา (Malcolm Baldrige National Quality Award) มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของราชการไทย และสอดคล้องกับวิธีปฏิบัติราชการตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

2.4.3 เกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ

เกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งมีพื้นฐานทางเทคนิคและกระบวนการเทียบเท่ากับเกณฑ์รางวัลคุณภาพระดับสูงสุดในหลายประเทศ เป็นกรอบแนวคิดในการบริหารจัดการที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาการบริหารราชการเพื่อให้องค์การภาครัฐมีกระบวนการทำงานและผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลดียิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายคือประโยชน์สุขของประชาชนและประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติ

2.4.4 วัตถุประสงค์ของเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ

1) เพื่อยกระดับคุณภาพการปฏิบัติงานของภาครัฐให้สอดคล้องกับพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

2) เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการของหน่วยงานสู่ระดับมาตรฐานสากล

3) เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการประเมินตนเอง และเป็นบรรทัดฐานการติดตามและประเมินผลการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐ

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

2.4.5 แนวคิดการพัฒนาคุณภาพการบริหารกัดการภาครัฐ (public sector management quality award : PMQA)

เป็นกรอบการบริหารจัดการองค์การ ที่สำนักงาน ก.พ.ร. ได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้ส่วนราชการนำไปใช้ในการประเมินองค์การด้วยตนเองที่ครอบคลุมภาพรวมในทุกมิติเพื่อยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการให้เทียบเท่ามาตรฐานสากลโดยมุ่งเน้นให้หน่วยงานราชการปรับปรุงองค์การ อย่างรอบด้านและอย่างต่อเนื่องครอบคลุมทั้ง 7 ด้าน คือ

1) การนำองค์การ

(1) เป็นการประเมินการดำเนินการของผู้บริหารในเรื่องวิสัยทัศน์

(2) เป้าประสงค์ ค่านิยม ความคาดหวังในผลการดำเนินการ การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การกระจายอำนาจการตัดสินใจ การสร้างนวัตกรรมและการเรียนในส่วนราชการ การกำกับดูแลตนเองที่ดี และดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน

2) การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์

(1) เป็นการประเมินวิธีการกำหนดและถ่ายทอดประเด็นยุทธศาสตร์

(2) เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ กลยุทธ์หลัก และแผนปฏิบัติราชการ เพื่อนำไปปฏิบัติและวัดผลความก้าวหน้าของการดำเนินการ

3) การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(1) เป็นการประเมินการกำหนดความต้องการความคาดหวัง และความนิยม

(2) ชมชอบ การสร้างความสัมพันธ์ และการกำหนดปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความพึงพอใจ

4) การวัด การวิเคราะห์ และการวัดการความรู้

(1) เป็นการประเมินการเลือก รวบรวม วิเคราะห์ วัดการและปรับปรุงข้อมูล

(2) และสารสนเทศ และการวัดการความรู้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการปรับปรุงผลการดำเนินการขององค์การ

5) การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล

เป็นการประเมินระบบงาน ระบบการเรียนรู้ การสร้างความผาสุกและแรงจูงใจของบุคลากร เพื่อให้บุคลากรพัฒนาตนเองและใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่ตามทิศทางองค์การ

6) การวัดการกระบวนการ

เป็นการประเมินการวัดการกระบวนการ การให้บริการและกระบวนการอื่นที่ช่วยสร้างคุณค่าแก่ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกระบวนการสนับสนุนเพื่อให้บรรลุพันธกิจขององค์การ

7) ผลลัพธ์การดำเนินการ

เป็นการประเมินผลการดำเนินการและแนวโน้มของส่วนราชการในมิติด้านประสิทธิผล มิติด้านคุณภาพการให้บริการ มิติด้านประสิทธิภาพ และมิติด้านการพัฒนาองค์การ

สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยราชภัฏนครินทร์

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ความหมายของประชากรศาสตร

ประชากรศาสตร (demography) หมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้เพราะคำว่า "demo" หมายถึง "people" ซึ่งแปลวา "ประชาชน" หรือ "ประชากร" สวนคำว่า "graphy" หมายถึง "writing up" หรือ "description" ซึ่งแปลวา "ลักษณะ" ดังนั้น เมื่อแยกพิจารณาจากรากศัพท์คำว่า "demography" นาจะมีความหมายตามที่กล่าวมาขางตน คือ วิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง (ชัยวฒน์ ปญจพงษ และณรงค์ เทียนสง, 2521, หนา 2)

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, หน้า 44-52) ได้กล่าวถึง แนวความคิดด้านประชากรนี้เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้ตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (social categories theory) ของ Defleur & Bcll-Rokeaoh (1996) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่างๆ ของบุคคล หรือลักษณะทางประชากรซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่มๆ ได้ คือ บุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันจะเลือกรับ และตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (individual differences theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้า และการตอบสนอง (stimulus-response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R theory) ในสมัยก่อน และได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน จะมีความสนใจต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543, หน้า 38-39) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึง อายุ เพศ วงจรชีวิตของครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาดเพราะมันเกี่ยวพันกับอุปสงค์ (demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไป หรือลดความสำคัญลง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้

1) อายุ นักการตลาดต้องคำนึงถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของประชากรในเรื่องของอายุด้วย

2) เพศ จำนวนสตรี (สมรสหรือโสด) ที่ทำงานนอกบ้านเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นักการตลาดต้องคำนึงว่าปัจจุบันสตรีเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ ซึ่งที่แล้วมาผู้ขายเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นบทบาทของสตรีและบุรุษบางส่วนที่ซ้ำกัน

3) วงจรชีวิตครอบครัว ขั้นตอนแต่ละขั้นของวงจรชีวิตของครอบครัวเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรม ขั้นตอนของวงจรชีวิตของครอบครัวแบ่งออกเป็น 9 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

4) การศึกษาและรายได้ นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจการซื้อ ส่วนผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากผู้มี่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

ศิริพันธ์ ถาวรทวีวงษ์ (2543, หน้า 110) ความแตกต่างของบุคคลแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างนี้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ลักษณะทางประชากรศาสตร์เฉพาะตัวของแต่ละบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งมีอิทธิพลทำให้บุคคลมีความพึงพอใจเหมือนหรือแตกต่างกัน ดังนี้

1) อายุ นักจิตวิทยาพบว่า เมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้น โอกาสเปลี่ยนใจ หรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง

2) เพศ สังคมและวัฒนธรรม เป็นตัวกำหนดบทบาทกิจกรรมที่แตกต่างกัน ทำให้ความคิด ค่านิยม ทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรมความต้องการ ตลอดจนการตัดสินใจยอมรับสิ่งต่างๆ แตกต่างกัน

3) การศึกษา ทำให้บุคคลเกิดความคิด ความต้องการ อุดมการณ์แตกต่างกัน

4) อาชีพ อาชีพที่แตกต่างกันมีแนวคิด ทัศนคติ อุดมการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ไม่เหมือนกัน เพราะอาชีพเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบของเวลาและสถานที่ทำให้มีผลต่อความต้องการของแต่ละบุคคลด้วย

5) รายได้ เป็นปัจจัยกำหนดความเป็นอยู่ ความต้องการ ความคิดเห็นตลอดจนพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล ดังนั้นบุคคลที่มีรายได้สูง จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนให้บุคคลมีความต้องการได้หลากหลายกว่าบุคคลที่มีรายได้ต่าง

6) ภูมิลาเนา ที่อยู่อาศัยจะเกี่ยวข้องกับสถานภาพทางเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้บุคคลที่อยู่ในพื้นที่แตกต่างกัน

ปรมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 112-118) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะของตน ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละคน คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตามในการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันด้วย การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักไม่ค่อยมีปัญหา หรือมีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก เนื่องจากการวิเคราะห์คนที่มีจำนวนน้อย เราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารทุกคนได้ แต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมากเราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้ เพราะมีผู้รับสารจำนวนมากเกินไป นอกจากนี้ผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้น วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก ก็คือการจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆ ตามลักษณะประชากร (demographic characteristics) ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความ และการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น (กิติมา สุรสนธิ, 2541, หน้า 15-17)

1) เพศ (sex) หญิงชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระ ความถนัด สภาวะทางจิตใจ อารมณ์ จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองทั้งเพศไว้แตกต่างกัน

2) อายุ (age) อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ของบุคคล

ดังคำกล่าวที่ว่าผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน เกิดมาหลายฝน หรือเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่า เด็กเมื่อวานซืน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้หรือแสดงความคิดความเชื่อ ลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3) การศึกษา (education) การศึกษาหรือความรู้ เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน คนทั่วๆ ไปมักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตนเป็นสำคัญ และบุคคลมักมีลักษณะบางประการที่แสดงหรือบ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เรียนมา เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกลาให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ทางด้านครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนโดยการสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตัวให้แก่ผู้เรียน ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ

4) สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ (socio-economic status) อันได้แก่ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ถิ่นฐาน ภูมิลำเนา พื้นฐานของครอบครัว อาชีพ รายได้และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อผู้รับ ซึ่งในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร และสารสถานะภาพทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

5) ศาสนา (religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสาร ทั้งทางด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมโดยศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตคนตลอดทั้งชีวิต Childs (n.d. อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546, หน้า 7) ได้สรุปถึงอิทธิพลของศาสนาที่มีต่อบุคคลไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศีลธรรม คุณธรรม ความเชื่อทางจรรยาของบุคคล ด้านการเมือง และด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยทางด้านประชากรนั้นยังมีลักษณะอื่นๆ อีก ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความรู้จักกับการสื่อสารได้ โดยอยู่ภายใต้แนวความคิดที่ว่าถ้าบุคคลมีปัจจัยเหล่านั้นแตกต่างกันความคิด และการกระทำก็มีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้สามารถนำไปใช้อธิบายปัจจัยของประชากรด้านอื่นๆ ได้

สำหรับการศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ ทางประชากรศาสตร์เป็นแนวทางในการศึกษา เนื่องจากปัจจัยแต่ละปัจจัยของบุคคลหนึ่งที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ถือเป็นพื้นฐานในการกำหนดให้การตัดสินใจซื้อแตกต่างกันได้

2.6 บริบทเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย

ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย วิสัยทัศน์ (vision) เป็นองค์กรชั้นนำในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย และผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องอย่างยั่งยืน พันธกิจ (value) 1) เสนอแนะนโยบาย แนวทาง มาตรการและข้อมูลสารสนเทศในการบริหารจัดการระบบอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง อย่างมีประสิทธิผล 2) กำกับดูแลอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

และผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ชาวไร่อ้อย โรงงานน้ำตาลทราย และผู้บริโภคตามหลักธรรมาภิบาล 3) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการสร้างมูลค่าด้วยการวิจัยและพัฒนา เพิ่มผลิตภาพและบริหารจัดการอย่างสมดุลและยั่งยืน 4) พัฒนาระบบบริหารและศักยภาพบุคลากรด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่สู่องค์กรชั้นนำ 5) ส่งเสริมให้เป็นองค์กรแห่งความสุข โปร่งใส เป็นธรรม ปลอดจากการทุจริต ค่านิยม (mission) เป็นธรรม โปร่งใส พร้อมให้บริการ ซึ่งมีโครงสร้างการบริหารและบทบาทหน้าที่ดังต่อไปนี้ (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย (สอน.), 2558, หน้า 16–20)

2.6.1 สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย

สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย (สอน.) เป็นหน่วยงานที่มีฐานะเป็นกรมในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรมซึ่งตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2551 ให้สำนักงานคณะกรรมการอ้อย และน้ำตาลทราย มีภารกิจเกี่ยวกับการกำหนดนโยบาย กำกับ ดูแล ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่องให้เติบโตอย่างยั่งยืนมีเสถียรภาพ รวมทั้งสร้างความเป็นธรรมและรักษาผลประโยชน์ในระบบอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย และผู้บริโภค โดยให้มีอำนาจหน้าที่ดังนี้

1) ดำเนินการตามกฎหมายของคณะกรรมการต่างๆ ตามกฎหมายว่าด้วยอ้อยและน้ำตาลทราย

2) ปฏิบัติงานธุรการของคณะกรรมการต่างๆ ตามกฎหมายว่าด้วยอ้อยและน้ำตาลทราย

3) กำหนด เสนอแนะนโยบาย วิเคราะห์ ชี้นำ เตือนภัย สนับสนุน ประสานการวิจัย พัฒนาและสร้างองค์ความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดเทคโนโลยีเกี่ยวกับอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

4) เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต การใช้ และจำหน่ายอ้อย น้ำตาลทรายและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อกำหนดนโยบายในการชี้นำทิศทางการส่งเสริมพัฒนา อุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทรายและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

5) จัดทำแผนการปลูกอ้อยและผลิตอ้อยเพื่อใช้ในการผลิตน้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และแผนการผลิตน้ำตาลทราย เพื่อใช้บริโภคในราชอาณาจักรและส่งออก เสนอคณะกรรมการที่เกี่ยวข้ององ

6) รับจดทะเบียนชาวไร่อ้อย หัวหน้ากลุ่ม ชาวไร่อ้อย และสถาบันชาวไร่อ้อย

7) จัดทำทะเบียนชาวไร่อ้อยและที่ดินที่ใช้ในการปลูกอ้อย

8) ทดสอบคุณภาพอ้อยและน้ำตาลทราย

9) วิจัย พัฒนา และส่งเสริมการสร้างองค์ความรู้ในการผลิตและการใช้ประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายรวมทั้งการเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพการผลิตอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทรายและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

10) ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการผลิต การใช้ และการจำหน่ายอ้อยและน้ำตาลทรายตลอดจนภาวการณ์ตลาดของน้ำตาลทราย ทั้งในและนอกราชอาณาจักร

11) ประสานงานกับคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการบริหารกองทุน คณะกรรมการอ้อย และคณะกรรมการน้ำตาลทราย

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

12) ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งในประเทศ ต่างประเทศ และองค์การระหว่างประเทศ

13) ปฏิบัติงานอื่นตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงาน หรือตามที่กระทรวง หรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

2.6.2 กลุ่มตรวจสอบภายใน (ตสน.)

มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินการเกี่ยวกับการตรวจสอบด้านการบริหารการเงิน และการบัญชีของสำนักงานปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวช้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

2.6.3 กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร (กพบ.)

มีหน้าที่รับผิดชอบในการเสนอแนะให้คำปรึกษาแก่หัวหน้าส่วนราชการเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการภายในสำนักงาน ติดตามประเมินผล และจัดทำรายงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการในสำนักงาน ประสานและดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการร่วมกับหน่วยงานต่างๆ และหน่วยงานภายในสำนักงาน ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

2.6.4 กลุ่มนิติการ (กน.)

มีหน้าที่รับผิดขอบในการร่าง/ตรวจร่าง ระเบียบ/ประกาศ/ข้อบังคับ/หลักเกณฑ์ และเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวกับกฎหมาย ให้คำปรึกษา แนะนำ วินิจฉัย และให้ความเห็นทางกฎหมายแก่หน่วยงานในสำนักงาน พัฒนาปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับต่างๆ เพื่อใช้ปฏิบัติงานในส่วนราชการ ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายว่าด้วยอ้อยและน้ำตาลทราย และกฎหมายอื่น ดำเนินงานเกี่ยวกับงานคดีแพ่ง อาญา งานคดีปกครอง และงานคดีอื่นๆ การสอบสวนทางวินัย การอุทธรณ์ การร้องทุกข์ตามพระราชบัญญัติความรับผิดทางละเมิดของเจ้าหน้าที่ และการสืบสวนข้อเท็จจริงกรณีมีเรื่องร้องเรียน

2.6.5 สำนักบริหารกลาง (สบก.)

มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินการเกี่ยวกับงานบริหารทั่วไปของสำนักงาน และงานช่วยอำนวยการ ดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี การงบประมาณ การพัสดุ อาคาร สถานที่ และยานพาหนะของสำนักงาน งานบริหารงานบุคคล การพัฒนาข้าราชการ การเสริม สร้างวินัย และการรักษาระบบคุณธรรมของสำนักงาน งานประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่กิจกรรม ความรู้ ความก้าวหน้า และผลงานของสำนักงาน ปฏิบัติงานร่วมกับ หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

2.6.6 สำนักนโยบายอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย (สนย.)

มีหน้าที่รับผิดขอบในการศึกษา วิเคราะห์ เสนอแนะนโยบาย มาตรการและยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมอ้อยน้ำตาลทรายและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ประเมินผลการปฏิบัติราชการของสำนักงานให้เป็นไปตามนโยบายชองกระทรวงศึกษา วิเคราะห์ รวบรวม และกลั่นกรองข้อมูล เพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการต่างๆ ตามกฎหมายว่าด้วยอ้อยและน้ำตาลทราย ปฏิบัติงานในฐานะฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย และคณะกรรมการบริหาร ดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลสารสนเทศอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทรายและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง วิเคราะห์ และจัดทำแผนยุทธศาสตร์

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

และแผนปฏิบัติงานของสำนักงาน การกำหนดและการชำระราคาอ้อยและค่าผลิตน้ำตาลทรายและอัตราส่วนของผลตอบแทนระหว่างชาวไร่อ้อยและโรงงาน ดำเนินงานด้านข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์และติดตาม สถานการณ์ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการค้า การลงทุนการพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เพื่อชี้นำและเตือนภัย ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

2.6.7 สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (สอต.)

มีหน้าที่รับผิดชอบในการเสนอแนะแนวทาง ในการบริหารจัดการ และพัฒนาอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ศึกษา วิเคราะห์ รวบรวม และกลั่นกรองข้อมูลประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการอ้อยและคณะกรรมการน้ำตาลทราย ประสานงานด้านการวิจัยและพัฒนาอ้อยและน้ำตาลทราย ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และเผยแพร่ข้อมูลทางวิชาการ เทคโนโลยีการผลิต และระบบการจัดการที่เหมาะสมแก่เกษตรกรและโรงงานน้ำตาล กำกับ ดูแลและตรวจสอบการซื้อขายอ้อย การวิเคราะห์คุณภาพอ้อย จัดทำทะเบียน พื้นที่ปลูกอ้อย ทะเบียนอ้อยพันธุ์ดี ทะเบียนชาวไร่อ้อย ทะเบียนหัวหน้ากลุ่มชาวไร่อ้อย และทะเบียนสถาบัน ชาวไร่อ้อยให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยอ้อยและน้ำตาลทราย พัฒนาเครื่องจักรกลการเกษตรที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มผลผลิตและคุณภาพอ้อย ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมทั้งการนำผลพลอยได้และวัสดุ เหลือใช้จากกระบวนการผลิตกลับมาใช้ประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่ม กำกับ สอบทานการวิเคราะห์ของห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ของทั้งด้านน้ำอ้อย และน้ำตาลทราย ส่งเสริมและเผยแพร่วิชาการ เทคโนโลยีการผลิต และระบบการจัดการที่เหมาะสม ปฏิบัติงานในฐานะฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการอ้อย คณะกรรมการน้ำตาลทราย ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

2.6.8 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคที่ 1-4 (ศอภ. 1 - 4)

มีหน้าที่รับผิดชอบในการเป็นตัวแทนของสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายในส่วนภูมิภาค ประสานนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงานการพัฒนาอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทรายและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติในภูมิภาคและท้องถิ่น เป็นศูนย์กลางในการศึกษา วิเคราะห์ พัฒนา ปรับปรุง และขยายพันธุ์อ้อยในส่วนภูมิภาค และสร้างเครือข่ายในการขยายอ้อยพันธุ์ดี เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ การพัฒนาอ้อย น้ำตาล ทราย และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เป็นศูนย์วิเคราะห์และทดสอบด้านอ้อยและน้ำตาลทรายของภูมิภาค และเป็นห้องปฏิบัติการอ้างอิงในการวิเคราะห์คุณภาพอ้อยและน้ำตาลทรายของโรงงานน้ำตาลทรายในภูมิภาค เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับระบบอุตสาหกรรมอ้อย น้ำตาลทรายและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

2.6.9 สำนักบริหารอ้อยและน้ำตาลทราย (สบน.)

มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับ ดูแลการผลิตอ้อยและน้ำตาลทราย การขนย้ายน้ำตาลทรายปริมาณน้ำตาลทรายคงเหลือการป้องกันและปราบปรามการลักลอบโจรกรรมน้ำตาลทราย กำกับ ดูแลการจำหน่าย น้ำตาลทรายภายในประเทศและการส่งออกน้ำตาลทราย และเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณราคาอ้อยให้กับชาวไร่อ้อยโรงงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

และประหยัดงบประมาณของอุตสาหกรรมนี้โดยรวม รวมไปถึงงานจดทะเบียน ชาวไร่อ้อย และหัวหน้ากลุ่มชาวไร่อ้อย และทำหน้าที่ ผู้ช่วยเลขานุการ อนุกรรมการอ้อยส่วนท้องถิ่นปฏิบัติงาน ตามที่คณะกรรมการชุดต่างๆ มอบหมาย โดยมีหน่วยงานในส่วนภูมิภาคอีก 9 แห่ง คือ เขตบริหารอ้อยและ น้ำตาลทราย 1-8 และเขตบริหารคลังสินค้าและส่งมอบน้ำตาล

2.6.10 สำนักงานกองทุนอ้อยและน้ำตาลทราย (สกท.)

สำนักงานกองทุนอ้อยและน้ำตาลทรายจัดตั้งขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาลทราย พ.ศ. 2527 ซึ่งกำหนดให้มีกองทุนอ้อยและน้ำตาลทรายเป็นนิติบุคคล มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย กระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีวัตถุประสงค์ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 23 ดังนี้

1) ศึกษา วิจัย พัฒนา และส่งเสริมการผลิต การใช้และการจำหน่ายอ้อยและน้ำตาลทราย

2) รักษาเสถียรภาพของอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย เพื่อผลประโยชน์ของชาวไร่อ้อยและโรงงาน และเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ

3) รักษาเสถียรภาพของราคาน้ำตาลทรายที่ใช้บริโภคในประเทศ เพื่อผลประโยชน์ของผู้บริโภค

4) กระทำการอื่นที่จำเป็น เพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ของกองทุนอ้อยและน้ำตาลทราย

การดำเนินงานของกองทุนอ้อยและน้ำตาลทราย มีคณะกรรมการบริหารกองทุน ซึ่งแต่งตั้งโดยคณะรัฐมนตรี ประกอบด้วย ผู้แทนส่วนราชการ ผู้แทนชาวไร่อ้อย และผู้แทนโรงงาน ทำหน้าที่บริหารและควบคุมการปฏิบัติงานของกองทุนให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาลทราย พ.ศ. 2527

สำนักงานกองทุนอ้อยและน้ำตาลทราย ปฏิบัติหน้าที่เป็นฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการบริหารกองทุน เพื่อให้การดำเนินงานของคณะกรรมการบริหาร กองทุนบรรลุตามวัตถุประสงค์และหน้าที่ที่กฎหมายกำหนดไว้

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 งานวิจัยในประเทศ

พิทยา สุราวุธ (2552) ศึกษาคุณภาพการให้บริการผู้เสียภาษีอากรของทีมกำกับ ดูแลสำนักงานสรรพากรพื้นที่อุบลราชธานี พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความมั่นใจในการบริการ ด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ด้านความเข้าถึงจิตใจผู้เสียภาษีอากร ด้านความเสมอภาค และด้านความยุติธรรม เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของทีมกำกับดูแลสำนักงานสรรพากรพื้นที่อุบลราชธานี จำแนกตามเพศ อายุ และเงินลงทุนในภาพรวมและรายด้านมีระดับความคิดเห็นไม่มีความแตกต่าง ส่วนจำแนกตามประเภทการเสียภาษีเงินได้ในภาพรวมและด้านความมั่นใจในการให้บริการมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และจำแนกตามการศึกษาด้านความเสมอภาคมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมสุข ฐานะวร (2552) ศึกษาคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษี กรณีศึกษา เทศบาลตำบลตะคุด อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี พบว่า ผู้รับบริการที่มาชำระภาษีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่า ประกอบอาชีพค้าขาย/อาชีพส่วนตัว มีสถานภาพสมรส รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษี กรณีศึกษาเทศบาลตำบลตะคุด อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับสูงทั้งหมด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้ และประเภทภาษีที่ชำระแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

อรุโณทัย อุ่นไธสง (2552) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของกองการเจ้าหน้าที่ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พบว่า คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับรายด้านจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านผลงานของการบริการ ด้านความเสมอภาค ด้านระบบการให้บริการ และด้านประสิทธิภาพการบริการ การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการจำแนกตามเพศ พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อแยกตามรายด้าน พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านผลงานของการบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านความเสมอภาคแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านระบบให้บริการและด้านประสิทธิภาพ การบริการไม่แตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านระบบการให้บริการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามประเภทบุคลากรและอายุ พบว่า ประเภทบุคลากรและอายุที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน จำแนกตามสายงาน พบว่า บุคลากรที่มีสายงานต่างกันระหว่างสายวิชาการกับสายสนับสนุนวิชาการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านประสิทธิภาพการบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านระบบการให้บริการ ด้านผลงานของการบริการและด้านความเสมอภาค ไม่แตกต่างกัน

วศินี มาศริจันทร์ (2552) ศึกษาคุณภาพการบริการของบริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน): กรณีศึกษาศูนย์บริการลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการในภาพรวมมีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังต่อการให้บริการเกิดขึ้นโดยพิจารณา เป็นรายด้านพบว่า ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังต่อการให้บริการที่มีค่าสูงที่สุด ได้แก่ ด้านความเอาใจใส่ของผู้ใช้บริการและความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังต่อการให้บริการที่มีค่าต่ำที่สุด ได้แก่ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการผลการทดสอบ สมมติฐาน พบว่า 1) ลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ 2) ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของศูนย์บริการลูกค้าบริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความแตกต่างกันตามรายได้ต่อเดือนของลูกค้า ส่วนตัวแปรปัจจัยบุคคลในด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วรรณ์เพ็ญ พละศักดิ์ (2553) ศึกษาคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเขิน อำเภอน้ำเกลี้ยง จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันเห็นว่า คุณภาพการให้บริการในภาพรวม ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการและด้านการเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันเห็นว่าคุณภาพการให้บริการทั้งในภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกันเห็นว่าคุณภาพการให้บริการในภาพรวม ด้านการตอบสนองความต้องการผู้รับบริการ และด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของบริการและด้านการเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่าง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันเห็นว่าคุณภาพการให้บริการทั้งในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันเห็นว่าคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มองรายด้านพบว่า ด้านการตอบสนองความต้องการผู้รับบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกันเห็นว่าคุณภาพการให้บริการด้านภาพรวมและด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ปริมปภา วงศ์คำตา (2555) คุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บรายได้ องค์การบริหารส่วนตำบลสำโรง อำเภอตาลสุม จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บรายได้ในภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บ รายได้ในภาพรวม ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเป็นมืออาชีพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในด้านการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ไม่แตกต่างกัน 3) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บรายได้ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันๆ 4) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บรายได้ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน 5) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บรายได้ ด้านการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนภาพรวมและด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

2.7.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ดัช (Doucet, 2004,) ได้ศึกษาอคติของผู้ให้บริการ และคุณภาพการบริการ จากการวิจัยพบว่า เทคนิคในการให้บริการ เครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการ ผู้ให้บริการ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการให้บริการที่มีอคติ และคุณภาพการให้บริการ พฤติกรรมการให้บริการที่มีอคติเป็นอันตรายที่สุดของคุณภาพการให้บริการ เมื่อลูกค้ามีปฏิกิริยาอย่างสูง สำหรับการให้บริหารที่แย่ ความสัมพันธ์เหล่านี้รู้ได้จากประสบการณ์ของลูกค้า

คิม เฮือน ดุ๊ก (Kim, Hyum Duck, 2005) ได้ทำการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการด้านความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการใหม่ของสนามกอล์ฟเอกชนในประเทศเกาหลี ผลการวิจัยพบว่า

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

1) ปัจจัยของอายุ และระดับการศึกษา มีผลกระทบต่อความต้องการระดับคุณภาพ บริการที่แตกต่างกัน 2) กลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ คือ ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานการให้บริการที่มีความสามารถ รองลงมา คือ ความไว้วางใจ การเอาใจใส่ต่อลูกค้าและการตอบสนองด้วย ความเต็มใจ 3) ส่วนกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก คือ ความเชื่อถือได้มาตรฐานบริการและการตอบสนองด้วยความเต็มใจข

Bahat, Omri (2006) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินความเร็วของการบริการสมัยใหม่ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยนี้พบว่า การให้บริการต่างๆ จะมีการแข่งขันสูงในเรื่องความเร็วในการให้บริการ ดังนั้น ธุรกิจบริการสมัยใหม่ จึงต้องใช้ระบบอินเตอร์เน็ตออนไลน์เข้ามาช่วยในการเพิ่มของการบริการให้หลากหลาย สถานที่ในการให้บริการอาจไม่ใช่ปัจจัยสำคัญเหมือนเดิม แต่ความเร็วของระบบคุณภาพของข้อมูลความไว้ใจและเชื่อถือของลูกค้าในการรับบริการเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

ทอมัส และคณะ (Thomas & et al., 2003) จากมหาวิทยาลัยเซ้าส์อิสเทิร์นหลุยส์เซียน่า ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาตัวแบบของกลยุทธ์การเลือกสถานบริการทางสุขภาพจิตของผู้บริโภค โดยทำการศึกษาในกลุ่มนักศึกษา ซึ่งพบรูปแบบกลยุทธ์การหาแหล่งบริการมี 5 ประการ ได้แก่ จากการโฆษณาจากรายการโทรทัศน์หรือแพทย์ประจำโรงพยาบาลทั่วไป จากผู้นำท้องถิ่น จากพนักงานที่ปฏิบัติงานประจำสถานบริการทางสุขภาพ หรือคลินิกจากการปรึกษาทางโทรศัพท์ และจากบุคคลทั่วไป ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การหาสถานบริการทางสุขภาพจิตของผู้บริโภคอันดับหนึ่ง ได้แก่ การแนะนำจากแพทย์ประจำโรงพยาบาล โดยแพทย์มีการแนะนำและส่งตัวรักษาต่อนั่นเอง

ชิง ฮี ชิน (Ching he, Shih, 2006) ศึกษาผลกระทบของวัฒนธรรมต่อคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับระยะห่างของอำนาจในวัฒนธรรมของชาติและสัญชาติในแบบจำลองทั้ง 5 ด้าน ทุกประการ ซึ่งมีความสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ดีกลไกความคิดแบบขงจื๊อเป็นตัวพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในทุกด้านของลูกค้า การวิเคราะห์บทบัญญัติวินัยในศาสนาคริสต์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าจากประเทศฝังตะวันตก (สหรัฐอเมริกาและเยอรมนี) มีแนวโน้มที่จะมีค่าคะแนนสูงกว่าในมิติทั้ง 5 ของคุณภาพการบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับผลของลูกค้าจากประเทศฝังตะวันออก (ญี่ปุ่นและไต้หวัน) จากผลการเปรียบเทียบ แบบ post-hoc ของ Tukey แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าชาวสหรัฐอเมริกามีค่าคะแนนสูงกว่าลูกค้าชาวญี่ปุ่น และไต้หวันในคุณภาพในด้านการบริการทุกด้าน ซึ่งลูกค้าชาวเยอรมนีก็ได้ผลลัพธ์เช่นเดียวกับลูกค้า ชาวสหรัฐอเมริกา ความพึงพอใจของลูกค้าในทุกด้านนั้น ลูกค้าชาวสหรัฐอเมริกามีค่าคะแนนสูงกว่า ลูกค้าชาวญี่ป่นและไต้หวันมาก ซึ่งลูกค้าชาวไต้หวันเองก็มีคะแนนทิ้งห่างลูกค้าชาวญี่ปุ่นอย่างมาก

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครินทร์ สำนักวิทยบริการฯ

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังมีรายละเอียดตามหัวข้อต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรชาวไร่อ้อยในภาคตะวันออก ปีการผลิต 2558/2559 จำนวนประชากร 9,995 คน ในพื้นที่ 5 จังหวัด ประกอบด้วย ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ปราจีนบุรี สระแก้ว (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย เดือนเมษายน, 2559)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของเกษตรกรชาวไร่อ้อยที่เข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก โดยแบ่งตามกลุ่มสมาชิกของแต่ละจังหวัด มีจำนวนประชาชน 9,995 คน ได้มาโดยใช้สุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างให้มีค่าความคาดเคลื่อนของการสุ่ม .05 เมื่อใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane)

ค่าตามสูตร

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

n = ขนาดของประชากรที่สุ่มได้จากการคำนวณ

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ .05 หรือ 95%

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

$$N = \frac{9,995}{1+9,995(e)^2} = 394.55$$

n = 395 คน

3.1.3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่าง่าย (simple random sampling)

1) กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากร ที่เป็นกลุ่มสมาชิกของแต่ละจังหวัด มีจำนวนประชาชน 9,995 คน ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 385 คน

2) จำแนกประชากร ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 5 ตำบล ดังตาราง 2

3) กำหนดจำนวนขนาดของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ 385 คน แบ่งออกเป็น 5 จังหวัด โดยแบ่งตามสัดส่วนของกลุ่มสมาชิกเพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

4) วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้มีการสุ่มตัวอย่างดังนี้

(1) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหาอัตราส่วนของประชากร (proportional to size) เพื่อหากลุ่มตัวอย่างแต่ละจังหวัด ตามสูตรดังนี้

$$n_1 = \frac{N_i \times n}{N}$$

N_1 = จำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละจังหวัด

N_1 = จำนวนประชากรแต่ละจังหวัด

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

ดังนั้น จึงได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยแยกออกเป็นแต่ละจังหวัดตามรายละเอียดปรากฏในตาราง 2

ตาราง 2 แจกแจงจำนวนประชากรแต่กลุ่มสมาชิก

ที่	รายละเอียดหมู่บ้าน	จำนวนประชากร
1.	จังหวัดชลบุรี	1,465
2.	จังหวัดระยอง	103
3.	จังหวัดจันทบุรี	121
4.	จังหวัดปราจีนบุรี	362
5.	จังหวัดสระแก้ว	7,944
	รวม	9,995

ที่มา: (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย เดือนพฤศจิกายน, 2559)

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ตาราง 3 แจกแจงจำนวนประชากรแบบสัดส่วน

ที่	รายละเอียดอำเภอ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1.	จังหวัดชลบุรี	1,465	56
2.	จังหวัดระยอง	103	4
3.	จังหวัดจันทบุรี	121	5
4.	จังหวัดปราจีนบุรี	362	14
5.	จังหวัดสระแก้ว	7,944	316
	รวม	9,995	395

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ศาสนา จำนวนพื้นที่ปลูก จำนวนเงินในการลงทุน จำนวนบุตร การกู้ยืม จำนวนรอบการผลิตต่อปี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้ารับบริการประชาชนของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก เป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นชนิดมาตราส่วน (rating scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคอร์ท (Likert, 1961, pp. 90-95) ซึ่งมีความหมาย ดังนี้

5 หมายถึง มีผลต่อการเข้ารับบริการมากที่สุด

4 หมายถึง มีผลต่อการเข้ารับบริการมาก

3 หมายถึง มีผลต่อการเข้ารับบริการปานกลาง

2 หมายถึง มีผลต่อการเข้ารับบริการน้อย

1 หมายถึง มีผลต่อการเข้ารับบริการน้อยที่สุด

3.2.2 การสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1) ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

2) สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง เป็นการสร้างแบบสอบถามชนิดประมาณส่วนค่า (rating scales) 5 ระดับของลิเคอร์ท (Likert, 1961, pp. 90-95) ร่างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

3) นำเสนอร่างแบบสอบถาม ต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับแก้แบบสอบถาม

4) นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) ของแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา ความสมบูรณ์ของข้อความ

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

คำถามวิจัย (index of item objective congruence) หรือ IOC แล้วเลือกข้อคำถามที่มีค่า *IOC* ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ประกอบด้วย

(1) ดร. ธนบดี ฐานะชาลา อาจารย์ประจำหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
ด้านรัฐประศาสนศาสตร์

(2) ดร.อัมรินทร์ นาคณัฐเศรษฐ์ อาจารย์ประจำหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
ด้านรัฐประศาสนศาสตร์

(3) ดร.ภูริวัจน์ รักษ์ธนอนันต์ อาจารย์ประจำหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
ด้านรัฐประศาสนศาสตร์

(4) ดร.กานต์ เสกขุนทด อาจารย์ประจำหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
ด้านรัฐประศาสนศาสตร์

(5) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิรวุฒิ อนุสรณ์นรการ อาจารย์ประจำหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

5) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (try-out) กับชาวไร่อ้อยในจังหวัดชลบุรี ซึ่งมิใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของเครื่องมือโดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbach alpha Aoefficient) ได้เท่ากับ .974

6) นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งและจัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์เพื่อเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยนำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ เสนอต่อศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลภาคตะวันออก เพื่อขออนุญาตจัดเก็บข้อมูล

3.3.2 ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยเข้าพบประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นรายบุคคลของกลุ่มสมาชิกศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก และอธิบาย

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลหน่วยตัวอย่างตามพื้นที่ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลภาคตะวันออก โดยกำหนดเก็บข้อมูลภายในระยะเวลาจำนวน 60 วัน

3.3.3 เมื่อครบกำหนด ผู้วิจัยได้ติดตามเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนและมีความสมบูรณ์ จำนวน 395 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิจัยทางสังคมศาสตร์ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 ตรวจสอบจำนวนและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาแต่ละฉบับ

3.4.2 วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมวิจัยทางสังคมศาสตร์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ศาสนา จำนวนพื้นที่ปลูก จำนวนเงินในการลงทุน จำนวนบุตร การกู้ยืม จำนวนรอบการผลิตต่อปี นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมคำบรรยายประกอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก วิเคราะห์โดย

1) หาค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เสนอข้อมูลในรูปแบบตารางพร้อมคำบรรยายประกอบ

2) การวิจัยครั้งนี้ กำหนดค่าตัวแปร เป็นการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของแบบสอบถามในด้านต่างๆ โดยใช้เกณฑ์ ดังนี้ (Best, 1977, p. 182)

ค่าเฉลี่ย 4.01-5.00 หมายถึง มีผลต่อการเข้ารับบริการมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.01-4.00 หมายถึง มีผลต่อการเข้ารับบริการมาก

ค่าเฉลี่ย 2.01-3.00 หมายถึง มีผลต่อการเข้ารับบริการน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.01-2.00 หมายถึง มีผลต่อการเข้ารับบริการน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการของประชาชนในศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก เป็นคำถามแบบปลายเปิด (open-ended) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยการสรุปประเด็น นำมาแจกแจงความถี่ในแต่ละประเด็น แล้วนำเสนอด้วยการพรรณนาความ แจกแจงค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยนี้ได้ดำเนินการโดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมวิจัยทางสังคมศาสตร์ มีลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.5.1 หาค่าร้อยละ (percentage) และค่าความถี่ (frequency) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ศาสนา จำนวนพื้นที่ปลูก จำนวนเงินในการลงทุน จำนวนบุตร การกู้ยืม จำนวนรอบการผลิตต่อปี

3.5.2 หาค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อวิเคราะห์วิธีถึงเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการของประชาชนในศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

3.5.3 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก โดยใช้การหาค่าด้วยสถิติเชิงอนุมาน คือ การถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis)

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเข้าบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเข้ารับการบริการที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายตะวันออก

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

4.4 ข้อเสนอแนะปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ทั้งนี้ประชากรกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะภาพรวม โดยนำเสนอในรูปแบบคำบรรยาย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
$S.D.$	หมายถึง	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
X_1	หมายถึง	เพศชาย
X_2	หมายถึง	อายุ 18-25 ปี
X_3	หมายถึง	อายุ 31-40 ปี
X_4	หมายถึง	อายุ 41-50ปี
X_5	หมายถึง	อายุ 51-60 ปี
X_6	หมายถึง	ประสบการณ์การทำไร่ น้อยกว่า 5 ปี
X_7	หมายถึง	ประสบการณ์การทำไร่ 5-10 ปี
X_8	หมายถึง	ประสบการณ์การทำไร่ 11-20 ปี
X_9	หมายถึง	ประสบการณ์การทำไร่ 21-30 ปี
X_{10}	หมายถึง	คุณวุฒิสูงสุด ประถมศึกษา
X_{11}	หมายถึง	คุณวุฒิสูงสุด มัธยม/ปวช./ปวส.
X_{12}	หมายถึง	คุณวุฒิสูงสุด ปริญญาตรี
X_{13}	หมายถึง	คุณวุฒิสูงสุด ปริญญาโท

สำนักวิทยบริการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

X_{14}	หมายถึง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท
X_{15}	หมายถึง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 25,000 บาท
X_{16}	หมายถึง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 26,000 35,000 บาท
X_{17}	หมายถึง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 35,000 บาท
X_{18}	หมายถึง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 36,000 - 40,000 บาท
X_{19}	หมายถึง	พุทธ
X_{20}	หมายถึง	คริสต์
X_{21}	หมายถึง	อิสลาม
X_{22}	หมายถึง	จำนวนพื้นที่ปลูก 3-10 ไร่
X_{23}	หมายถึง	จำนวนพื้นที่ปลูก 11-20 ไร่
X_{24}	หมายถึง	จำนวนพื้นที่ปลูก 21-30 ไร่
X_{25}	หมายถึง	จำนวนพื้นที่ปลูก 31-40 ไร่
X_{26}	หมายถึง	จำนวนพื้นที่ปลูก 41-50 ไร่
X_{27}	หมายถึง	จำนวนเงินในการลงทุน 5,000-10,000
X_{28}	หมายถึง	จำนวนเงินในการลงทุน 10,000-15,000
X_{29}	หมายถึง	จำนวนเงินในการลงทุน 15,000-20,000
X_{30}	หมายถึง	จำนวนบุตร ไม่มี
X_{31}	หมายถึง	จำนวนบุตร 1 คน
X_{32}	หมายถึง	จำนวนบุตร 2 คน
X_{33}	หมายถึง	การกู้ยืม ไม่ได้กู้ยืม
X_{34}	หมายถึง	จำนวนรอบการผลิตต่อปี 1 รอบ
Y	หมายถึง	คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทราย
a	หมายถึง	ค่าคงที่ของการพยากรณ์
t	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา *t*-distribution
*	หมายถึง	การมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
ss	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง sum of squares
df	หมายถึง	ระดับชั้นความเป็นอิสระ degree of freedom
Ms	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง
F	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา *F*-distribution
Sig.	หมายถึง	ค่า significant (ระดับนัยสำคัญ)
p-value	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็น (ระดับนัยสำคัญ)
$\acute{y}$	หมายถึง	สมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ
$\acute{z}$	หมายถึง	สมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

b	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
β	หมายถึง	มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	หมายถึง	ค่าที่แสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดที่มีต่อตัวแปรตาม
$S.E._{est}$	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวพยากรณ์
$S.E._b$	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานสัมประสิทธิ์พยากรณ์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศาสนา จำนวนพื้นที่ปลูก จำนวนเงินในการลงทุน จำนวนบุตร การกู้ยืม และจำนวนรอบการผลิตต่อปี จำนวน *395* คน ดังแสดงในตาราง 4 ดังต่อไปนี้

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศาสนา จำนวนพื้นที่ปลูก จำนวนเงินในการลงทุน จำนวนบุตร การกู้ยืม และจำนวนรอบการผลิตต่อปี

	ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
เพศ			
	ชาย	240	60.76
	หญิง	155	39.24
	รวม	395	100.00
อายุ			
	18-25 ปี	13	3.29
	26-35 ปี	79	20.0
	36-45 ปี	118	29.87
	46-55 ปี	175	44.30
	มากกว่า 55 ปี	10	2.53
	รวม	395	100.00
ประสบการณ์การทำไร่			
	น้อยกว่า 5 ปี	11	2.78
	5-10 ปี	108	27.34
	11-20 ปี	171	43.29

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน		จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
	21-30 ปี	91	23.04
	มากกว่า 31 ปี	14	3.54
	รวม	395	100.00
คุณวุฒิสูงสุด			
	ประถมศึกษา	95	24.05
	มัธยม/ปวช./ปวส.	192	48.61
	ปริญญาตรี	74	18.73
	ปริญญาโท	25	6.33
	ปริญญาเอก	9	2.28
	รวม	395	100.00
รายได้ต่อเฉลี่ย			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	6	1.52
	10,000 - 25,000 บาท	13	3.29
	26,001 35,000 บาท	93	23.54
	30,001 - 35,000 บาท	101	25.57
	35,001 - 40,000 บาท	136	34.43
	มากกว่า 40,000	46	11.65
	รวม	395	100.00
ศาสนา			
	พุทธ	299	75.70
	คริสต์	30	7.59
	อิสลาม	50	12.66
	พราหมณ์-ฮินดู	16	4.05
	รวม	395	100.00
จำนวนไร่			
	3-10 ไร่	43	10.89
	11-20 ไร่	107	27.09
	21-30 ไร่	120	30.38
	31-40 ไร่	51	12.91

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
41-50 ไร่	39	9.87
51 ไร่ขึ้นไป	35	8.86
รวม	395	100.00
เงินลงทุน		
5,000-10,000	103	26.08
10,000-15,000	73	18.48
15,000-20,000	166	42.03
20,000 ขึ้นไป	53	13.43
รวม	395	100.00
จำนวนบุตร		
ไม่มี	226	57.22
1 คน	54	13.67
2 คน	97	24.56
3 คนขึ้นไป	18	4.56
รวม	395	100.00
การกู้ยืม		
ไม่ได้กู้ยืม	385	90.63
กู้ยืม	37	9.37
รวม	395	100.00
การผลิตต่อปี		
1 รอบ	340	86.08
2 รอบ	55	13.92
รวม	395	100.00

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพศชาย จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.76 รองลงมา คือ เพศหญิง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 39.24 ส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 51 - 60 ปี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 รองลงมา อายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.87 น้อยที่สุด อายุอยู่ในช่วง 61 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.53 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำไร่ 11-20 ปี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43.29 รองลงมา มีประสบการณ์การทำไร่ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.34 น้อยที่สุด มีประสบการณ์การทำไร่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ส่วนใหญ่มีคุณวุฒิสูงสุดอยู่ในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.61 รองลงมา มีคุณวุฒิสูงสุดอยู่ในระดับประถมศึกษา จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.05 น้อยที่สุด มีคุณวุฒิสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาเอก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.28 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 - 40,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.43 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 35,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.57 น้อยที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.52 และส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 75.70 รองลงมานับถืออิสลาม จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.66 น้อยที่สุดนับถือศาสนาพราหมณ์-ฮินดู จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.05 และส่วนใหญ่มีจำนวนไร่ทั้งหมด 21-30 ไร่ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.38 รองลงมามีจำนวนไร่ทั้งหมด 11-20 ไร่ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.09 มีจำนวนไร่น้อยที่สุด 3-10 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 10.89 ส่วนใหญ่เงินลงทุน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.03 รองลงเงินลงทุน 5,000-10,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.08 น้อยที่สุดเงินลงทุน 20,000 ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่มีบุตร จำนวน 226 คนคิดเป็นร้อยละ 57.22 รองลงมามีจำนวนบุตร 2 คน คิดเป็นร้อยละ 24.56 น้อยที่สุดจำนวนบุตร 3 คน ขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 4.56 ส่วนใหญ่การกู้ยืมไม่ได้กู้ยืม จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 90.63 รองลงมากู้ยืม จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.37 ส่วนใหญ่มีการผลิตต่อปี 1 รอบ จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 9.37 รองลงมามีการผลิตต่อปี 2 รอบ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.92

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเข้ารับการบริการที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการเข้ารับการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก โดยภาพรวม

ระดับการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก	ระดับความคิดเห็น n = 395			
	$\bar{X}$	(*S.D*)	ระดับ	อันดับที่
1. การสัมผัสได้	4.56	.837	มากที่สุด	2
2. ความน่าเชื่อถือได้	4.44	.823	มากที่สุด	4
3. การตอบสนอง	4.40	.863	มากที่สุด	5
4. ความสามารถ	4.57	.848	มากที่สุด	1
5. ความสุภาพ	4.28	.855	มากที่สุด	9
6. ความเชื่อถือในผู้ให้บริหาร	4.39	.850	มากที่สุด	6
7. ความปลอดภัย	4.52	.851	มากที่สุด	3
8. การถึงบริการ	4.18	.845	มากที่สุด	10
9. การติดต่อสื่อสาร	4.28	.831	มากที่สุด	8
10. ความเข้าใจในลูกค้า	4.28	.823	มากที่สุด	7
เฉลี่ยรวม	4.39	.843	มากที่สุด	

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

จากตาราง 5 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคที่ 3 จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย 10 ด้าน คือ การสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสามารถ ความสุภาพ ความเชื่อถือในผู้ให้บริการ ความปลอดภัยการถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร และความเข้าใจในลูกค้า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความสามารถ ($\bar{x}$=4.57, *S.D.*=.848) รองลงมา คือ การสัมผัสได้ ($\bar{x}$=4.56, *S.D.*=.837) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การถึงบริการ ($\bar{x}$=4.18, *S.D.*=.845)

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การสัมผัสได้

การสัมผัสได้	ระดับความคิดเห็น	*n* = 395		
	$\bar{x}$	(*S.D.*)	ระดับ	อันดับที่
1. มีสิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์สนับสนุนและสถานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ	4.75	.897	มากที่สุด	1
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.65	.841	มากที่สุด	2
3. เจ้าหน้าที่มีความเหมาะสมในการแต่งกาย มีบุคลิกที่ดีต่อผู้ให้บริการ	4.59	.804	มากที่สุด	3
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยวาจาที่สุภาพอ่อนโยนกับผู้รับบริการ	4.44	.815	มากที่สุด	4
5. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความใส่ใจและเป็นกันเอง	4.39	.829	มากที่สุด	5
เฉลี่ยรวม	4.56	.837	มากที่สุด	

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การสัมผัสได้ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์สนับสนุนและสถานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{x}$=4.75, *S.D.*=.837) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส ($\bar{x}$= 4.67, *S.D.*=.841) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความใส่ใจและเป็นกันเอง ($\bar{x}$=4.39, *S.D.*=.829)

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครินทร์

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความน่าเชื่อถือได้

ความน่าเชื่อถือ	ระดับความคิดเห็น *n* = 395			
	$\bar{x}$	(*S.D.*)	ระดับ	อันดับที่
1. เจ้าหน้าที่มีทักษะในงานที่ปฏิบัติ	4.36	.832	มากที่สุด	5
2. เจ้าหน้าที่มีความชัดเจนในการตอบคำถาม	4.49	.850	มากที่สุด	1
3. เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในงาน	4.47	.817	มากที่สุด	2
4. ทุกครั้งที่มาติดต่อสำเร็จตามวัตถุประสงค์ทุกครั้ง	4.46	.816	มากที่สุด	3
5. เจ้าหน้าที่มีการสำรวจความต้องการจากผู้รับบริการ	4.45	.801	มากที่สุด	4
เฉลี่ยรวม	4.44	.823	มากที่สุด	

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความน่าเชื่อถือได้ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีทักษะในงานที่ปฏิบัติ ($\bar{x}$= 4.44, *S.D.*=.823) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในงาน ($\bar{x}$= 4.47, *S.D.*=.817) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีทักษะในงานที่ปฏิบัติ ($\bar{x}$= 3.98, *S.D.*=.802)

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การตอบสนอง

การตอบสนอง	ระดับความคิดเห็น *n* = 395			
	$\bar{x}$	(*S.D.*)	ระดับ	อันดับที่
1. เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นเต็มใจในการให้บริการต่อผู้รับบริการ	4.37	.832	มากที่สุด	4
2. เจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วในการบริการทุกๆ ด้าน	4.48	.850	มากที่สุด	1
3. มีป้าย/สัญลักษณ์ ประชาสัมพันธ์จุดให้บริการ	4.45	.817	มากที่สุด	2
4. จุดให้บริการมีความเหมาะสม และเข้าถึงได้สะดวก	4.39	.816	มากที่สุด	3
5. การเปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล่องรับความคิดเห็น แบบสอบถาม	4.35	.801	มากที่สุด	5
เฉลี่ยรวม	4.40	.863	มากที่สุด	

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การตอบสนอง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วในการบริการทุกๆ ด้าน ($\bar{x}$=4.40, *S.D.*=.863) รองลงมา คือ มีป้าย/สัญลักษณ์ ประชาสัมพันธ์ จุดให้บริการ ($\bar{x}$=4.45, *S.D.*=.817) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล่องรับความคิดเห็น แบบสอบถาม ($\bar{x}$=4.35, *S.D.*= .801)

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความสามารถ

ความสามารถ	ระดับความคิดเห็น *n* = 395			
	$\bar{x}$	(*S.D.*)	ระดับ	อันดับที่
1. เจ้าหน้าที่มีความรู้ตรงกับความต้องการ	4.70	.832	มากที่สุด	1
2. เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน	4.59	.821	มากที่สุด	2
3. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน	4.55	.856	มากที่สุด	3
4. เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารให้ผู้บริการเข้าใจได้	4.48	.846	มากที่สุด	5
5. วัสดุ อุปกรณ์มีความทันสมัยต่อการให้บริการ	4.54	.888	มากที่สุด	4
เฉลี่ยรวม	4.57	.848	มากที่สุด	

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความสามารถ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เจ้าหน้าที่มีความรู้ตรงกับความต้องการ ($\bar{x}$=4.70, *S.D.*=.832) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน ($\bar{x}$=4.59, *S.D.*=.821) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารให้ผู้บริการเข้าใจได้ ($\bar{x}$=4.48, *S.D.*=.846)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความสุภาพ

ความสุภาพ	ระดับความคิดเห็น *n* = 395			
	$\bar{x}$	(*S.D.*)	ระดับ	อันดับที่
1. เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นอย่างดี	4.18	.804	มากที่สุด	5
2. เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาเพื่อนำมาแก้ไข	4.34	.842	มากที่สุด	1
3. เจ้าหน้าที่คอยดูแลให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการกรณีมีปัญหา	4.33	.868	มากที่สุด	2

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ตาราง 10 (ต่อ)

ความสุภาพ	ระดับความคิดเห็น n = 395			
	$\bar{x}$	(*S.D.*)	ระดับ	อันดับที่
4. เจ้าหน้าที่มีความจริงใจต่อการให้บริการ	4.25	.887	มากที่สุด	4
5. เจ้าหน้าที่มีการติดตามผลย้อนหลัง หลังการให้บริการ	4.32	.868	มากที่สุด	3
เฉลี่ยรวม	4.28	.855	มากที่สุด	

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความสุภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาเพื่อนำมาแก้ไข ($\bar{x}$=4.34, *S.D.*=.842) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่คอยดูแลให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการ กรณีมีปัญหา ($\bar{x}$=4.33, *S.D.*=.868) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นอย่างดี ($\bar{x}$=4.18, *S.D.*=.804)

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความแน่นอน

ความแน่นอน	ระดับความคิดเห็น n = 395			
	$\bar{x}$	(*S.D.*)	ระดับ	อันดับที่
1. ท่านมีความมั่นใจในการเข้ารับบริการของ ศอน.	4.29	.838	มากที่สุด	5
2. ศอน. มีบริการให้คำปรึกษาที่ตรงประเด็น	4.41	.886	มากที่สุด	3
3. เวลาของการให้บริการในแต่ละครั้งเหมาะสมกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับท่าน	4.42	.854	มากที่สุด	2
4. ท่านมีความมั่นใจว่าศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายสามารถให้คำปรึกษาแนะนำตรวจสอบให้กับท่านได้	4.38	.804	มากที่สุด	4
5. หลังจากการเข้ารับบริการจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายท่านได้สิ่งคาดหวังครบทุกอย่าง	4.45	.875	มากที่สุด	1
เฉลี่ยรวม	4.39	.845	มากที่สุด	

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

จากตาราง 11 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความแน่นอน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ หลังจากการเข้ารับบริการจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายท่านได้สิ่งคาดหวังครบทุกอย่าง ($\bar{x}$=4.45, *S.D.*=.845) รองลงมา คือ เวลาของการให้บริการในแต่ละครั้งเหมาะสมกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับท่าน ($\bar{x}$=4.41, *S.D.*=.886) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านมีความมั่นใจในการเข้ารับบริการของ ศอน. ($\bar{x}$=3.87, *S.D.*=.884)

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความปลอดภัย

ความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็น	*n* = 395		
	$\bar{x}$	(*S.D.*)	ระดับ	อันดับที่
1. ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐานรัดกุม	4.68	.869	มากที่สุด	1
2. ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยจากปฏิบัติงานของศอน.	4.57	.818	มากที่สุด	2
3. เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้มีความปลอดภัย	4.53	.858	มากที่สุด	3
4. สภาพแวดล้อมของศอน.มีความปลอดภัย	4.43	.862	มากที่สุด	4
5. ระบบงานการให้บริการมีความรอบคอบปลอดภัย	4.41	.852	มากที่สุด	5
เฉลี่ยรวม	4.52	.851	มากที่สุด	

จากตาราง 12 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความปลอดภัย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐานรัดกุม ($\bar{x}$=4.68, *S.D.*=.868) รองลงมา คือ ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยจากปฏิบัติงานของศอน. ($\bar{x}$=4.57, *S.D.*=.818) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ระบบงานการให้บริการมีความรอบคอบปลอดภัย ($\bar{x}$=4.41, *S.D.*=.851)

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การเข้าถึงบริการ

การเข้าถึงบริการ	ระดับความคิดเห็น	*n* = 395		
	$\bar{x}$	(*S.D.*)	ระดับ	อันดับที่
1. มีความง่ายและสะดวกในการมาติดต่อเข้ารับบริการ	4.19	.858	มากที่สุด	4
2. มีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์	4.14	.836	มากที่สุด	5
3. ขั้นตอนเข้ารับบริการไม่ยุ่งยาก	4.19	.829	มากที่สุด	3

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ตาราง 13 (ต่อ)

การเข้าถึงบริการ	ระดับความคิดเห็น n = 395			
	$\bar{x}$	(*S.D.*)	ระดับ	อันดับที่
4. ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา	4.20	.819	มากที่สุด	2
5. สามารถเดินทางมาใช้บริการได้อย่างสะดวก	4.21	.884	มากที่สุด	1
เฉลี่ยรวม	4.18	.845	มากที่สุด	

จากตาราง 13 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การเข้าถึงบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สามารถเดินทางมาใช้บริการได้อย่างสะดวก ($\bar{x}$=4.21, *S.D.*=.884) รองลงมา คือ ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา ($\bar{x}$=4.20, *S.D.*=.819) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ ($\bar{x}$=4.14, *S.D.*=.836)

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสาร	ระดับความคิดเห็น n = 395			
	$\bar{x}$	(*S.D.*)	ระดับ	อันดับที่
1. เจ้าหน้าที่สื่อสารได้เข้าใจง่าย ไม่สับสน	4.29	.839	มากที่สุด	3
2. เจ้าหน้าที่เข้าใจถึงปัญหาข้อมูลที่ต้องการรับบริการ	4.34	.836	มากที่สุด	2
3. มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้มาใช้บริการทั่วถึง	4.35	.876	มากที่สุด	1
4. การติดต่อเพื่อขอรับข้อมูลต่างๆ ได้รับด้วยความรวดเร็ว	4.27	.802	มากที่สุด	4
5. สามารถใช้บริการ การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารผ่านเว็บไซต์	4.16	.806	มากที่สุด	5
เฉลี่ยรวม	4.28	.831	มากที่สุด	

จากตาราง 14 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การติดต่อสื่อสาร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้มาใช้บริการทั่วถึง ($\bar{x}$=4.35, *S.D.*=.876)

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่เข้าใจถึงปัญหาข้อมูลที่ต้องการรับบริการ ($\bar{x}$=4.34, *S.D.*=.836) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สามารถใช้บริการ การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ผ่านเว็บไซต์ ($\bar{x}$=4.16, *S.D.*=.831)

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความเข้าใจในลูกค้า

ความเข้าใจลูกค้า	ระดับความคิดเห็น *n* = 395			
	$\bar{x}$	(*S.D.*)	ระดับ	อันดับที่
1. ท่านได้รับการแก้ปัญหาและตอบข้อสงสัยต่างๆ จาก ศอน. เป็นอย่างดี	4.27	.823	มากที่สุด	4
2. ศอน.แสดงความเอาใจใส่อย่างแท้จริงในการแก้ปัญหาต่างๆ ของท่าน	4.31	.822	มากที่สุด	1
3. ความเพียงพอของสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการ	4.29	.851	มาก	2
4. มีความชัดเจนในการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์	4.28	.819	มาก	3
5. รับฟังปัญหา หรือข้อซักถามของผู้ใช้บริการอย่างเต็มใจ	4.25	.850	มากที่สุด	5
เฉลี่ยรวม	4.28	.823	มากที่สุด	

จากตาราง 15 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ความเข้าใจลูกค้า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ศอน. แสดงความเอาใจใส่อย่างแท้จริงในการแก้ปัญหาต่างๆ ของท่าน ($\bar{x}$=4.31, *S.D.*=.822) รองลงมา คือ ความเพียงพอของสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการ ($\bar{x}$=4.29, *S.D.*=.851) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ รับฟังปัญหา หรือข้อซักถามของผู้ใช้บริการอย่างเต็มใจ ($\bar{x}$=4.25, *S.D.*=.823)

4.3 ผลการสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

การสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน โดยใช้คุณลักษณะของตัวแปรที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก เป็นเกณฑ์ โดยใช้คุณลักษณะของตัวแปรประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้เฉลี่ย

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ต่อเดือน ศาสนา จำนวนพื้นที่ปลูก จำนวนเงินในการลงทุน จำนวนบุตร การกู้ยืม และจำนวนรอบการผลิตต่อปี โดยกำหนดค่าเป็นตัวแปรหุ่น ผลปรากฏดังตาราง 16-18

ตาราง 16 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรปัจจัยเป็นตัวพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

source of variation	*ss*	*df*	*MS*	*F*
regression	6.278	6	1.046	7.073
residual	53.398	388	.148	
total	63.676	395		

$^{*}P<.05$

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า มีปัจจัยอยู่อย่างน้อยหนึ่งปัจจัยของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์ได้ จึงคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ ค่าน้ำหนักสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์เชิงพหุ ดังแสดงในตาราง 17-18

ตาราง 17 แสดงการค้นหาตัวแปรพยากรณ์ที่ใช้ในการพยากรณ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

ตัวแปรพยากรณ์	ค่าสหสัมพันธ์เชิงพหุ (R)	ค่าสัมประสิทธิ์แห่งการกำหนด (R^2)	ค่าความแปรปรวน (F)	*Sig*
X_{12}	.470	.459	13.768	$.000^{*}$
X_{12}, X_{29}	.496	.484	10.167	$.000^{*}$
X_{12}, X_{29}, X_{1}	.523	.511	8.781	$.000^{*}$
$X_{12}, X_{29}, X_{1}, X_{25}$	.552	.539	8.087	$.000^{*}$
$X_{12}, X_{29}, X_{1}, X_{25}, X_{23}$	.582	.568	7.648	$.000^{*}$
$X_{12}, X_{29}, X_{1}, X_{25}, X_{23}, X_{27}$	.614	.599	7.073	$.000^{*}$

$^{*}P<.05$

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

จากตาราง 17 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ตัวแปรพยากรณ์ (X) จำนวน 11 ปัจจัย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณตั้งแต่ .470 ถึง .614 นั่นคือ เมื่อนำคุณลักษณะของตัวแปร ปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (X_{12}) เพียงด้านเดียวเข้าไปในสมการ จะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .546 มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับ .418 เมื่อนำคุณลักษณะของตัวแปร ปัจจัยด้านจำนวนเงินลงทุน 15,000-20,000 บาท (X_{29}) เข้าไปในสมการ จะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .496 มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับ .484 และเมื่อเพิ่มคุณลักษณะของตัวแปร ปัจจัยด้านเพศ เพศชาย (X_1) เข้าไปในสมการ จะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .523 มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับ .511 ซึ่งรวมถึงคุณลักษณะของตัวแปร ปัจจัยด้านจำนวนพื้นที่ปลูก 31-40 ไร่ (X_{25}) เข้าไปในสมการ จะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .552 มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับ .539 คุณลักษณะของตัวแปร ปัจจัยด้านประสบการณ์การทำไร่อ้อย 11-20 ปี (X_{23}) เข้าไปในสมการ จะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .582 มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับ .568 และรวมถึงคุณลักษณะของตัวแปร ปัจจัยด้านจำนวนเงินลงทุน 5,000-10,000 บาท (X_{27}) เข้าไปในสมการ จะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .614 มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับ .599 ทั้งนี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก มี 11 ด้าน โดยมีตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้ 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านคุณลักษณะผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจัยด้านจำนวนเงินลงทุน ปัจจัยด้านเพศ เพศชาย ปัจจัยด้านจำนวนพื้นที่ปลูก 31-40 ไร่ ปัจจัยด้านประสบการณ์การทำไร่อ้อย 11-20 ปี และปัจจัยด้านจำนวนเงินลงทุน 5,000-10,000 บาท

ตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

ตัวแปรพยากรณ์	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b)	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ($S.E._b$)	ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยมาตรฐาน (bete)	ค่าสถิติ (t)
(constant) ค่าคงที่ (a)	2.159	.009		6.545
12. ปริญญาตรี (X_{12})	.328	.100	.322	3.301
29. เงินลงทุน 15,001-20,000 (X_{29})	.314	.092	.384	3.407
1. เพศชาย (X_1)	.246	.084	.300	2.933
25. จำนวนไร่ 31-40 ไร่ (X_{25})	.246	.116	.206	2.109
27. เงินลงทุน 5,000-10,000 (X_{27})	.204	.104	.224	1.978
23. ประสบการณ์ 11-20 ปี (X_{23})	.198	.082	.244	2.402
R = .614, R^2 = .599, $S.E._{est}$ = .38462, F-$change$ = 3.914, p-value = .000*				

*P<.05

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ สำนักวิทยบริการ

ตาราง 18 คุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคที่ 3 จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทราย ภาคที่ 3 จังหวัดชลบุรี มี 6 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (X_{12}) มีค่าเท่ากับ .328 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านจำนวนเงินลงทุน 15,000-20,000 บาท (X_{29}) มีค่าเท่ากับ .314 คุณลักษณะของตัวแปร ปัจจัยด้านเพศ เพศชาย (X_1) มีค่าเท่ากับ .246 ปัจจัยด้านจำนวนพื้นที่ปลูก 31-40 ไร่ (X_{25}) มีค่าเท่ากับ .246 ปัจจัยด้านจำนวนเงินลงทุน 5,000-10,000 บาท (X_{27}) มีค่าเท่ากับ .204 และปัจจัยด้านประสบการณ์การทำไร่อ้อย 11-20 ปี (X_{23}) มีค่าเท่ากับ .198 ตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .614 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .599 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ($S.E._{est}$) เท่ากับ .38462 เมื่อพิจารณาประสิทธิภาพในการพยากรณ์ในภาพรวม พบว่า ปัจจัยที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ด้านคุณลักษณะผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (X_{12}) ด้านจำนวนเงินลงทุน 15,000-20,000 บาท (X_{29}) ด้านเพศ เพศชาย (X_1) ด้านจำนวนพื้นที่ปลูก 31-40 ไร่ (X_{25}) ด้านจำนวนเงินลงทุน 5,000-10,000 บาท (X_{27}) และด้านประสบการณ์การทำไร่อ้อย 11-20 ปี (X_{23}) สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคที่ 3 จังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 59.90

ปัจจัยที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) เท่ากับ .328, .314, .246,.246 ,.204 และ .198 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ .322, .384, .300,.206, .224 และ .244 ตามลำดับ และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 2.159 เขียนเป็นสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ ดังนี้

$$\acute{y} = a+b_1X_1+b_{12}X_{12}+b_{23}X_{23}+b_{25}X_{25}+b_{27}X_{27}+b_{29}X_{29}$$

$$\acute{y} = 2.159+.246X_1+.328X_{12}+.198X_{23}+.246X_{25}+.204X_{27}+.314X_{29}$$

สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\acute{z} = b_1X_1+b_{12}X_{12}+b_{23}X_{23}+b_{25}X_{25}+b_{27}X_{27}+b_{29}X_{29}$$

$$\acute{z} = .300X_1+.322X_{12}+.244X_{23}+.206X_{25}+.224X_{27}+.384X_{29}$$

จากการวิเคราะห์ข้อมูล และนำค่าสถิติต่างๆ มาสร้างพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก ด้านคุณลักษณะผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (X_{12}) ด้านจำนวนเงินลงทุน 15,000-20,000 บาท (X_{29}) ด้านเพศ เพศชาย (X_1) ด้านจำนวนพื้นที่ปลูก 31-40 ไร่ (X_{25})ด้านจำนวนเงินลงทุน 5,000-10,000 บาท (X_{27}) และด้านประสบการณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ สำนักวิทยบริการฯ

การทำไร่อ้อย 11-20 ปี (X_{23}) สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทราย ภาคที่ 3 จังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 59.90 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.4 ข้อเสนอแนะปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ทั้งนี้ประชากรกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะภาพรวม โดยนำเสนอในรูปแบบคำบรรยาย

4.4.1 การสัมผัสได้ ทางศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ควรอำนวยความสะดวก ทางด้านสถานที่ให้เพียงพอ ห้องน้ำควรเพิ่มเติมจากเดิมให้พอต่อความต้องการเวลาชาวไร่มาอบรมเป็นจำนวนมาก

4.4.2 ความเชื่อถือได้ ทางศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ไม่ได้สำเร็จทุกครั้งที่ชาวไร่ติดต่อ

4.4.3 การตอบสนอง ทางศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ตึกอาคารที่จะรับบริการค่อนข้างมืดทึบ เข้าถึงได้ไม่สะดวก

4.4.4 ความสามารถ ทางศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก เจ้าหน้าที่ยังไม่สามารถตอบคำถามในสิ่งที่ชาวไร่อ้อยต้องการได้

4.4.5 ความสุภาพ ทางศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การติดตามผลย้อนหลังอาจล่าช้า

4.4.6 ความแน่นอน ทางศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก เวลาเข้ารับบริการมีความล่าช้าในบางกรณี

4.4.7 ความปลอดภัย ทางศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก สถานที่ค่อนข้างรก

4.4.8 การเข้าถึงบริการ ทางศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ควรเพิ่มช่องทางการติดต่อสายตรง หรือสายด่วนเพื่อให้ต่อการแก้ไขปัญหา

4.4.9 การติดต่อสื่อสาร ทางศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก การติดต่อรับข้อมูลข่าวสารช้า มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไม่ทั่วถึง

4.4.10 ความเข้าใจในลูกค้า ทางศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก อุปกรณ์ยังเพียงพอต่อการรับบริการ

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก 2) เพื่อศึกษาระดับการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรชาวไร่อ้อยในภาคตะวันออก ปีการผลิต 2558/2559 จำนวนประชากร 9,995 คน ในพื้นที่ 5 จังหวัด ประกอบด้วย ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ปราจีนบุรี สระแก้ว ได้มาโดยใช้การสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) ตามสัดส่วนของจำนวนประชากร ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 395 คน วิธีการศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระ คือ คุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพ 4) ระดับการศึกษา 5) อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6) ศาสนา 7) จำนวนพื้นที่ปลูก 8) จำนวนเงินในการลงทุน 9) จำนวนบุตร 10) การกู้ยืมที่มีผลต่อตัวแปรตาม คือ การเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ 1) การสัมผัสได้ 2) ความน่าเชื่อถือได้ 3) การตอบสนอง 4) ความสามารถ 5) ความสุภาพ 6) ความเชื่อถือในผู้ให้บริการ 7) ความปลอดภัย 8) การถึงบริการ 9) การติดต่อสื่อสาร 10) ความเข้าใจในลูกค้า โดยใช้การหาค่านัยสำคัญทางสถิติด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล และสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก สรุปได้ดังนี้

5.1.1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.76 ส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 51 - 60 ปี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำไร่ 11-20 ปี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43.29 ส่วนใหญ่มีคุณวุฒิสูงสุดอยู่ในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.61 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 - 40,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.43 ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 75.70ส่วนใหญ่มีจำไร่ทั้งหมด 21-30 ไร่ จำนวน 120 คนคิดเป็นร้อยละ 30.38 ส่วนใหญ่เงินลงทุน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.03 ส่วนใหญ่ไม่มีบุตร จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 57.22 ส่วนใหญ่การกู้ยืมไม่ได้กู้ยืม จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 90.63 และส่วนใหญ่มีการผลิตต่อปี 1 รอบ จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 9.37

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

ระดับการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ประกอบด้วย 10 ด้าน คือ การสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสามารถ ความสุภาพ ความเชื่อถือในผู้ให้บริการ ความปลอดภัยการถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร และความเข้าใจในลูกค้า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1) ด้านการสัมผัสได้ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์สนับสนุนและ สถานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความใส่ใจ และเป็นกันเอง

2) ด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีความชัดเจนในการตอบคำถาม รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในงาน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีทักษะในงานที่ปฏิบัติ

3) ด้านการตอบสนอง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วในการบริการทุกๆ ด้าน รองลงมา คือ มีป้าย/สัญลักษณ์ประชาสัมพันธ์ จุดให้บริการ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล่องรับความคิดเห็น แบบสอบถาม

4) ด้านความสามารถ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีความรู้ตรงกับความต้องการ รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารให้ผู้บริการเข้าใจได้

5) ด้านความสุภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาเพื่อนำมาแก้ไข รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่คอยดูแลให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการ กรณีมีปัญหา และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นอย่างดี

6) ด้านความแน่นอน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ หลังจากการเข้ารับบริการจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายท่านได้สิ่งคาดหวังครบทุกอย่าง รองลงมา คือ เวลาของการให้บริการในแต่ละครั้งเหมาะสมกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับท่าน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านมีความมั่นใจในการเข้ารับบริการของ ศอน.

7) ด้านความปลอดภัย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐานรัดกุม รองลงมา คือ ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยจากปฏิบัติงานของ ศอน.และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ระบบงานการให้บริการมีความรอบคอบปลอดภัย

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

8) ด้านการเข้าถึงบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สามารถเดินทางมาใช้บริการได้อย่างสะดวก รองลงมา คือ ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์

9) ด้านการติดต่อสื่อสาร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้มาใช้บริการทั่วถึง รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่เข้าใจถึงปัญหาข้อมูลที่ต้องการรับบริการ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สามารถใช้บริการ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผ่านเว็บไซต์

10) ด้านความเข้าใจในลูกค้า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ศอน. แสดงความเอาใจใส่อย่างแท้จริงในการแก้ปัญหาต่างๆ ของท่าน รองลงมา คือ ความเพียงพอของสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ รับฟังปัญหาหรือข้อซักถามของผู้ใช้บริการอย่างเต็มใจ

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรในปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ คุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก พบว่า ปัจจัยที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก มี 6 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (X_{12}) ปัจจัยด้านจำนวนเงินลงทุน 15,000-20,000 บาท (X_{29}) คุณลักษณะของตัวแปร ปัจจัยด้านเพศ เพศชาย (X_1) ปัจจัยด้านจำนวนพื้นที่ปลูก 31-40 ไร่ (X_{25}) ปัจจัยด้านจำนวนเงินลงทุน 5,000-10,000 บาท (X_{27}) และปัจจัยด้านประสบการณ์การทำไร่อ้อย 11-20 ปี (X_{23}) สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก (y) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรทั้งหกร่วมกันพยากรณ์การเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก ได้ร้อยละ 59.90 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ($S.E._{est}$) เท่ากับ .38462 สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\acute{y} = 2.159+.246X_1+.328X_{12}+.198X_{23}+.246X_{25}+.204X_{27}+.314X_{29}$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\acute{z} = .300X_1+.322X_{12}+.244X_{23}+.206X_{25}+.224X_{27}+.384X_{29}$$

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

5.2 อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปราย ดังนี้

5.2.1. ผลการศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

ผลการศึกษา คุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

ทั้งนี้เนื่องจากผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออกจังหวัดชลบุรี พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับ สมสุข ฐานะวร (2552) ศึกษาคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษี กรณีศึกษา เทศบาลตำบลตะคุด อำเภอเมืองจังหวัดสระบุรี พบว่า ผู้รับบริการที่มาชำระภาษีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่า ประกอบอาชีพค้าขาย/อาชีพ ส่วนตัว มีสถานภาพสมรส รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ จัดเก็บภาษี กรณีศึกษาเทศบาลตำบลตะคุด อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับสูงทั้งหมด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้ และประเภทภาษีที่ชำระแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับ อรุโณทัย อุ่นไธสง (2552) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของกองการเจ้าหน้าที่สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พบว่า คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับรายด้านจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านผลงาน ของการบริการ ด้านความเสมอภาค ด้านระบบการให้บริการ และด้านประสิทธิภาพการบริการ การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการจำแนกตามเพศ พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อแยกตามรายด้าน พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านผลงานของการบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านความเสมอภาคแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านระบบให้บริการ และด้านประสิทธิภาพ การบริการไม่แตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านระบบการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามประเภทบุคลากรและอายุ พบว่า ประเภทบุคลากรและอายุที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันจำแนกตามสายงาน พบว่า บุคลากรที่มีสายงานต่างกันระหว่างสายวิชาการกับสายสนับสนุนวิชาการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านประสิทธิภาพการบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านระบบการให้บริการ ด้านผลงานของการบริการและด้านความเสมอภาคไม่แตกต่างกัน

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

5.2.2 ผลการศึกษา การเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก

ผลการศึกษา ผลการวิเคราะห์การเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย และน้ำตาลทรายตะวันออก โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ดังที่ พาราสุรามาน (Parasuraman, 1985, p. 41) ได้กล่าวถึง การวัดคุณภาพของด้านการบริการของ Brown, Churchill & Peter (BCP) คำกล่าวที่ว่า ความเหนือกว่าในด้านจิตวิทยาต่อทางเลือกของผลคะแนนที่ไม่ต่างกันนั้นโต้แย้งได้ พวกเขายังโต้แย้งว่า กรอบความคิดของโมเดล คุณภาพบริการนั้นได้เสนอทางเลือกในการตรวจวินิจฉัยไว้ได้อย่างกว้างขวางกว่า PZB แย้งข้อวิจารณ์เบื้องต้น ของ BCP มุ่งไปที่กรอบความคิดต่อผลต่างของคะแนน (การรับรู้-ความคาดหวัง) จากตัวโมเดลคุณภาพบริการไปถึงคุณภาพในการบริการในทางปฏิบัติว่า คำกล่าวที่ว่า ความไม่สมบูรณ์ในด้านจิตวิธี เนื่องมาจากสูตรความแตกต่างของคะแนนที่ได้นั้นไม่ได้เลวร้ายอย่างที่ทาง BCP ได้อ้างไว้ และความหลากหลายในการตรวจวินิจฉัย มีความถูกต้องกว่าการวัดโดยแยกการรับรู้และความคาดหวัง ด้านความน่าเชื่อถือ ผลการวิจัยจากการศึกษาจากหลายตัวอย่างและหลากหลายหน่วยงานของ PZB พบว่า โมเดลคุณภาพบริการ มีความน่าเชื่อถือสูงในส่วนของความเที่ยงตรงเชิงจำแนก และได้กำหนดคุณลักษณะ 10 ประการ ที่ลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพบริการกัน ได้แก่ 1) การสัมผัสได้ (tangibility) คือ ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถจับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ พนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น 2) ความเชื่อถือได้ (reliability) เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างน่าเชื่อถือในมาตรฐานการบริการและมีความถูกต้อง 3) การตอบสนอง (responsiveness) เป็นความเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือลูกค้า และให้บริการได้อย่างรวดเร็วฉับไว 4) ความสามารถ (competence) บุคลากรมีลักษณะ ความรู้ ความชำนาญในการปฏิบัติงาน 5) ความสุภาพ (courtesy) พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพอ่อนน้อม มีอัธยาศัยดี และมีการเอาใจใส่แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ 6) ความเชื่อถือในผู้ให้บริการ (credibility) บุคลากรที่ให้บริการจะต้องมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ และมีความจริงใจ 7) ความปลอดภัย (security) ลูกค้าจะต้องปราศจากความเสี่ยงใดๆ ในการเข้ามาใช้บริการ 8) การเข้าถึงบริการ (accessibility) มีความง่ายในการเข้าถึงและการติดต่อในการให้บริการ 9) การติดต่อสื่อสาร (communication) สามารถติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย และการรับฟังปัญหาจากลูกค้าเสมอ 10) ความเข้าใจในลูกค้า (understanding the customer) เป็นการพยายามทำความรู้จักกับลูกค้า และเข้าใจถึงความต้องการแท้จริงของลูกค้า

ทั้งนี้เนื่องจาก ผลการศึกษาการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ สิงหา เกตุแก้ว (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจในการบริการอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 รองลงมาคือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับที่ 3 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้มารับบริการ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับที่ 4 ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับสุดท้าย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีเพศ ต่างกัน

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครินทร์

มีความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด แตกต่างกัน และประชาชนที่มีอายุระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้มารับบริการอยู่ในระดับมากและด้านความเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับ ประเสริฐ กุศลสนอง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลทรายขาว อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า จากประชากรมีจำนวนทั้งหมด 370 ครัวเรือน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 30 ปี ขึ้นไป 40 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 และประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลทรายขาว พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมีผลต่อความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการในระดับมาก ตามลำดับ การเสนอแนะให้มีการก่อสร้างอาคารสำนักงานใหม่เพราะสถานที่ปัจจุบันมีความคับแคบไม่สะดวกต่อการให้บริการประชาชนไปติดต่อราชการมีจำนวนมากมีการแซงคิวไม่เป็นระเบียบมีความบกพร่องทางความถูกต้องโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพิมพ์หนังสือตัวสะกดการันต์ผิดพลาด ไม่สามารถติดต่อกับทางเทศบาลได้ตลอดเวลา เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาล ตำบลทรายขาว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจในการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

5.2.3 ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก ตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดที่ถูกเลือก ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย พบว่า ปัจจัยที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย ภาคตะวันออก และน้ำตาลทราย ภาคตะวันออกมี 6 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (X_{12}) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านจำนวนเงินลงทุน 15,000-20,000 บาท (X_{29}) คุณลักษณะของตัวแปร ปัจจัยด้านเพศ เพศชาย (X_1) ปัจจัยด้านจำนวนพื้นที่ปลูก 31-40 ไร่ (X_{25}) ปัจจัยด้านจำนวนเงินลงทุน 5,000-

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

10,000 บาท (X_{27}) และปัจจัยด้านประสบการณ์การทำไร่อ้อย 11-20 ปี (X_{23}) มี ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .614 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .599 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ($S.E._{est}$) เท่ากับ .38462 สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก ได้ร้อยละ 59.90

จากผลการศึกษา พบว่า ตัวแปรทั้ง 6 ปัจจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก ประกอบด้วย 6 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจัยด้านจำนวนเงินลงทุน 15,000-20,000 บาท คุณลักษณะของตัวแปรปัจจัยด้านเพศ เพศชาย ปัจจัยด้านจำนวนพื้นที่ปลูก 31-40 ไร่ ปัจจัยด้านจำนวนเงินลงทุน 5,000-10,000 บาท และปัจจัยด้านประสบการณ์การทำไร่อ้อย 11-20 ปี โดยมีอยู่

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีปัจจัย 6 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก ผู้ตอบแบบสอบถามนั้น

1) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ดังนั้น เพศหญิง อาจประกอบอาชีพการทำไร่อ้อยน้อย เนื่องจากเป็นงานที่ค่อนข้างร้อน ใช้แรงงานมาก จึงมีผลทำให้มาใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคที่ 3 น้อย ศูนย์ควรจัดกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมการทำไร่อ้อยในเพศหญิงเพิ่มขึ้น

2) ส่วนใหญ่ด้านเงินลงทุนชาวไร่อ้อยที่ใช้เงินลงทุน 15,000-20,000 บาท และเงินลงทุน 5,000-10,000 บาท จะสนใจเข้ามารับบริการเนื่องจากชาวไร่อ้อยใช้เงินลงทุนเยอะจึงต้องการผลกำไรอย่างแท้จริงและชาวไร่ที่มีเงินลงทุน 5,000-10,000 บาทต้องการให้ได้ผลกำไร่สูงสุด ดังนั้น ทางศูนย์ควรแนะนำส่งเสริมให้ชาวไร่อ้อยที่ใช้เงินลงทุนน้อยกว่า 15,000-20,000 บาท เข้ามาใช้บริการให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตของชาวไร่อ้อยต่อไป

3) ส่วนใหญ่ผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีจะมีส่วนเข้ามาใช้บริการ เนื่องจากต้องการความรู้เพิ่มเติมจากความรู้เดิมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตของตน ผู้ที่มีการศึกษาในระดับที่น้อยกว่าระดับปริญญาตรียังมีวิธีการแบบเดิมไม่สนใจเข้ารับบริการจากศูนย์ ดังนั้น ทางศูนย์ควรเข้าไปจัดการอบรมภายในพื้นที่เพื่อกระตุ้นชาวไร่อ้อยให้เข้าไปใช้บริการของศูนย์เพื่อชี้แจงข้อดีข้อเสียหากไม่ติดตามข้อมูลข่าวสารของศูนย์จะเกิดผลเสียอย่างไรบ้าง

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

4) ส่วนใหญ่มีพื้นที่ปลูกอ้อยจำนวนไร่ 31-40 ไร่ สนใจการเข้ารับบริการของศูนย์เพื่อดูแลจัดการผลผลิตของตน ชาวไร่ที่มีพื้นที่น้อยกว่า 31-40 ไร่ เข้าใช้บริการน้อย เนื่องจากจำนวนไร่น้อยจึงไม่คำนึงถึงผลกระทบกับการทำไร่อ้อย ทางศูนย์ควรจัดการอบรมเพื่อชี้แจงการจัดการประสิทธิภาพผลผลิตให้กับชาวไร่อ้อยพื้นที่ปลูกน้อยก็สามารถสร้างผลกำไรได้มาก

5) ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ปลูกอ้อย 11-20 ปี เข้าใช้บริการ ชาวไร่ที่มีประสบการณ์ปลูกอ้อยน้อยกว่า 11-20 ปี เข้าใช้บริการน้อยเนื่องจากยังไม่ทราบถึงข้อมูลข่าวสารของศูนย์ ควรชี้แจ้งประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับศูนย์ และเพิ่มช่องทางการติดต่อให้มากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ในจังหวัดอื่นๆ แล้วนำมาเปรียบเทียบ เพื่อพัฒนาต่อยอดงานวิจัยให้ดียิ่งขึ้น

2) ควรมีการศึกษาวิจัยสาเหตุปัญหาต่างๆ ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ประชาชน และสร้างพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ

3) ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการทำวิจัยเชิงปริมาณ เพราะจะทำให้ทราบถึงประเด็นที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณอาจไม่สามารถให้คำตอบได้อย่างชัดเจนครบถ้วนเท่าที่ควร และเพื่อเปิดรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนในพื้นที่ ซึ่งเป็นผู้รับประโยชน์โดยตรงจากการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

รายการอ้างอิง

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

รายการอ้างอิง

กรองทอง อัมวงษ์. (2548). *พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

กุลธน ธนาพงศธร และเสน่ห์ จุ้ยโต. (2552). *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์หน่วยที่ 4 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์* (พิมพ์ครั้งที่ 16). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

กาญจนา เศรษฐนันท์. (2557). *เอกสารประกอบการประชุม การพัฒนาความร่วมมืองานวิจัยด้านอ้อยและน้ำตาล.* สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

จรัส สุวรรณมาลา และคณะ. (2549). *ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมท้องถิ่นในประเทศไทย.* สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

จรวยพร กุลอำนวยชัย. (2538). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการสังคมสงเคราะห์.* วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จารุบูณณ์ ปาณานนท์. (2550). การสร้างสรรค์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ. *จุลสารการท่องเที่ยว.*

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์ และคณะ. (2551). โครงการวิจัยการศึกษาภาพอนาคตและเส้นทางสู่หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าที่ยั่งยืนของประเทศไทย. นนทบุรี: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข. *จุลสารการท่องเที่ยว.* 9 (มิถุนายน), 11-12.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2548). *การจัดการและการตลาดบริการ (Service marketing and management).* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ธงชัย สันติวงษ์. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด.* กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.

นงเยาว์ กิจที่พึ่ง. (2548). *ความพึงพอใจของประชาชนผู้มารับบริการบนสถานีตำรวจภูธรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ประเสริฐ กุศลสนอง. (2555). *ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลทรายขาว อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี.* วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริมปภา วงค์คำตา. (2555). *ประสิทธิภาพงานจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลสำโรง อำเภอดอนตาล จังหวัดอุบลราชธานี.* วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครินทร์

ปรัชญา เวสารัชช์. (2552). *บริการประชาชนทำได้ไม่ยาก (ถ้าอยากทำ).* กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.

พิทยา สุราวุธ. (2552). *คุณภาพการให้บริการผู้เสียภาษีอากรของทีมกำกับดูแลสำนักงานสรรพากรพื้นที่อุบลราชธานี.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

พิรุณ รัตนวณิช. (2548). *คุณภาพบริการด้านสาธารณสุขสำหรับพยาบาล.* นนทบุรี: โครงการสวัสดิการวิชาการ สถาบันพระบรมราชชนก.

เพ็ญศิริ โชติพันธ์. (2552). *กลยุทธ์การตลาด.* อุบลราชธานี: ตระการการพิมพ์.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร.* กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัชยา กุลวานิชไชยนันท์. (2550). *รายงานการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* กรุงเทพฯ: สำนักงานประกันสังคม.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542.* กรุงเทพฯ: นานมีบุคส์พับลิเคชั่นส์.

วรรณ์เพ็ญ พละศักดิ์. (2553). *คุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเขินอำเภอนาเกลี้ยงจังหวัดศรีสะเกษ.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

วศินี มาศรีจันทร์. (2552). *คุณภาพการบริการของ บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)*: กรณีศึกษาศูนย์บริการลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2549). *จิตวิทยาองค์กรอุตสาหกรรม: การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการเพิ่มผลิตภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

ศิริพันธ์ ถาวรทวีวงษ์. (2543). *ประชากรศาสตร์.* ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ: มปท.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2549). *การวิจัยการตลาด ฉบับปรับปรุงใหม่.* กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

สิงหา เกตุแก้ว. (2556). *ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองใหญ่อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด.* วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมิต สัชฌุกร. (2550). *ศิลปะการให้บริการ.* กรุงเทพฯ: สายธาร.

สมคิด บางโม. (2545). *องค์การและการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

สมชาติ กิจยรรยง. (2551). *กุศโลบายแห่งการตลาด.* กรุงเทพฯ: Powerful Life.

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2549). *การบริหารเชิงกลยุทธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ: อมรินทร์.

สมสุข ฐานะวร. (2552). *คุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษี*: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลตะกุด อำเภอเมืองจังหวัดสระบุรี. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครินทร์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่10 (พ.ศ. 2550-2554).* กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2558). *คู่มือคำอธิบายและแนวทางปฏิบัติตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2558.*

สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย (สอน.). (2558). *รายงานผลการดำเนินการประจำปี 2558.* สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย. กระทรวงอุตสาหกรรม.

สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย. (2558). *แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (พ.ศ. 2559 – 2563).* สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย กระทรวงอุตสาหกรรม.

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2559). *นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2560-2564).* ยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นด้านอ้อยและน้ำตาลทราย (พ.ศ. 2560–2564).

สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2550). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประกายพรึก.

สุพรรณี อินทร์แก้ว. (2550). *การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง.* กรุงเทพฯ: ธนาเพลส.

สุรศักดิ์ นานานุกูล. (2548). *การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรในสหรัฐอเมริกาและไทย.* กรุงเทพฯ: ภูมิบัณฑิต.

โสภณ พึงไชย. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการงานสอบสวนของตำรวจภูธร: ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีตำรวจอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี.* มหาวิทยาลัยเกริก.

เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ. (2548). *จิตวิทยาการบริการ* (Service Psychology Comprehension Strategies and Trend). กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด* (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อนุวัฒน์ ศุภชุติกุลและคณะ. (2542). *เส้นทางสู่โรงพยาบาลคุณภาพ คู่มือการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ.* กรุงเทพฯ: สถาบันรับรองคุณภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยระบบสาธารณสุข.

อรุโณทัย อุ่นไธสง. (2552). *คุณภาพการให้บริการของกองกลางเจ้าหน้าที่สำนักงานอธิการบดีมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

Bahat, Omri. (2006). *Optimization and Evaluation of Service Speed and Reliability in Modem Caching Applications*. [online]. Retrieved January 15, 2017, from htpp://hdl.handle.net/1903/3440.

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์

Ching he, Shih. (2006). *Effects of culture on service quality and customer satisfaction ratings. The University of Utah. Cultural anthropology, Management, Marketing* [online]. Retrieved January 15, 2017, from http://proquest.umi.com/pqdweb?index=5&did=1068254051&SrchMode=1&si.

Doucet, Loma. (2004). Service Provider Hostility and Service Quality. [online]. Retrieved January 15, 2017, http//O-Proquest. umi.com.labrary.ecu.edu.au/pqdweb.

Gaskins, Melda. (2006). Case Study: Career Paths of African-American Female High School Principals, the Perceived Barriers They Faced, and the Strategies They Used to Achieve the High School Principalship in California. In issertation Abstrac tsInternational.

Kim, Hyum Duck. (2005). The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Repurchase intention in Korean Private Golf Courses. [online]. Retrieved January 15, 2017, from Htpp://www.lib.umi.com./dissertations/fullcit/3177086.

Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analyzing consumer marketing and Buyer behavior (The Millennium).* New Jersey: Prentice Hall.

Lovelock, C. H. (2006). *Communicating and Promoting Services In C. H. Lovelock (Eds.),Services marketing.* New Jersey: Prentice Hall.

Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1985). *A conceptual model of service quality And its implications for future research*. Journal of Marketin, 1, p. 44.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985, Fall). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. Journal of Marketing, 49, pp. 41 - 50.

Thomas & et al., (2003). *Physical Education Methods for Elementary Teachers. 2 nd ed.,* The United States of America: Human kinetics.

สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ภาคผนวก

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1.	ดร.กานต์ เสกขุนทด	ประธานหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
2.	ดร.ธนบดี ฐานะชาลา	ประธานสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
3.	ดร.อัมรินทร์ นาคณัฐเศรษฐ์	อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
4.	ดร.ภูริวัจน์ รักษ์ธนอนันต์	อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
5.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิรวุฒิ อนุสรณ์นรการ	อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ที่ ศธ ๐๕๔๘.๑๒/ว ๓

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐

๑๓ มกราคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.กานต์ เสกขุนทด

สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงย่อวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยนางสาวกาญจนา สิงหนนท์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้รับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก” ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์เป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนักศึกษา ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.วรพล แวงนอก)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย
โทรศัพท์/ โทรสาร ๐ – ๓๘๕๓ – ๕๔๓๐

ที่ ศธ ๐๕๔๘.๑๒/ว ๓

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐

๑๓ มกราคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์ธนบดี ฐานะชาลา

สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงย่อวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยนางสาวกาญจนา สิงหนนท์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้รับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก" ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์เป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนักศึกษา ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.วรพล แวงนอก)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย
โทรศัพท์/ โทรสาร ๐ – ๓๘๕๓ – ๕๔๓๐

ที่ ศธ ๐๕๔๘.๑๒/ว ๓

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐

๑๓ มกราคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.อัมรินทร์ นาคณัฐเศรษฐ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงย่อวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยนางสาวกาญจนา สิงหนนท์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้รับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก” ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์เป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนักศึกษา ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.วรพล แวงนอก)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย
โทรศัพท์/ โทรสาร ๐ – ๓๘๕๓ – ๕๔๓๐

ที่ ศธ ๐๕๔๘.๑๒/ว ๓

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐

๑๓ มกราคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิรวุฒิ อนุสรณ์นรการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงย่อวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยนางสาวกาญจนา สิงหนนท์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้รับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก" ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์เป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนักศึกษา ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.วรพล แวงนอก)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย
โทรศัพท์/ โทรสาร ๐ – ๓๘๕๓ – ๕๔๓๐

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ที่ ศธ ๐๕๔๘.๑๒/ ๑๗

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐

๓๑ มกราคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการศึกษาและเก็บข้อมูลเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคที่ ๓

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก"

ด้วยนางสาวกาญจนา สิงหนนท์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก"

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าหน่วยงานของท่านเป็นหน่วยงานที่ควรศึกษา จึงขอความอนุเคราะห์ในการศึกษาและเก็บข้อมูลเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.วรพล แวงนอก)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คุณกาญจนา สิงหนนท์
เพื่อดำเนินการต่อไป

(นางพรทิพย์ เกตุมา)
ผอ.ศอภ.๓
๓ ก.พ.๖๐

บัณฑิตวิทยาลัย
โทรศัพท์/โทรสาร ๐ – ๓๘๕๓ – ๕๔๓๐

ภาคผนวก ค

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อย
และน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

****

แบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นสำหรับใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านโปรดสละเวลากรอกแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากท่าน จะนำมาวิเคราะห์ในการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับสถานภาพของท่าน

1. เพศ
   - ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ
   - ( ) 18 - 25 ปี ( ) 26 – 35 ปี
   - ( ) 36 – 45 ปี ( ) 46 – 55 ปี
   - ( ) มากกว่า 55 ปี
3. ประสบการณ์การทำไร่อ้อย
   - ( ) น้อยกว่า 5 ปี ( ) 5 – 10 ปี
   - ( ) 11 - 20 ปี ( ) 21 – 30 ปี
   - ( ) มากกว่า 31 ปี
4. คุณวุฒิสูงสุดทางการศึกษา
   - ( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.
   - ( ) ปริญญาตรี ( ) ปริญญาโท
   - ( ) ปริญญาเอก
5. รายได้เฉลี่ต่อเดือน
   - ( ) ต่ำกว่า 10,000 บาท ( ) 10,001 – 25,000 บาท
   - ( ) 26,000 – 30,000 บาท ( ) 30,001 – 35,000 บาท
   - ( ) 36,000 – 40,000 บาท ( ) มากกว่า 40,000 บาท
6. ศาสนา
   - ( ) พุทธ ( ) คริสต์
   - ( ) อิสลาม ( ) พราหมณ์ – ฮินดู

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

7. จำนวนพื้นที่ปลูก................ ไร่

อ้อยปลูก .... ไร่

อ้อยตอ .... ไร่

8. จำนวนเงินในการลงทุน

( ) 5,000 – 10,000 บาท ( ) 10,000 – 15,000 บาท

( ) 15,000 – 20,000 บาท ( ) 20,000ขึ้นไป

9. จำนวนบุตร

( ) ไม่มี ( ) 1 คน

( ) 2 คน ( ) 3 ขึ้นไป

10. การกู้ยืม

( ) ไม่ได้กู้ยืม ( ) กู้ยืม

11. จำนวนรอบการผลิตต่อปี

( ) 1 รอบ ( ) 2 รอบ

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อที่	คุณภาพการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
		5	4	3	2	1
	การสัมผัสได้					
1	มีสิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์สนับสนุนและ สถานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ					
2	เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส					
3	เจ้าหน้าที่มีความเหมาะสมในการแต่งกาย มีบุคลิกที่ดีต่อผู้ให้บริการ					
4	เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยวาจาที่สุภาพอ่อนโยนกับผู้รับบริการ					
5	เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความใส่ใจและเป็นกันเอง					
	ความเชื่อถือได้					
6	เจ้าหน้าที่มีทักษะในงานที่ปฏิบัติ					
7	เจ้าหน้าที่มีความชัดเจนในการตอบคำถาม					
8	เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในงาน					
9	ทุกครั้งที่มาติดต่อสำเร็จตามวัตถุประสงค์ทุกครั้ง					
10	เจ้าหน้าที่มีการสำรวจความต้องการจากผู้รับบริการ					
	การตอบสนอง					
11	เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นเต็มใจในการให้บริการต่อผู้รับบริการ					
12	เจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วในการบริการทุกๆ ด้าน					
13	มีป้าย/สัญลักษณ์ ประชาสัมพันธ์ จุดให้บริการ					
14	จุดให้บริการมีความเหมาะสม และเข้าถึงได้สะดวก					
15	การเปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล่องรับความคิดเห็น แบบสอบถาม					

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ข้อที่	คุณภาพการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
		5	4	3	2	1
	ความสามารถ					
16	เจ้าหน้าที่มีความรู้ตรงกับความต้องการ					
17	เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน					
18	เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน					
19	เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารให้ผู้บริการเข้าใจได้					
20	วัสดุ อุปกรณ์มีความทันสมัยต่อการให้บริการ					
	ความสุภาพ					
21	เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นอย่างดี					
22	เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาเพื่อนำมาแก้ไข					
23	เจ้าหน้าที่คอยดูแลให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการ กรณีมีปัญหา					
24	เจ้าหน้าที่มีความจริงใจต่อการให้บริการ					
25	เจ้าหน้าที่มีการติดตามผลย้อนหลัง หลังการให้บริการ					
	ด้านความแน่นอน					
26	ท่านมีความมั่นใจในการเข้ารับบริการของ ศอน.					
27	ศอน.มีบริการให้คำปรึกษาที่ตรงประเด็น					
28	เวลาของการให้บริการในแต่ละครั้งเหมาะสมกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับท่าน					
29	ท่านมีความมั่นใจว่าศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายสามารถให้คำปรึกษาแนะนำ ตรวจสอบให้กับท่านได้					
30	หลังจากการเข้ารับบริการจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายท่านได้สิ่งคาดหวังครบทุกอย่าง					

สำนักวิทยบริการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ข้อที่	คุณภาพการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
		5	4	3	2	1
	ความปลอดภัย					
31	ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐานรัดกุม					
32	ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยจากปฏิบัติงานของศอน.					
33	เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้มีความปลอดภัย					
34	สภาพแวดล้อมของศอน.มีความปลอดภัย					
35	ระบบงานการให้บริการมีความรอบคอบปลอดภัย					
	การเข้าถึงบริการ					
36	มีความง่ายและสะดวกในการมาติดต่อเข้ารับบริการ					
37	มีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์					
38	ขั้นตอนเข้ารับบริการไม่ยุ่งยาก					
39	ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา					
40	สามารถเดินทางมาใช้บริการได้อย่างสะดวก					
	การติดต่อสื่อสาร					
41	เจ้าหน้าที่สื่อสารได้เข้าใจง่าย ไม่สับสน					
42	เจ้าหน้าที่เข้าใจถึงปัญหาข้อมูลที่ต้องการรับบริการ					
43	มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้มาใช้บริการทั่วถึง					
44	การติดต่อเพื่อขอรับข้อมูลต่างๆได้รับด้วยความรวดเร็ว					
45	สามารถใช้บริการ การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ผ่านเว็บไซต์					
	ความเข้าใจในลูกค้า					
46	ท่านไดรับการแก้ปัญหาและตอบข้อสงสัยต่างๆ จาก ศอน. เป็นอย่างดี					
47	ศอน.แสดงความเอาใจใส่อย่างแท้จริงในการแก้ปัญหาต่างๆ ของท่าน					
48	ความเพียงพอของสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการ					
49	มีความชัดเจนในการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์					
50	รับฟังปัญหา หรือข้อซักถามของผู้ใช้บริการอย่างเต็มใจ					

*****ขอบคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาตอบแบบสอบถาม**

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ภาคผนวก ง

ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม IOC

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ภาคตะวันออก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1) ดร.กานต์ เสกขุนทด ประธานหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์จังหวัดฉะเชิงเทรา

2) ดร.ธนบดี ฐานะชาลา กรรมการประจำหลักสูตร รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ด้านรัฐประศาสนศาสตร์

3) ดร.ภูริวัจน์ รักษ์ธนอนันต์ กรรมการประจำหลักสูตร รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ด้านรัฐประศาสนศาสตร์

4) ผศ.จิรวุฒิ อนุสรณ์นรการ กรรมการประจำหลักสูตร รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ด้านรัฐประศาสนศาสตร์

5) ดร.อัมรินทร์ นาคณัฐเศรษฐ์ กรรมการประจำหลักสูตร รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ด้านรัฐประศาสนศาสตร์

เกณฑ์การประเมิน มีดังนี้

ให้คะแนน +1 แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

ให้คะแนน 0 ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

ให้คะแนน -1 แน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

สูตร $IOC = \frac{\sum \mathcal{R}}{\mathcal{N}}$

เมื่อ $\sum \mathcal{R}$ แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

$\mathcal{N}$ แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การตัดสิน

ค่า IOC ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ข้อคำถามนั้นใช้ได้

ค่า IOC ที่คำนวณได้ต่ำกว่า 0.5 ข้อคำถามนั้นถูกตัดออกไป หรือต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขใหม่ให้ดีกว่าเดิม

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก

คุณภาพการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					รวม	ค่า IOC	สรุป
	1	2	3	4	5			
การสัมผัสได้								
1. มีสิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์สนับสนุนและสถานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
3. เจ้าหน้าที่มีความเหมาะสมในการแต่งกาย มีบุคลิกที่ดีต่อผู้ให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยวาจาที่สุภาพอ่อนโยนกับผู้รับบริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
5. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความใส่ใจและเป็นกันเอง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ความเชื่อถือได้								
6. เจ้าหน้าที่มีทักษะในงานที่ปฏิบัติ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
7. เจ้าหน้าที่มีความชัดเจนในการตอบคำถาม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
8. เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในงาน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
9. ทุกครั้งที่มาติดต่อสำเร็จตามวัตถุประสงค์ทุกครั้ง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
10. เจ้าหน้าที่มีการสำรวจความต้องการจากผู้รับบริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
การตอบสนอง								
11. เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นเต็มใจในการให้บริการต่อ ผู้รับบริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
12. เจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วในการบริการทุกๆ ด้าน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
13. มีป้าย/สัญลักษณ์ ประชาสัมพันธ์ จุดให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
14. จุดให้บริการมีความเหมาะสม และเข้าถึงได้สะดวก	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
15. การเปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล่องรับความคิดเห็น แบบสอบถาม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ความสามารถ								
16. เจ้าหน้าที่มีความรู้ตรงกับความต้องการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
17. เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
18. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
19. เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารให้ผู้บริการเข้าใจได้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
20. วัสดุ อุปกรณ์มีความทันสมัยต่อการให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

คุณภาพการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					รวม	ค่า IOC	สรุป
	1	2	3	4	5			
ความสุภาพ								
21. เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นอย่างดี	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
22. เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาเพื่อนำมาแก้ไข	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
23. เจ้าหน้าที่คอยดูแลให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการกรณีมีปัญหา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
24. เจ้าหน้าที่มีความจริงใจต่อการให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
25. เจ้าหน้าที่มีการติดตามผลย้อนหลังหลังการให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ด้านความแน่นอน								
26. ท่านมีความมั่นใจในการเข้ารับบริการของ ศอน.	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
27. ศอน.มีบริการให้คำปรึกษาที่ตรงประเด็น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
28. เวลาของการให้บริการในแต่ละครั้งเหมาะสมกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
29. ท่านมีความมั่นใจว่าศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายสามารถให้คำปรึกษาแนะนำตรวจสอบให้กับท่านได้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
30. หลังจากการเข้ารับบริการจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายท่านได้สิ่งคาดหวังครบทุกอย่าง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ความสุภาพ								
21. เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นอย่างดี	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
22. เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาเพื่อนำมาแก้ไข	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
23. เจ้าหน้าที่คอยดูแลให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการกรณีมีปัญหา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
24. เจ้าหน้าที่มีความจริงใจต่อการให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
25. เจ้าหน้าที่มีการติดตามผลย้อนหลัง หลังการให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ด้านความแน่นอน								
26. ท่านมีความมั่นใจในการเข้ารับบริการของ ศอน.	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
27. ศอน.มีบริการให้คำปรึกษาที่ตรงประเด็น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

คุณภาพการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					รวม	ค่า IOC	สรุป
	1	2	3	4	5			
28. เวลาของการให้บริการในแต่ละครั้งเหมาะสมกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
29. ท่านมีความมั่นใจว่าศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายสามารถให้คำปรึกษาแนะนำตรวจสอบให้กับท่านได้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
30. หลังจากการเข้ารับบริการจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายท่านได้สิ่งคาดหวังครบทุกอย่าง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ความปลอดภัย								
31. ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐานรัดกุม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
32. ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยจากปฏิบัติงานของศอน.	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
33. เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้มีความปลอดภัย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
34. สภาพแวดล้อมของศอน.มีความปลอดภัย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
35. ระบบงานการให้บริการมีความรอบคอบปลอดภัย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
การเข้าถึงบริการ								
36. มีความง่ายและสะดวกในการมาติดต่อเข้ารับบริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
37. มีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
38. ขั้นตอนเข้ารับบริการไม่ยุ่งยาก	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
39. ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
40. สามารถเดินทางมาใช้บริการได้อย่างสะดวก	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
การติดต่อสื่อสาร								
41. เจ้าหน้าที่สื่อสารได้เข้าใจง่าย ไม่สับสน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
42. เจ้าหน้าที่เข้าใจถึงปัญหาข้อมูลที่ต้องการรับบริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
43. มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้มาใช้บริการทั่วถึง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
44. การติดต่อเพื่อขอรับข้อมูลต่างๆ ได้รับด้วยความรวดเร็ว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
45. สามารถใช้บริการ การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารผ่านเว็บไซต์	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

คุณภาพการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายภาคตะวันออก	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					รวม	ค่า IOC	สรุป
	1	2	3	4	5			
ความเข้าใจในลูกค้า								
46. ท่านไดรับการแก้ปัญหาและตอบข้อสงสัยต่างๆ จาก ศอน.เป็นอย่างดี	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
47. ศอน.แสดงความเอาใจใส่อย่างแท้จริง ในการแก้ปัญหาต่างๆของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
48. ความเพียงพอของสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ ในการให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
49. มีความชัดเจนในการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
50. รับฟังปัญหา หรือข้อซักถามของผู้ใช้บริการ อย่างเต็มใจ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้

สำนักวิทยบริการฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-ชื่อสกุล	กาญจนา สิงหนนท์
วันเดือนปีเกิด	13 กันยายน 2535
สถานที่เกิด	ศรีราชา ชลบุรี
ที่อยู่	30 หมู่ที่ 5 ตำบลคลองนา อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	นักวิทยาศาสตร์
สถานที่ทำงาน	ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลภาคที่3 ชลบุรี
ประวัติการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น – มัธยมศึกษาตอนปลาย
	โรงเรียนเบญจมราชรังสฤษฎิ์ 2 ฉะเชิงเทรา
	วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพืชสวน
	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
	พ.ศ. 2558

สำนักวิทยบริการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์