

๐  
๖๕๘.๙๓๕๒  
ป ๖๒๒๓

ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า  
สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

พฤษภาคม ๒๕๕๓

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๑๒ ก.ค. ๒๕๕๓

S 390083

ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สิน  
ส่วนพระมหากษัตริย์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
พฤษภาคม 2553

ปิยะรัตน์ ปริญญาภิ. (2553). ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์. สารนิพนธ์ บช.ม.(การตลาด) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อ. ดร.ไพบูรณ์ อาชารุ่งโรจน์

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ทั้งโดยภาพรวม และรายด้าน แบ่งเป็นด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ และด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) และการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม Statistical Package for Social Sciences หรือ SPSS

ผลการวิจัย พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 - 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและรับจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 25,000 บาท และมีวัตถุประสงค์ที่เข้าใช้บริการชำระค่าเช่า ค่าภาษี และเบี้ยประกันภัย
2. ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าโดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับพึงพอใจมาก
3. ผู้รับบริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน
4. ผู้รับบริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อศึกษาในรายด้านพบว่า ผู้รับบริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ แตกต่างกัน

5. ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อศึกษาในรายด้านพบว่า ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และสถานที่แตกต่างกัน

6. ผู้รับบริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อศึกษาในรายด้านพบว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ แตกต่างกัน

7. ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อศึกษาในรายด้านพบว่า ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า แตกต่างกัน

8. ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมแตกต่างกัน และเมื่อศึกษาในรายด้านพบว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ และด้านความรวดเร็วในการให้บริการ แตกต่างกัน

A study of Customer's satisfaction towards tenant service of  
The Crown Property Bureau



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Business Administration Degree in Marketing  
at Srinakharinwirot University

May 2010

Piyarat Pariyavatee. (2010). *A study of Clients' satisfaction towards tenant service of The Crown Property Bureau*. Master's Project. M.B.A (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Paiboon Archarungroj.

The purpose of this research was to study clients' satisfaction towards tenant service of The Crown Property Bureau in five aspects : the reliability, the attention of service, the speed of service, the personality of the staff and the readiness of facility. The samples were 400 clients of The Crown Property Bureau selected by convenient sampling. The statistics used for analyzing the data are frequency, percentage, mean, standard deviation, Independent t-Test, One-Way Analysis of Variance (ANOVA) and pair difference was analyzed by LSD. The analysis is processed by Statistical Package for Social Sciences Program (SPSS).

The results of this research can be revealed as follows;

1. The majorities are male aged 31-40 years old, holding a Bachelor degree, officer in private company and having average income per month of 10,001 – 25,000 baht and the purpose to use is for payment.
2. The clients' overall and each aspect of satisfaction towards tenant service of The Crown Property Bureau were at very high level.
3. The clients with different gender had not difference in overall and each aspect of customer's satisfaction towards tenant service of The Crown Property Bureau term of overall.
4. The clients with different age had difference in customer's satisfaction towards tenant service of The Crown Property Bureau in categories of the speed of service.
5. The clients with different education had difference in customer's satisfaction towards tenant service of The Crown Property Bureau in categories of the availability of devices and locations.
6. The clients with different occupation had difference in customer's satisfaction towards tenant service of The Crown Property Bureau in categories of the reliability.
7. The clients with different income had difference in customer's satisfaction towards tenant service of The Crown Property Bureau in categories of the personality of the staff.

8. The clients with different purpose to use had difference in customer's satisfaction towards tenant service of The Crown Property Bureau in categories of the attention of service, the speed of service.



อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ  
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการ  
ลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ของ ปิยะรัตน์ ปรียวาทิ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของ  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกูดตา)

คณะกรรมการสอบ

ประธาน

(อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ ๒๗ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๓

## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือและกำลังใจที่มีคุณค่ายิ่งจากท่านผู้มีพระคุณหลายๆ ท่าน ในลำดับแรกผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์ เป็นอย่างสูงที่ให้ความกรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และเป็นผู้จุดประกายความคิดทำให้ผู้เขียนตัดสินใจทำหัวข้อในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาที่ท่านได้เมตตาสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา ให้คำชี้แนะ ให้ผู้เขียนมีระบบความคิดที่พัฒนายิ่งขึ้น ตลอดจนสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยสารนิพนธ์ฉบับนี้ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งสำเร็จลุล่วงแม้ว่าท่านจะมีภารกิจหน้าที่ในความรับผิดชอบเป็นจำนวนมากก็ตาม

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ และอาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือ ให้คำแนะนำคำชี้แนะ แก้ไขข้อบกพร่องในส่วนต่างๆ ของงานวิจัยครั้งนี้อย่างละเอียดถี่ถ้วนแก่ผู้เขียน และกรุณาเป็นคณะกรรมการสอบปากเปล่า จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ตลอดจนประสบการณ์ที่ดี และความเมตตาแก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณ คุณสุภาภรณ์ ตรีเสน หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ที่อนุเคราะห์ให้ใช้สถานที่ภายในกองบริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม และได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ คำชี้แนะ แก้ไขข้อบกพร่องในส่วนต่างๆ ของแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณคุณจิรายุ หนูศรีใส หัวหน้าแผนกอาวุโส แผนกบริการลูกค้า 3 และพี่ๆ เพื่อนร่วมงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และให้กำลังใจด้วยดีตลอดมา และที่ขาดเสียไม่ได้ขอโน้มรำลึกถึงพระคุณของบิดา มารดา คุณย่า และครอบครัวที่สนับสนุนให้ข้าพเจ้าได้รับการศึกษา และบรรลุความสำเร็จ รวมถึงให้กำลังใจและให้การสนับสนุนด้วยดีตลอดมา

สุดท้ายนี้คุณค่าและความดีของสารนิพนธ์ฉบับนี้ผู้เขียนขอยกให้แก่บุคคลที่กล่าวมาข้างต้น สำหรับข้อบกพร่องของสารนิพนธ์ผู้เขียนขอโน้มรับแต่เพียงผู้เดียวและขอภัยไว้ ณ โอกาสนี้

ปิยะรัตน์ ปริญญาภิ

# สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ</b> .....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	2
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	2
ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
สมมติฐานในการวิจัย.....	6
<b>2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	7
ประวัติความเป็นมาของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์.....	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	9
ความสำคัญและลักษณะทั่วไปของการบริการ.....	10
หลักการให้บริการ.....	11
ผลิตภัณฑ์บริการ.....	11
หลักปฏิบัติในการบริการที่ประสบความสำเร็จ.....	12
มิติของคุณภาพในการบริการ.....	12
องค์การบริการ.....	13
ทฤษฎีการบริการ.....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและความพึงพอใจในบริการ.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	15
ความสำคัญของความพึงพอใจ.....	18
การวัดความพึงพอใจต่อบริการ.....	18
ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการให้บริการ.....	18

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>2 (ต่อ)</b>	
ทฤษฎีความพึงพอใจ.....	19
แนวคิดความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการรับบริการ.....	19
ทฤษฎีความต้องการ.....	20
แนวคิดและทฤษฎีด้านการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์.....	21
ความหมายของการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (CRM).....	21
หลัก CRM 3 ประการ.....	21
ขั้นตอนการบริหารประสบการณ์.....	24
การให้บริการของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์.....	27
ลักษณะการปฏิบัติงานของกองบริการลูกค้า.....	27
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย</b> .....	<b>33</b>
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	33
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	33
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	33
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	34
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
ค่าสถิติพื้นฐาน.....	38
สถิติที่ใช้หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	39
การทดสอบสมมติฐาน.....	39
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b> .....	<b>40</b>

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>4 (ต่อ)</b>	
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	69
<b>5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>72</b>
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินงานวิจัย.....	72
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	72
สมมติฐานในการวิจัย.....	72
ขอบเขตของการวิจัย.....	73
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	73
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	73
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	73
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	74
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	75
แหล่งข้อมูล.....	75
การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	75
การจัดทำข้อมูล.....	75
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	76
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	77
การอภิปรายผล.....	82
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้.....	85
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป.....	86
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>87</b>

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก.....	90
ภาคผนวก ก.....	91
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	92
ภาคผนวก ข.....	95
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ .....	96
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	97
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	99



## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	42
2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สิน ส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ.....	44
3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สิน ส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ.....	45
4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สิน ส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ.....	46
5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สิน ส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า.....	47
6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สิน ส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่.....	48
7 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามเพศ.....	49
8 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามอายุ.....	51
9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของ เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการระยะเวลาในการใช้บริการ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่.....	53
10 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	55

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการระยะเวลาในการใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่.....	56
12 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามอาชีพ.....	58
13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่.....	60
14 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	62
15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่.....	63
16 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้า.....	65
17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้า เป็นรายคู่.....	67
18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้าเป็นรายคู่.....	68
19 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน .....	69

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2 คุณค่าที่ลูกค้ารับรู้.....	21
3 Touch Points Identification.....	25
4 Five Senses ที่ลูกค้าได้รับจาก Human Touch Point.....	25
5 Five Senses ที่ลูกค้าได้รับจาก Non – Human Touch Point.....	25



# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา รูปแบบการให้บริการของภาครัฐและองค์กรต่างๆของรัฐมักเป็นแบบรวมศูนย์กลางไว้ที่หน่วยงาน แม้ในปัจจุบันภาครัฐและองค์กรต่างๆของรัฐจะพยายามสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการให้ความคิดเห็นต่อระบบการให้บริการ แต่ก็ยังไม่มีการพัฒนากระบวนการวัดประสิทธิภาพของการให้บริการโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเป็นระบบเท่าที่ควร ช่องว่างของระบบและข้อมูลดังกล่าวนำมาซึ่งการให้บริการที่ยังไม่ทั่วถึง คุณภาพของการให้บริการมีเหลื่อมล้ำ และในหลายส่วนภาครัฐและองค์กรต่างๆของรัฐยังเป็นศูนย์กลางในการตัดสินใจในเรื่องการจัดบริการ

สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนภายใต้การดูแลของกระทรวงการคลัง เปรียบเสมือนเป็นองค์กรหนึ่งของภาครัฐ ทำหน้าที่ดูแลรักษา บริหารจัดการ และจัดประโยชน์เกี่ยวกับทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ทั้งสังหาริมทรัพย์ และอสังหาริมทรัพย์ และมีหน้าที่โดยตรงในการดูแล และให้บริการแก่ผู้เช่าซึ่งเป็นผู้รับบริการโดยตรง ก็ได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับความล่าช้าในการดำเนินงานให้บริการ และความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการเท่าที่ควร

เพื่อให้การบริการมีคุณภาพ และสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการทุกกลุ่ม จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้รับบริการทุกกลุ่ม จะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการของการตัดสินใจ เพื่อผู้ที่กำหนดนโยบายจะได้สนองต่อความต้องการได้ตรงประเด็น และสามารถแก้ไขข้อบกพร่องได้อย่างตรงจุด เพื่อให้การบริการที่ภาครัฐและหน่วยงานต่างๆของรัฐจัดให้แก่ประชาชนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น นับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ได้เริ่มปรับปรุงระบบงานโดยรวมเพื่อเข้าสู่ระบบที่มีคุณภาพมาตรฐาน สะดวก รวดเร็ว และทันสมัย ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหนึ่งในข้อกำหนดของการเข้าสู่ระบบมาตรฐานนี้ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการวางแผนงานการให้บริการให้ได้มาตรฐาน การรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเพื่อปรับปรุงการบริการโดยพิจารณาได้จากตัวชี้วัดที่เป็นความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่เป็นจำนวนข้อร้องเรียนของผู้รับบริการ เป็นสำคัญ

จากที่กล่าวมาความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นเครื่องชี้วัดถึงควมมีประสิทธิภาพและความเป็นมาตรฐานของการให้บริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า กองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ ที่เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการให้บริการแก่ผู้เช่าและประชาชน

ที่มาติดต่อกับสำนักงานฯ โดยตรง ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนา การให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ให้มีรูปแบบที่เป็นมาตรฐานและตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการให้ได้มากที่สุด โดยการให้ผู้รับบริการมีส่วนร่วม และเพื่อเป็นการพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมต่อไป

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

### ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำผลของการศึกษาวิจัยมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ให้มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความพอใจสูงสุด
2. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน

### ขอบเขตของการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย**

**ประชากรที่ใช้ในการวิจัย**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

**กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย**

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ และมีสถานที่เช่าอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ของ กัลยา วาณิชย์บัญชา, (2548:28) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ 385 ตัวอย่าง การเลือกเก็บตัวอย่างนี้จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

## ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย
  - 1.1 เพศ
    - 1.1.1 เพศชาย
    - 1.1.2 เพศหญิง
  - 1.2 อายุ
    - 1.2.1 อายุ 20-30 ปี
    - 1.2.2 อายุ 31-40 ปี
    - 1.2.3 อายุ 41-50 ปี
    - 1.2.4 อายุสูงกว่า 50 ปี ขึ้นไป
  - 1.3 ระดับการศึกษา
    - 1.3.1 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี
    - 1.3.2 ระดับปริญญาตรี
    - 1.3.3 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี
  - 1.4 อาชีพ
    - 1.4.1 รับราชการ
    - 1.4.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ
    - 1.4.3 พนักงานเอกชน/รับจ้าง
    - 1.4.4 เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ
    - 1.4.5 อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
  - 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
    - 1.5.1 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท
    - 1.5.2 รายได้ 10,001 – 25,000 บาท
    - 1.5.4 รายได้ 25,001 ขึ้นไป
  - 1.6 วัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการ
    - 1.6.1 ชำระค่าเช่า/ค่าภาษี/ค่าเบี้ยประกันภัย
    - 1.6.2 ต่อสัญญา/ขอรับเช่า/ขอโอนสิทธิการเช่า
    - 1.6.3 ยื่นคำร้องทั่วไป (โปรดระบุ.....)
  
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย
  - .2.1 ด้านความน่าเชื่อถือ
  - .2.2 ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ

- .2.3 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ
- .2.4 ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่
- .2.5 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า** หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับบริการที่มีต่อกิจกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า กองบริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

**.1.1 ด้านความน่าเชื่อถือ** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ที่มีความสม่ำเสมอในการให้บริการ มีความรอบคอบและความถูกต้องในการให้บริการ มีความสามารถในสื่อสาร ได้แก่ การตอบคำถามถูกต้องตรงประเด็น อธิบาย ให้คำแนะนำ ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ โดยมีความรอบรู้เกี่ยวกับนโยบาย แนวทางปฏิบัติของสำนักงานฯ และสามารถให้คำแนะนำอย่างเกินความคาดหวัง มีความรับผิดชอบในการให้บริการ รวมถึงความมั่นคงทางอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดีอยู่เสมอไม่ว่าจะเกิดปัญหาใดขณะให้บริการ

**.1.2 ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า เกี่ยวกับการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการอย่างเท่าเทียมด้วยความเต็มใจ ให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ความพร้อมในการให้บริการ และความต่อเนื่องในการให้บริการ ความอดทนตลอดจนความขยันขันแข็งในการให้บริการ มีความเข้าใจต่อความต้องการของผู้รับบริการ การคอยอำนวยความสะดวก การช่วยแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น และมีความพยายามในการช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ

**.1.3 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า เกี่ยวกับการให้บริการที่มีความรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน และมีความตรงต่อเวลา

**.1.4 ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า เกี่ยวกับความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการ การยิ้มแย้มแจ่มใส การแสดงสีหน้าท่าทางที่เหมาะสม และถูกกาลเทศะ การพูดจาไพเราะน่าฟัง มีการต้อนรับด้วยการกล่าวทักทายสวัสดิ์ครับ/ค่ะ และการกล่าวขอบคุณเมื่อให้บริการเสร็จเรียบร้อย

**.1.5 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของเครื่องมือ และอุปกรณ์ในการให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้รับบริการ ภายในกองบริการลูกค้า ได้อย่างสวยงาม

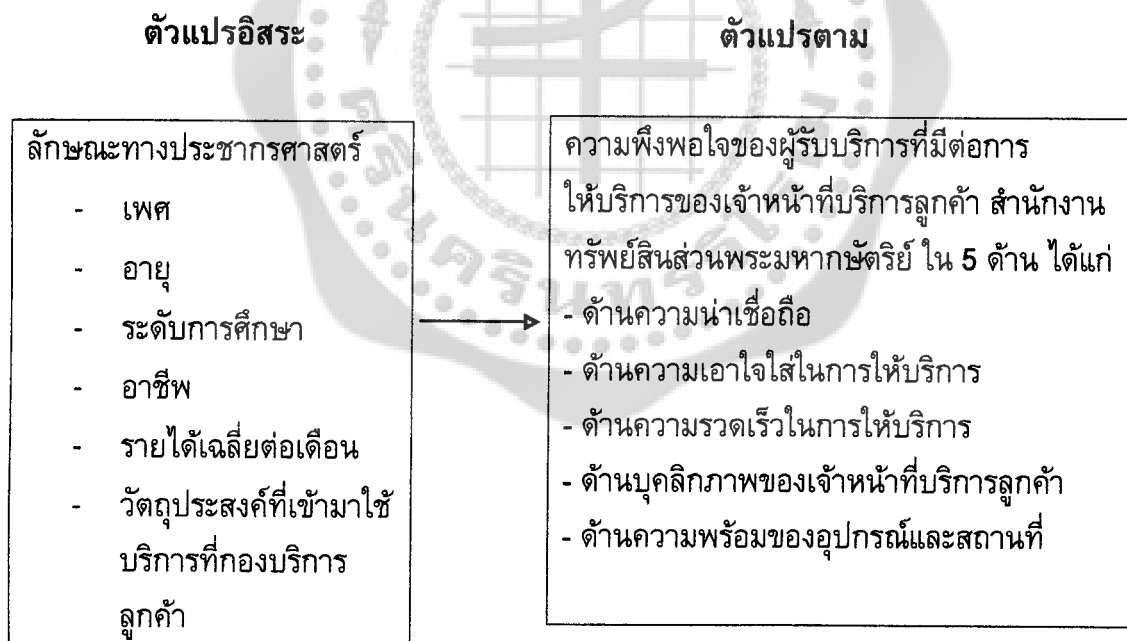
สะอาด และเป็นระเบียบดึงดูดต่อการอยากเข้าไปใช้บริการ รวมถึงสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ เก้าอี้เพื่อรอรับบริการ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ

**2. ผู้รับบริการหรือผู้เช่า** หมายถึง นิติบุคคลและบุคคลธรรมดาที่ทำนิติกรรมสัญญาเช่าอสังหาริมทรัพย์ภายใต้การดูแลของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ รวมถึงตัวแทนของผู้เช่าที่เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ภายในกองบริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เช่น การชำระค่าเช่า การต่อสัญญาเช่า การขออนุญาตและยื่นคำร้องต่าง ๆ ที่สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

**3. เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า** หมายถึง เจ้าหน้าที่ของกองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ที่ปฏิบัติงานเพื่อให้บริการแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าในสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## สมมติฐาน

1. ผู้รับบริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
6. ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเน้นในเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ประวัติความเป็นมาของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
2. แนวคิดและทฤษฎีการบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจและความพึงพอใจในบริการ
4. แนวคิดและทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์
5. การให้บริการของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ประวัติสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จัดตั้งขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติจัดระเบียบทรัพย์สินฝ่ายพระมหากษัตริย์ พุทธศักราช 2479 และได้ยกฐานะขึ้นเป็นนิติบุคคล เมื่อปี 2491 เดิมสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ อยู่ในความดูแลรักษาของสำนักงานพระคลังข้างที่ ในสังกัดสำนักพระราชวัง ต่อมา มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการยกเว้นภาษีอากรเกี่ยวกับทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ พุทธศักราช 2477 เมื่อวันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2478 โดยบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้ ได้แบ่งแยกทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- ทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ซึ่งได้รับการยกเว้นภาษีอากร
- ทรัพย์สินส่วนพระองค์ ซึ่งจะต้องเสียภาษีอากร

หลังจากนั้น ในวันที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2480 ได้มีการประกาศใช้ พระราชบัญญัติจัดระเบียบทรัพย์สินฝ่ายพระมหากษัตริย์ พุทธศักราช 2479 เพื่อแบ่งแยก "ทรัพย์สินส่วนพระองค์" "ทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์" และ "ทรัพย์สินส่วนสาธารณสมบัติของแผ่นดิน" ออกจากกัน โดยเฉพาะ "ทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์" ให้อยู่ในความดูแลของกระทรวงการคลัง และได้จัดตั้งสำนักงานขึ้นโดยให้ชื่อว่า "สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์" โดยให้มีฐานะเทียบเท่ากองสังกัดกรมคลัง (ปัจจุบันคือ กรมธนารักษ์) กระทรวงการคลัง และรับโอนหน้าที่การงานตลอดจนข้าราชการบางส่วนมาจากสำนักงานพระคลังข้างที่ รวมทั้งได้ขอใช้สถานที่ส่วนหนึ่งของสำนักงานพระคลังข้างที่ ในพระบรมมหาราชวัง เป็นที่ทำการสำนักงานด้วย

ต่อมาได้มีการปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติจัดระเบียบทรัพย์สินฯ อีก 2 ครั้ง เพื่อให้เกิดความเหมาะสม โดยประกาศใช้ พระราชบัญญัติจัดระเบียบทรัพย์สินฝ่ายพระมหากษัตริย์ (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2484 เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2484 และ พระราชบัญญัติจัดระเบียบทรัพย์สินฝ่ายพระมหากษัตริย์ (ฉบับที่ 3) พุทธศักราช 2491 เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2491 โดยยกฐานะสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ขึ้นเป็นนิติบุคคล มีหน้าที่ดูแลรักษาและจัดประโยชน์อันเกี่ยวกับทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า "คณะกรรมการทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์" ประกอบด้วยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เป็นประธานกรรมการโดยตำแหน่ง และกรรมการอื่นอีกไม่น้อยกว่า 4 นาย ซึ่งพระมหากษัตริย์จะได้ทรงแต่งตั้ง และในจำนวนนี้จะได้ทรงแต่งตั้งให้เป็นผู้อำนวยการสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ 1 ท่าน ให้คณะกรรมการทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีอำนาจหน้าที่ดูแลโดยทั่วไป ซึ่งกิจการของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ และให้ผู้อำนวยการสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์มีอำนาจหน้าที่ตามที่ คณะกรรมการทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์มอบหมาย รวมถึงมีอำนาจลงนามเป็นสำคัญผูกพันสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ปัจจุบัน คณะกรรมการทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ประกอบด้วย

- นายกรณ์ จาติกวณิช  
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ประธานกรรมการ
- ขณนุช นายเขาวรรณ วัฒนศิริวัฒน์ กรรมการ  
องคมนตรี กรรมการ
- นายสุธี สิงห์เสนห์  
กรรมการ
- นายพนัส สิมะเสถียร  
กรรมการ
- นายเสนาะ อุณาภูล  
กรรมการ
- นายจिरายู อิศรางกูร ณ อยุธยา  
กรรมการ และ ผู้อำนวยการฯ

สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ได้ย้ายที่ทำการ 4 ครั้ง โดยครั้งล่าสุด ในวันที่ 18 กรกฎาคม 2489 ย้ายมาอยู่ที่ "วังสราญวัลย์" จนกระทั่งปัจจุบัน และให้ถือเอาวันที่ 18 กุมภาพันธ์ ของทุกปี เป็นวันสถาปนาสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีทรัพย์สินในความดูแลเป็นที่ดินกว่า 54 ตร.กม, ในกรุงเทพมหานคร และ 160 ตร.กม. ในจังหวัดอื่น โดยทำสัญญาให้เช่าแก่หน่วยงานราชการ องค์กรธุรกิจ และบุคคลทั่วไป รวมประมาณ 36,000 สัญญา นอกจากนี้ ยังมีหลักทรัพย์ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยส่วนใหญ่เป็นหุ้นใน 3 บริษัทหลัก คือ ปูนซิเมนต์ไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และบริษัทเทเวศประกันภัย

สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ได้จัดแบ่งบทบาทและหน้าที่หลักตามแต่ละฝ่าย โดยแบ่งออกเป็น 12 ฝ่าย ประกอบด้วย ฝ่ายบริหารงานอสังหาริมทรัพย์, ฝ่ายโครงการพิเศษ, ฝ่ายบริหารภูมิภาค, ฝ่ายบริหารงานกลยุทธ์, ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ, ฝ่ายการเงิน, ฝ่ายเทคนิค, ฝ่ายสนับสนุน, ฝ่ายสังคมและงานความร่วมมือภายนอก, ฝ่ายกฎหมาย, ฝ่ายบริหารงานพิเศษ, ฝ่ายบริหารงานอนุรักษ์ และสำนักงานตรวจสอบ

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการจากผู้ศึกษา และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ มีด้วยกันหลายแนวคิด ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างมาบางส่วน ดังนี้

พจนานุกรมประมวลความรู้หนังสือโลก (ยุติธร เอี่ยมอร่าม. 2542: 24; อ้างอิงจาก *World Book Encyclopaedia Dictionary*. 1963) ให้คำจำกัดความของการบริการว่า “เป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยการให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น”

พรเทพ ปิยวัฒนาเมธา (2536: 58) ให้คำจำกัดความ การให้บริการที่ดี คือ การให้ ผู้รับบริการในสิ่งที่เขาต้องการ ในเวลาที่เขาต้องการ และในรูปแบบที่เขาต้องการ เพื่อให้เกิดความพอใจอย่างเต็มที่ ซึ่งกล่าวโดยสรุปแล้ว การให้บริการ หมายถึง การให้สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ เพื่อบำบัดทั้งความต้องการและความจำเป็นพร้อม ๆ กัน

เจลา การค้า (จิราภรณ์ สัตถาผล. 2543: 18; อ้างอิงจาก เจลา การค้า. 2540: 151) ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลในสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่สามารถมองเห็นได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ ลักษณะของการบริการมี 4 ลักษณะ คือ

1. บริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)
2. บริการที่ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability)
3. บริการจะมีลักษณะแตกต่างกันไปไม่คงที่ (Variability)
4. บริการมีลักษณะความต้องการที่สูญเสียได้ง่าย (Perishability)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การกระทำกิจกรรมใดๆที่เกิดจากพนักงานผู้ให้บริการเพื่อตอบสนองได้ตรงตามความต้องการ และความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อบรรลุสู่ความพึงพอใจ โดยบริการที่ได้รับอาจมาพร้อมกับสินค้าหรือไม่ก็ได้

### ความสำคัญและลักษณะทั่วไปของการบริการ

แนวความคิดของการบริการจากแหล่งข้อมูล และนักวิชาการทั้งหลายได้ให้คำนิยามไว้มากมาย ผู้วิจัยขอยกมาพอสังเขป ดังนี้

เวเบอร์ (Weber, 1966: 32) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอเป็นพิเศษ ทุกคนจะได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์อยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

เทพศักดิ์ บุญยรัตนพันธ์ (จิราภรณ์ สัตถาผล, 2543: 18; อ้างอิงจากเทพศักดิ์ บุญยรัตนพันธ์, 2536: 8-9) ได้กล่าวถึงการบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเพื่อให้เกิดความพอใจ จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาระบบการให้บริการว่าประกอบไปด้วย 2 ฝ่าย คือ ผู้ให้บริการ (Providers) และผู้รับบริการ (Recipients) โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการเพื่อฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

สมชาติ กิจยรรยง (2536: 15) การให้บริการที่ดี และมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนต่างๆที่จะทำให้ชนะใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ จึงถือได้ว่ามีความสำคัญยิ่งในปัจจุบันนี้ การให้บริการจะสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อในระหว่างการติดต่อ หรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้นๆ

การให้บริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่นๆในอนาคต การบริการอาจจะทำได้ในรูปแบบต่างๆแบ่งได้ ดังนี้ คือ การต้อนรับ และการเอาใจใส่ การให้บริการทางโทรศัพท์ การให้บริการในร้านค้า หรือสำนักงาน การให้บริการภายหลังการขาย การบริการสำหรับพนักงานช่างทักษะในการปฏิบัติงานเพื่อการบริการในสำนักงาน

รัตน สวาสดิพันธ์ (2539: 7) ได้กล่าวถึงงานบริการ ว่าเป็นงานทุกประเภทที่ดำเนินขึ้นมาแล้วไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้า คือ ตา หู จมูก ลิ้น สัมผัสได้ด้วย "ใจ" ซึ่งผลออกมาในลักษณะของความพึงพอใจ ความประทับใจ

### ลักษณะทั่วไปของการบริการ (Service)

1. ให้ความสะดวก
2. ไม่สามารถที่จะจับต้องได้ด้วยประสาททั้ง 5 เหมือนสินค้าและไม่มีการเปลี่ยนแปลงในตัวสินค้า
3. ใช้แรงงานเป็นหลัก

4. ผลผลิตออกมาในรูปของความพึงพอใจ ความประทับใจ หรือในทางตรงข้าม คือความไม่พอใจ

5. บริโภคไม่ได้

### หลักการให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2537: 146) กล่าวว่า การให้บริการควรประกอบด้วย 5 ประการ คือ

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้ว นอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ครบวงจรของการบริการแล้วนั้นมิได้มีเพียงขั้นตอนเดียว

3. หลักความเสมอภาค กล่าวคือ บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นมาก

4. หลักความประหยัด กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก กล่าวคือ บริการที่จัดให้แก่ผู้รับจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก และยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการ

### ผลิตภัณฑ์บริการ

ผลิตภัณฑ์บริการนับเป็นกุญแจสำคัญของการบริการที่จะสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ทั้งนี้องค์การจะเป็นผู้กำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์บริการที่จะนำเสนอ (Service offer) แก่ลูกค้า โดยคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการ รูปแบบการให้บริการ และภาพลักษณ์ของการบริการ

การนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า จะต้องเริ่มต้นจากการสำรวจพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้บริโภคเกี่ยวกับลักษณะของการบริการที่เขาต้องการ และสิ่งที่เขาคาดว่าจะได้รับจากการบริการ แล้วนำข้อมูลนั้นมาจัดวางระบบการบริการแก่ลูกค้า โดยระดับของการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการ แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

1.1 บริการหลัก (Core Service) หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำที่เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบโดยตรงของธุรกิจบริการแต่ละประเภท เช่น ในธุรกิจโรงแรม บริการหลักคือ การให้เข้าพัก

1.2 บริการที่คาดหวัง (Expected Service) หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำที่ลูกค้ามักคาดหวังว่าจะได้รับ เช่น ในธุรกิจโรงแรม บริการที่คาดหวังคือ ห้องพักที่จัดไว้เรียบร้อยสะอาดตา

1.3 บริการพิเศษเพิ่มเติม (Exceeded Service) หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำที่ลูกค้ามิได้คาดคิดมาก่อนหรือคาดหวังว่าจะได้รับ ทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ ซึ่งเป็นสิ่งนำไปสู่ความสำเร็จของการบริการที่เป็นเลิศ เช่น ในธุรกิจโรงแรม บริการพิเศษเพิ่มเติม คือ การต้อนรับและอำนวยความสะดวกด้วยไมตรีจิตที่ดีงาม

**หลักปฏิบัติในการบริการที่ประสบความสำเร็จมีดังนี้** (วิเชียร ชันรหัตต์. 2540; อ้างอิงจาก วีระพล เอี่ยมโสภณ. 2547: 25)

1. สถานที่ สะอาด สะดวก สบาย และสวยงาม
2. เตรียมตัวเองให้พร้อมทุกด้าน สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิต และบุคลิกภาพ
3. ตรงต่อเวลา
4. มีความกระตือรือร้นที่จะบริการ ยิ้ม ทักทาย
5. สามารถให้รายละเอียดแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
6. ให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
7. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยไม่แสดงอาการเบื่อหน่ายให้ลูกค้าเห็น
8. เมื่อมีงานแทรกเข้ามาระหว่างปฏิบัติงาน ถ้าต้องทิ้งงานบริการที่กำลังทำให้ลูกค้า ต้องแจ้งให้ลูกค้าว่าใครจะเป็นผู้ให้บริการแทนตัวเอง
9. เมื่อมีลูกค้าเข้ารับบริการพร้อมกัน ให้หมายเลขตามลำดับก่อน-หลัง และส่งความอาหารถึงลูกค้าที่กำลังรออยู่โดยส่งยิ้ม หรือทักทายเพื่อแสดงว่ายินดีบริการ
10. กรณีเกิดปัญหาขัดแย้งกับลูกค้า ถ้าไม่สามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ด้วยตัวเอง ให้นำเข้าพบหัวหน้าหรือพยายามชักจูงไปยังห้องอื่นเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน

**มิติของคุณภาพในการบริการ (Dimension of Service Quality) มี 5 ประการ ได้แก่** (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ. 2546; อ้างอิงจาก คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟล็อก)

1. ความเชื่อถือได้ : บริษัทขึ้นอยู่กับกรให้บริการตามที่สัญญาไว้เป็นระยะเวลาานานหรือไม่
2. ความมีตัวตน : สิ่งที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ของผู้ให้บริการ เช่น เว็บไซต์ อุปกรณ์ต่างๆ บุคลากร และวัสดุทางการสื่อสารมีลักษณะเป็นอย่างไร
3. การโต้ตอบจากพนักงาน : พนักงานของบริษัทให้ความช่วยเหลือ และสามารถให้บริการอย่างทันทีทันใดหรือไม่
4. ความไว้วางใจ : พนักงานผู้ให้บริการมีความรู้ ความสุภาพ ความสามารถ และความซื่อสัตย์หรือไม่
5. ความเอาใจใส่ : บริษัทที่ให้บริการมีการดูแลและความสนใจในตัวลูกค้า อย่างเป็นส่วนตัวหรือไม่

**องค์การบริการ** เป้าหมายขององค์การบริการทุกแห่งจะมุ่งความสนใจไปที่ความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการเสมอ เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้ถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจบริการก็เช่นกัน จะต้องเสนอบริการที่มีผู้ซื้อหรือผู้บริโภคที่ชอบพอในบริการนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการเป็นผู้รับผิดชอบการวางแผนนโยบายบริหารและควบคุมการดำเนินงานขององค์การธุรกิจบริการ การบริหารการบริการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้งานบริการดำเนินไปด้วยดีและสามารถตอบสนองความต้องการต่างๆของลูกค้าหรือผู้รับบริการให้ได้มากที่สุดโดยได้รับความพึงพอใจสูงสุด ทั้งนี้ผู้บริหารการบริการในองค์การจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. นโยบายการบริการ องค์การจะต้องมีการกำหนดนโยบายการให้บริการ (วัตถุประสงค์และเป้าหมายรวม) ที่ชัดเจนและแจ้งให้พนักงานบริการทุกคนในองค์การยึดมั่นในนโยบายดังกล่าว พร้อมทั้งคอยสอดส่องดูแลพนักงานทุกคนปฏิบัติตามนโยบายโดยพร้อมเพรียงกัน

2. การบริหารการบริการ การกำหนดโครงสร้างองค์การและกลยุทธการบริการการบริการที่ดีให้ความสำคัญกับลูกค้าและพนักงานบริการทุกระดับ ในลักษณะของการบริหารแบบรับแขก โดยผู้บริหารปฏิบัติงานสัมผัสกับลูกค้าโดยตรงร่วมกับพนักงานบริการอยู่เสมอหรืออาจจะใช้การบริหารแบบเดินทั่วองค์การซึ่งเป็นการตรวจเยี่ยมพูดคุยกับลูกค้าและพนักงานบริการในจุดที่มีการบริการเพื่อตรวจสอบคุณภาพของการให้บริการที่กำลังดำเนินอยู่ ตลอดจนกำหนดแผนกลยุทธการบริการและฝึกอบรมพนักงานบริการให้มีทักษะเชิงมโนภาพควบคู่กับทักษะเชิงพฤติกรรมก็จะทำให้การดำเนินงานบริการเป็นไปด้วยดี

3. วัฒนธรรมการบริการ การเสริมสร้างความร่วมมือร่วมใจ ความเชื่อถือ และความจริงจังต่อกันให้เกิดทั่วองค์การระหว่างหน่วยงานภายในองค์การและระหว่างพนักงานด้วยกันรวมทั้งการให้คุณค่าของการให้บริการซึ่งกันและกันจะช่วยกระตุ้นจิตใจสำนึกและทัศนคติต่องานบริการของผู้ที่เกี่ยวข้องในอันที่จะส่งผลให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างมีคุณภาพ

4. รูปแบบของการบริการ องค์การจะต้องพิจารณาออกแบบระบบหรือวิธีการให้บริการลูกค้าที่สอดคล้องกับนโยบายการบริการ เช่น เน้นการให้คนบริการคน โดยผู้บริการสนใจ เอาใจใส่ลูกค้าทุกคนและเป็นรายบุคคลด้วยอัธยาศัยเป็นกันเองพร้อมๆกับการนำเสนอบริการตามพันธะขององค์การ หรือนโยบายอำนวยความสะดวกรวดเร็ว

5. คุณภาพของการบริการ การควบคุมมาตรฐานคุณภาพการให้บริการอย่างจริงจังด้วยการตรวจสอบและประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าและปัญหาข้อบกพร่องต่างๆเป็นระยะๆจะช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนางานบริการได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอันนำมาซึ่งคุณภาพของการบริการที่เป็นเลิศ นุชนาถ คุณความดี. (2551: 29-30)

### **ทฤษฎีการบริการ**

การบริการ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า **Service** เมื่อนำมาแยกตัวอักษรแต่ละตัวสามารถแยกองค์ประกอบในการบริการได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 55) ดังนี้

S = Satisfaction	หมายถึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการ
E = Expectation	หมายถึง ความคาดหวังของผู้รับบริการ
R = Readiness	หมายถึง ความพร้อมในการบริการ
V = Values	หมายถึง ความมีคุณค่าของการบริการ
I = Interest	หมายถึง ความสนใจต่อการบริการ
C = Courtesy	หมายถึง ความมีไมตรีจิตในการบริการ
E = Efficiency	หมายถึง ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ

จินตนา บุญบลการ.(2539: 7) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะ 7 ประการของการบริการที่ดี ซึ่งคำว่า “บริการ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE และมีความหมาย ดังนี้

S = Smiling & Sympathy	หมายถึง ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจ ต่อความลำบากยุ่งยากของผู้รับบริการ
E = Early Response	หมายถึง ตอบสนองต่อความประสงค์ของผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว ทันใจ โดยไม่ต้องให้เอ่ยปากเรียกร้อง
R = Respectful	หมายถึง การแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ
V = Voluntariness manner	หมายถึง การให้บริการอย่างสมัครใจ เต็มใจทำ
I = Image Enhancing	หมายถึง รักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและองค์กร
C = Courtesy	หมายถึง ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพ มีมารยาทดี
E = Enthusias	หมายถึง ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะบริการ และให้บริการมากกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวัง

ฮอลส์คิน และคนอื่นๆ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 338-339) ได้อธิบายการใช้บริการว่า เกิดจากผู้รับบริการ เกิดการเรียนรู้ในบริการนั้น

การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร ซึ่งการเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นเกิดจากการรับประสบการณ์ ดังนั้นการเรียนรู้มีหลักสำคัญ 3 ประการ คือ

1. การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนพฤติกรรม โดย
  - 1.1 เปลี่ยนจากไม่เคยรู้จักบริการ เป็นรู้จักบริการนั้น
  - 1.2 เปลี่ยนจากไม่ชอบบริการ เป็นชอบบริการนั้น
  - 1.3 เปลี่ยนจากไม่เคยใช้บริการ เป็นใช้บริการนั้น
2. การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างถาวร เมื่อรู้จักชื่อของบริการอย่างค่อนข้างถาวรแล้ว แม้จะทิ้งช่วงเวลาไปเนิ่นนาน ก็ยังบอกชื่อเครื่องหมายการค้าของบริการนั้นถูกต้อง
3. การเรียนรู้เกิดจากผู้รับบริการได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับบริการ ไม่ว่าจะโดยตรงด้วยตนเองมาก่อน หรือโดยผู้อื่นบอก

ลอว์ฟ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 339-340) ได้เสนอทฤษฎีการเรียนรู้จากเงื่อนไขสิ่งเร้า ซึ่งสามารถนำมาอธิบายความรู้สึกที่มีต่อบริการได้ หากนำสิ่งเร้าตามธรรมชาติไปควบคู่กับบริการบ่อยๆแล้วจะทำให้มนุษย์เกิดความรู้สึกบางอย่างได้อย่างหนึ่งเช่นเดียวกับความรู้สึกที่มากกระตุ้น

ฟาร์เลย์ และคนอื่นๆ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 338) ได้พัฒนาทฤษฎี และเรียกว่า “ทฤษฎีการตัดสินใจรับบริการ” ซึ่งมีองค์ประกอบที่สัมพันธ์ซึ่งกันและกัน 6 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ข้อเท็จจริงหรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการรับรู้เกี่ยวกับบริการได้ 2 วิธี คือ

- จากประสบการณ์ทางตรง หมายถึง ผู้รับบริการได้ใช้วิริยะสัมผัสของตนสัมผัสกับบริการนั้นโดยตรง แล้วเกิดการรับรู้ว่าสิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ และพอใจกับการบริการนั้นมากน้อยเพียงใด

- จากประสบการณ์ทางอ้อม หมายถึง ผู้รับบริการได้รับข้อมูลข่าวสารจากคำบอกเล่าของผู้อื่น แล้วทำให้เกิดการรับรู้ว่าสิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ และพอใจกับการบริการนั้นมากน้อยเพียงใด ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้รับบริการนึกถึงเครื่องหมายการค้า และเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ เกิดความเชื่อมั่นในบริการนั้น

2. เครื่องหมายการค้า ทำให้ผู้รับบริการนึกถึงคุณภาพของบริการ เครื่องหมายการค้ามีอิทธิพลต่อความรู้สึกและความเชื่อมั่นในบริการนั้น ในปัจจุบันการโฆษณาบริการ จะมุ่งให้ผู้รับบริการศรัทธาต่อเครื่องหมายการค้า จนทำให้ผู้รับบริการนึกถึง

3. เจตคติที่ดีต่อเครื่องหมายการค้า เป็นความรู้สึกชอบ ไม่ชอบต่อการบริการ เจตคติที่ดีต่อเครื่องหมายการค้าจะมีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่นที่จะใช้บริการนั้นต่อไป

4. ความเชื่อมั่นในบริการ เป็นการประเมินและตัดสินใจว่าบริการนั้น ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการหรือไม่ ความเชื่อมั่นในบริการเกิดจากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ และความศรัทธาที่มีต่อเครื่องหมายการค้าเหล่านั้นร่วมกัน ซึ่งมีอิทธิพลให้ใช้หรือไม่ใช้บริการนั้นต่อไป

5. ความมุ่งมั่นหรือตัดสินใจใช้บริการนั้น ซึ่งมีอิทธิพลมาจากเจตคติที่ดีต่อเครื่องหมายการค้า และความมุ่งมั่นในการใช้ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในที่สุด

6. การใช้บริการ เป็นขั้นอนสุดท้ายที่ผู้รับบริการตัดสินใจใช้บริการ ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการของฟาร์เลย์ สามารถอธิบายว่าผู้รับบริการได้นำข้อมูลต่างๆมาวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจในการใช้บริการ

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและความพึงพอใจในบริการ

#### แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ ตามแนวคิดของนักการตลาด ได้ให้ความหมายเป็น 2 อย่าง ดังนี้

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อ

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์ทุกอย่างที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 19)

วอลเลสเตอร์ (จุฑามาศ สระศรี.2543 : 11; อ้างอิงจาก Wallerstein. 1971: 25-26) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End - State in Feeling) ที่ได้รับความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และอธิบายว่าความพึงพอใจเป็นกระบวนการทางจิตวิทยา ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน แต่สามารถคาดคะเนได้ว่ามีหรือไม่มีจากการสังเกตพฤติกรรมของคนเท่านั้น การที่จะทำให้คนเกิดความไม่พึงพอใจจะต้องศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบที่เป็นสาเหตุแห่งความพึงพอใจนั้น

วรูม (Vroom.1964: 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เป็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

มอส (Morse.1958: 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียดทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วนความเครียดก็จะน้อยลงความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

เมเนอร์ ดับบริล เชลล์ (Maynard W.Shelly.1964: 9) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่แบ่งได้เป็นสองประเภท คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

วอลแมน (เฉลิมชัย ไวยชิตา. 2546: 9; อ้างอิงจาก Wolman. 1973: 384) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Want) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

หลุยส์ จำปาเทศ (อดุลย์ หิริรักษ์เสาวณีย์. 2542: 34; อ้างอิงจาก หลุยส์ จำปาเทศ. 2533: 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความต้องการ (Needs) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 334) ได้กล่าวว่า การบริการ เป็นกิจกรรมผลประโยชน์ที่เสนอเพื่อขายและสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

เกศินี กลั่นบุศย์ (2540: 23) ได้ให้ความหมายของ การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่าง ๆ ต่อผู้มารับบริการซึ่งจะเป็นผู้กำหนดเงื่อนไขของการมารับบริการ เช่น การอำนวยความสะดวก การให้ความช่วยเหลือ เป็นต้น

दनัย เทียนพุด (2543: 10) กล่าวว่า การให้บริการ หมายถึง การมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการหรือชนะใจลูกค้า ซึ่งต้องเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง และตอบสนองลูกค้าด้วยบริการเป็นเลิศ โดยเสนอสิ่งที่ดีเหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า รวมถึง ความสามารถในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสม

บีเอ็ม เวอร์มา (B.M. Verma. 2537: 45) กล่าวว่า การให้บริการที่ดีส่วนหนึ่งขึ้นกับการเข้าถึงลูกค้ามากที่สุด ซึ่งได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการบริการดังนี้

1. ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ (Availability) คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่ กับความต้องการของการรับบริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้ง การเดินทาง
3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (Accommodation) ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่า ให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ความสามารถของผู้รับบริการ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ
5. การยอมรับคุณภาพของบริการ ซึ่งในการนี้จะรวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

จากแนวคิดของความพึงพอใจทั้งหมดที่กล่าวมา สามารถสรุปความหมายได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและแรงจูงใจ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองต่อความต้องการ หรือบรรลุถึงความต้องการในระดับที่ตั้งไว้ และจะเห็นได้ว่า ทศนคติ ความพึงพอใจและความคิดเห็นนั้น จะมีส่วนใกล้เคียงกันมากจนจะเป็นเรื่องเดียวกัน เพราะผู้มีทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ก็มีความพึงพอใจต่อสิ่งนั้นด้วย

### ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำให้งานสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้พนักงานเกิดความพึงพอใจการทำงานแล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือ จำนวนผู้ที่ใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ่งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ (สาโรช ไสยสมบัติ. 2534: 15)

ยิ่งกว่านั้น การให้บริการนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อสินค้า ยังขยายถึงความรู้สึกอันดีต่อบริษัท ลูกค้าจะเกิดความประทับใจ ซึ่งทุกบริษัทจะให้ความสนใจเพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด (ไทยประกันชีวิต จำกัด. 2539: 7)

### การวัดความพึงพอใจต่อบริการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับ การให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นในการวัดความพึงพอใจต่อบริการอาจจะกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ. 2534: 39)

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้มากอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง
2. การสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ตอบคำถามตามข้อเท็จจริง
3. การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการรับบริการ ขณะรับบริการ และหลังการรับบริการ จะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นสามารถที่จะวัดได้หลายวิธีทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพน่าเชื่อถือ

### ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการให้บริการ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจนั้นสามารถพิจารณาได้จากแนวคิดเกี่ยวกับหลักการของการให้บริการสาธารณะ ดังนี้

1. ความเพียงพอของการบริการที่มีอยู่ กับความต้องการขอรับบริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงสถานที่ตั้ง และการเดินทาง
3. ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ
4. ความสามารถของผู้รับบริการในการที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการบริการ
5. การยอมรับคุณภาพของบริการ ซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการ

ด้วย

## ทฤษฎีความพึงพอใจ

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 33-36) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ (Product perceived performance) กับการคาดหวังของลูกค้า (Expectation) ซึ่งเกิดจากประสบการณ์และความรู้สึกในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ที่จะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยพยายามสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) โดยการทำงานร่วมกับฝ่ายต่างๆโดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้า จะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ คือ ราคาสินค้า (Price) นั้นเอง ส่วนระดับของความพึงพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้างๆเป็น 3 ระดับด้วยกัน และลูกค้ารายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอดตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความพอใจ ถ้าเกินความคาดหวัง ลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้น ความพอใจอย่างเดียวไม่สามารถดึงดูดลูกค้าให้อยู่กับตนได้ตลอดไป ดังนั้นลูกค้าที่ได้รับความพอใจอย่างสูงไม่ใช่กลุ่มที่จะเปลี่ยนใจง่าย ๆ ความพอใจหรือความยินดีในระดับสูงของลูกค้าจะสร้างความรู้สึกใกล้ชิดทางอารมณ์ต่อตราสินค้านั้น ซึ่งไม่ใช่ความชอบธรรมดาทั่วไป ผลที่ตามมาคือ ความภักดีของลูกค้าในระดับสูงนั่นเอง

## แนวคิดความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการรับบริการ

มิลเล็ต (Millet. 1954: 397-400) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พอใจหรือไม่ โดยวัดจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) คือ การให้บริการที่มีความยุติธรรม
2. ความเสมอภาคและเสมอหน้าไม่ว่าจะเป็นใคร
3. การให้บริการที่รวดเร็ว และทันต่อเวลา (Timely Service) คือ การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
4. การให้บริการอย่างพอเพียง (Ample Service) คือ ความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ
5. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) จนกว่าจะบรรลุผล
6. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนางานบริการด้านปริมาณคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

**The Service Quality Institute** (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. 2539: 55) ได้บัญญัติกฎของการให้บริการแก่ผู้รับบริการ 3 ประการ คือ

1. กฎของความประทับใจครั้งแรก (Law of First Impression) การแสดงออกที่เป็นตัวกำหนดลักษณะที่ผู้รับบริการแสดงออกกับผู้ให้บริการ หากผู้ให้บริการแสดงความเป็นมิตรกับผู้รับบริการ ปกป้องตนเองมากเกินไป การแสดงพฤติกรรมเช่นนี้เพียงไม่กี่วินาที จะทำให้ยอดขายลดลงและสูญเสียลูกค้าไป

2. กฎของการเก็บเกี่ยว (Law of Harvest) หากผู้ให้บริการ บริการด้วยความเป็นมิตรด้วยความสุภาพ และให้บริการได้ทันใจ ก็จะได้รับ ความไว้วางใจ ความเชื่อถือ การยอมรับ องค์กรก็จะได้ลูกค้าที่จงรักภักดี ส่งผลให้องค์กรมีความเจริญรุ่งเรือง ซึ่งเป็นผลที่เก็บเกี่ยวได้ตลอดไป

3. กฎของเทอร์โมไดนามิกส์ (Law of Thermodynamics) องค์กรต้องมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการอยู่เสมอ เพื่อรักษาความประทับใจ หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ในระยะยาวนาน

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2534: 21) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังของลูกค้าดังนี้

- ความมีชื่อเสียงของบริษัท
- ตัวพนักงานผู้ให้บริการ
- ผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- ราคาผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- มาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

**ทฤษฎีความต้องการของอเดย์ และแอนด์เดอร์เซน (Aday and Andersen) (มสธ. 2539: 350)** ความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคต่องานบริการจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละธุรกิจ ซึ่งไม่เหมือนกัน เช่น ธุรกิจสายการบิน ผู้รับบริการต้องการความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง ธุรกิจบริการอาหาร ผู้รับบริการต้องการการต้อนรับที่ดี อาหารอร่อย ความรวดเร็ว สถานที่สะอาด เป็นต้น นอกจากนี้ได้ศึกษาสรุปเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการและหากได้รับสิ่งนั้นจะเกิดความพึงพอใจดังนี้

- ความสะดวกที่ได้รับการบริการ (Convenience) ได้แก่ ระยะเวลาในการรอคอย เพื่อรอรับการบริการไม่นาน ความเป็นระเบียบของหน่วยงานบริการและลักษณะสถานที่ของหน่วยบริการ
- การประสานงานของการบริการ (Coordination) ได้แก่ การได้รับการบริการทั้งหมด ความต้องการความสนใจของผู้ปฏิบัติงานต่อผู้รับบริการ เป็นต้น
- อภัยยศและความสนใจต่อการบริการ (Courtesy) ได้แก่ คำพูดเชิงบวก บุคลิกภาพ น่าเลื่อมใส ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและความดูแลเอาใจใส่ตลอดเวลา
- ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Information) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป เช่น วิธีการรับบริการ บริการ กฎระเบียบต่างๆ เกี่ยวกับการรับบริการ

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีด้านการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์

##### ความหมายของการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)

ปณิศา ลัญชันนทร์ (2548: 273) ได้อธิบายได้ ดังนี้

การบริหารการสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Customer Relationship Management) เป็นขั้นตอนการสร้างและการธำรงรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โดยส่งมอบคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งและความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยบริษัทสามารถทำกำไรได้ด้วย กล่าวคือ บริษัทจะต้องบริหารรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละรายและที่การติดต่อกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อก่อให้เกิดความภักดีจากลูกค้าสูงสุด ดังนั้น CRM จึงต้องอาศัยข้อมูลทางการตลาดซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า (Kotler ;& Armstrong.2004: 16) แนวความคิดของ CRM มุ่งที่จะธำรงรักษาลูกค้าเก่าเอาไว้ และในขณะเดียวกันก็จะจูงใจลูกค้าใหม่ด้วย

##### หลัก CRM 3 ประการ : จูงใจ (Attracting) การธำรงรักษา (Retaining) และการเพิ่มลูกค้า (Growing Customer)

หลักทั้ง 3 ประการนี้ เป็นหลักในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โดยการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งขั้นและความพึงพอใจสำหรับลูกค้า (Satisfied customer) ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้ามีความภักดี (Customer's loyalty) ซึ่งมีประเด็นต้องพิจารณา ดังนี้

1. คุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ และความพึงพอใจของลูกค้า การจูงใจและการธำรงรักษาลูกค้าไว้เป็นงานที่ยากลำบาก บริษัทจึงต้องหาวิธีที่จะส่งมอบคุณค่าและความพึงพอใจของลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่งขั้นให้ได้

1.1 คุณค่าของลูกค้า (Customer value) ลูกค้าจะซื้อสินค้าจากบริษัทที่เสนอคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ได้สูงสุด โดยจะเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณค่ารวมในสายตาของลูกค้า กับต้นทุนรวมของลูกค้า ดังสมการ

$$\text{คุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า} = \text{คุณค่ารวมในสายตาลูกค้า} - \text{ต้นทุนรวมของลูกค้า}$$

จากสมการข้างต้น ลูกค้าจะประเมินความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ทั้งหมดและต้นทุนทั้งหมดจากสิ่งที่ตลาดนำเสนอ ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับมีมากกว่าต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าจ่ายไปลูกค้าก็จะพอใจ แต่ถ้าผลประโยชน์ต่ำกว่าต้นทุนและค่าใช้จ่ายทางการตลาดลูกค้าก็จะไม่พอใจ

1.2 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) ขึ้นอยู่กับผลการทำงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ลูกค้ารับรู้เมื่อเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง โดยหากลูกค้ารู้สึกว่าการทำงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกิดขึ้นจริงมากกว่า หรือเป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังจากผลิตภัณฑ์หรือ

บริการ ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจ และประทับใจอย่างยิ่ง แต่หากผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่เกิดขึ้นจริงนั้นต่ำกว่าสิ่งที่ลูกค้ายาคาดหวัง ลูกค้าย่อมจะไม่พึงพอใจ

ดังนั้น เพื่อให้ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจและเกิดประสบการณ์ที่ดี สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การทำให้ผลการดำเนินงานจริงเป็นไปตามที่ลูกค้ายาคาดหวังหรือเกินกว่าที่ลูกค้ายาคาดหวัง โดยองค์กร จะต้องพยายามทำให้ลูกค้าย่อมเกิดความประทับใจโดยการสัญญาเฉพาะสิ่งที่องค์กรสามารถส่งมอบให้ ได้ และทำการส่งมอบสิ่งที่เหนือความคาดหวังหากองค์กรต้องการเพิ่มความพึงพอใจสูงสุด

2. ความจงรักภักดีและการชำระรักษาลูกค้าย่อม ลูกค้าย่อมที่พอใจจะให้มีผลประโยชน์หลาย ประการต่อองค์กร ลูกค้าย่อมที่พอใจจะมีความไวต่อราคาน้อย มีความภักดีต่อองค์กร และจะบอกต่อ เกี่ยวกับสิ่งที่ดีขององค์กรกับบุคคลอื่น แต่อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความภักดีจะแตกต่างกันตามลักษณะของอุตสาหกรรมและสถานการณ์การแข่งขัน

เนื่องจากความสำคัญของสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่มีต่อยอดขาย การพัฒนาทางด้านลูกค้าย่อมสัมพันธ์ จึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการวางแผนการขายในระยะยาว การจะสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยเจตนาอันแน่วแน่ สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ขายสินค้าหรือบริการและลูกค้าย่อมหรือผู้รับบริการนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่มีค่าดัง ทอง ทั้งนี้เพราะค่าของมันอยู่ที่การเสาะแสวงหาได้ยาก เมื่อได้มาแล้วก็ยากที่จะเก็บรักษาไว้ตั้ง ความสวยของดอกไม้ไม่มีความคงทน นอกจากนี้ยังมีผู้กล่าวอีกว่า สัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้าย่อมกับ ผู้ขายมีพลังตั้งเครื่องยนตร์โบซึ่งยากที่จะสร้างขึ้นมาได้ (National Foremen's Institute. 1963; อ้างอิงจาก วีระพล เอี่ยมโสภณ. 2547: 35)

ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าย่อมหรือผู้ให้บริการกับผู้ขาย จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายโดยแนวทางการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีนั้น ซึ่งสถาบันโพรเมนส์ได้ให้ แนวทางการพัฒนาลูกค้าย่อมไว้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าย่อมหรือผู้ให้บริการ และขณะเดียวกันก็ต้อง กระทำตนให้ลูกค้าย่อมหรือผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ขายหรือผู้บริการเช่นกัน การจะพูดอะไรทำอะไร จะต้องทำด้วยความมั่นใจว่าจะไม่ก่อให้เกิดทัศนคติในทางลบขึ้นกับผู้ขายใด ที่สำคัญที่สุดพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบการจะต้องสร้างทัศนคติที่ดีขึ้นในตัวลูกค้าย่อมหรือผู้มารับบริการว่า บริษัท หรือองค์กรที่ลูกค้าย่อมมาทำธุรกิจนี้เป็นสถานที่ที่ดีและเชื่อถือได้มากที่สุดในการให้บริการ

2. พนักงานของบริษัทที่ประกอบธุรกิจต่างๆ จะต้องเป็นผู้ที่มีความภูมิใจ มีความภาคภูมิใจ มีบุคลิกภาพ ดี มีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อยดูมีสง่าราศีดี ในทางปฏิบัติหรือความเป็นจริงพนักงานที่ต้องพบ กับลูกค้าย่อม หรือผู้ให้บริการจำเป็นที่จะต้องแต่งตัวให้เรียบร้อยดูสะอาดมากกว่าพนักงานที่ทำงานในส่วนที่ไม่ต้องติดต่อกับลูกค้าย่อมหรือผู้ให้บริการ

3. ในการติดต่อหรือให้บริการลูกค้านั้น เจ้าหน้าที่หรือพนักงานควรจะให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบว่าตนเองต้องทำอะไรบ้าง จะต้องใช้เวลาอย่างน้อยเท่าใด มีพนักงานคนอื่นหรือไม่ที่ลูกค้าจะต้องพบหรือติดต่อ ซึ่งการติดต่อหรือให้บริการนั้นจะต้องสร้างความรู้สึกว่ามีผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่มีความพร้อมและตั้งใจที่จะช่วยเหลือบริการลูกค้าอย่างเต็มที่

4. เมื่อมีลูกค้าหรือผู้รับบริการเข้ามาติดต่อธุรกิจหรือขอรับบริการ พนักงานของผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญและความสนใจแก่ลูกค้าทันที แม้ว่าในขณะที่นั้นอาจกำลังทำงานอื่นอยู่ก็ตาม การให้ความสนใจนั้นต้องรวมไปถึงความพยายามที่จะให้ความช่วยเหลือหรือบริการทันที

5. อย่าพยายามพูดหรือเน้นในสิ่งที่เป็นจุดเด่นของสินค้าหรือบริการกับลูกค้าประจำแต่จะต้องพูดถึงหรือกล่าวถึงความสำคัญของตัวลูกค้าประจำที่มีต่อบริษัทหรือธุรกิจที่ประกอบอยู่

6. พยายามให้ความช่วยเหลือหรือบริการบางสิ่งบางอย่างที่สามารถแก้ไขปัญหาหรือลดความต้องการของลูกค้าก็สามารถทำได้ การให้อะไรนอกเหนือจากสินค้าหรือบริการที่ได้รับตามปกติจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้ใช้บริการกับบริษัทที่ประกอบการ

7. ถ้าเกิดความล่าช้าในการส่งสินค้าหรือการให้บริการอันเนื่องมาจากเหตุขัดข้องบางประการที่มีได้คาดหมาย นับว่าเป็นความสูญเสียในทางธุรกิจอย่างมากซึ่งในสถานการณ์เช่นนี้ ความเสียหายต่าง ๆ ยากที่จะแก้ไขหรือทำให้ลดน้อยลง แต่หนทางเดียวที่จะป้องกันความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัทก็คือ การขอภัยและรับผิดชอบต่อลูกค้าและอธิบายให้ทราบถึงสาเหตุให้ลูกค้าได้ทราบ แต่ต้องไม่ลืมว่าทางบริษัทหรือผู้ประกอบการจำเป็นต้องป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนี้อีกในอนาคต

8. ในยามที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีความข้องใจหรือมีข้อสงสัยในเรื่องใด พนักงานหรือผู้ให้บริการจะต้องให้ความสนใจและตอบคำถามโดยไม่มีการรีรอหรือล่าช้า

9. ตอบหรืออธิบายหรือแก้ไขข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันทีทันใด เช่นเดียวกับการไม่รีรอในการตอบข้อซักถามข้อข้องใจในยามที่ไม่สามารถให้สินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการได้ อันเนื่องมาจาก เหตุผลต่าง ๆ เช่น สินค้าหมด พนักงานจะต้องให้ความช่วยเหลือลูกค้าให้ได้รับสินค้าหรือบริการจากที่อื่น ลูกค้าที่ได้รับความช่วยเหลือนี้อาจกลับมาซื้อสินค้าหรือบริการต่อไปในอนาคต

สุเมธ แสงประทีป (2552: 1) ได้อธิบายความสัมพันธ์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กับ การบริหารประสบการณ์ของลูกค้าไว้ว่า

**CRM: Customer Relationship Management.** คือ การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า โดยการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้ได้มีกิจกรรมร่วมกัน โดยรู้สึกเหมือนกับว่าลูกค้าและองค์กรเกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน และเมื่อนั้นเราจะทำการพัฒนาความสัมพันธ์ดังกล่าวไปสู่ความผูกพันระหว่างองค์กรกับลูกค้าคือ CEM ต่อไป

**CEM: Customer Experience Management.** คือ การสร้างความผูกพันทางใจระหว่างองค์กรกับลูกค้า สามารถทำได้โดยการจัดทำกิจกรรมต่างๆ โดยหาความคาดหวังของลูกค้าและทำการตอบสนองให้ตรงจุด เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อประสบการณ์และความคาดหวังของลูกค้า ต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร

- สร้างประสบการณ์ให้ลูกค้า ให้เคยชินจนเกิดการยอมรับการให้บริการขององค์กร
- สร้างอารมณ์ ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ดีของการได้รับบริการที่ดีจากองค์กร
- ทำให้ลูกค้าชอบ → เชื่อ → ยอมรับและทำตาม (สาวก)

สรุป เราสามารถให้คำนิยาม CRM to CEM ได้คือ “การนำข้อมูลลูกค้ามาทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถส่งมอบบริการในระดับสากลที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า แต่ละกลุ่มแต่ละราย โดยสามารถสร้างประสบการณ์ทางบวกและเหนือความคาดหวังของลูกค้าได้”

### Customer Experience

ประสบการณ์เกิดขึ้นได้อย่างไร

Five senses → Evaluate → Experience → Emotion

ลำดับขั้นประสบการณ์ของลูกค้า

1. ตั้งความคาดหวัง
2. ก่อนรับบริการ
3. ระหว่างการรับบริการ
4. ใช้บริการ
5. ทบทวนประสบการณ์หลังการรับบริการ

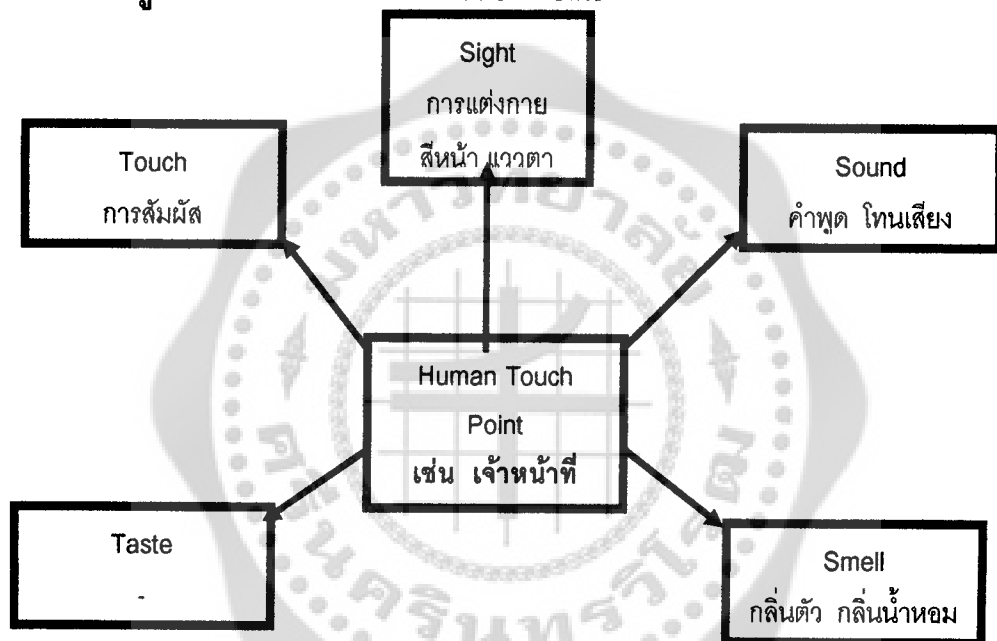
### 5 ขั้นตอนการบริหารประสบการณ์ลูกค้า

1. Touch Points Identification
2. Experience Assessment
3. Brand Experience Design
4. Implement & Evaluation
5. Experience Enrichment

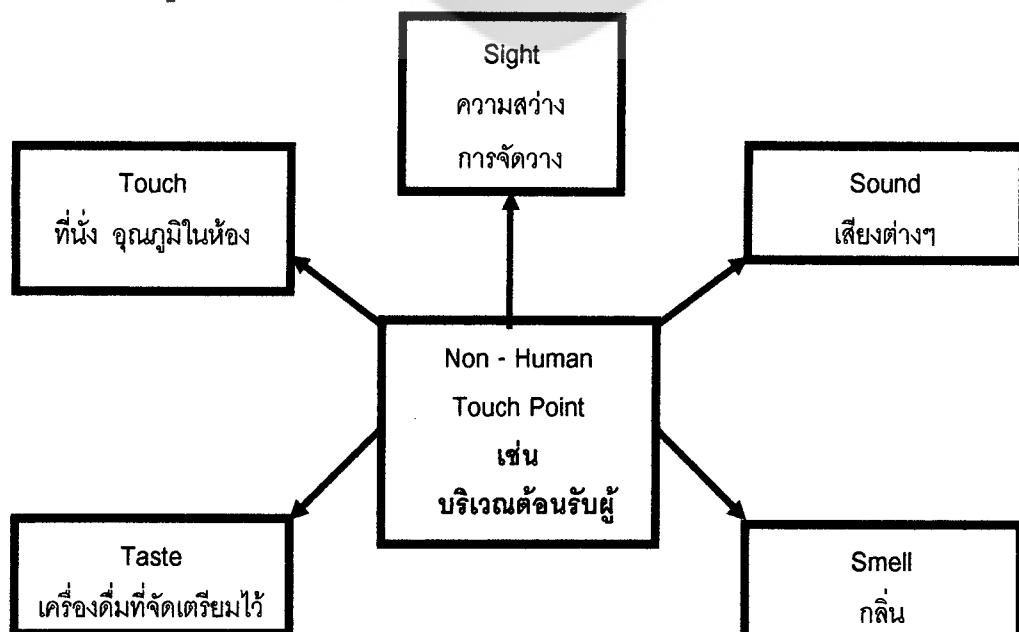
### 1. Touch Points Identification

Human touch point	Non – Human touch point
เจ้าหน้าที่สำนักงานทรัพย์สินฯ	บริเวณรับรองผู้เช่า
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	ทางเข้า
แม่บ้าน	ที่จอดรถ
ฯลฯ	ฯลฯ

### Five Senses ที่ลูกค้าได้รับจาก Human Touch Point



### Five Senses ที่ลูกค้าได้รับจาก Non – Human Touch Point



## 2. Experience Assessment ประเมินประสบการณ์ลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัส

- ประสบการณ์ ก่อน การใช้บริการ
- ประสบการณ์ ระหว่าง การใช้บริการ
- ประสบการณ์ หลัง การใช้บริการ
- ประสบการณ์ การรอ การใช้บริการ

## 3. Brand Experience Design: Brand คือสัญลักษณ์ของความน่าเชื่อถือซึ่งสามารถกำหนดได้ถึงมาตรฐานการให้บริการที่สะท้อนถึง Brand

### ออกแบบประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์

- แตกต่าง
- มีคุณค่าในสายตาลูกค้า
- สะท้อนความใส่ใจในรายละเอียด
- สม่่าเสมอ คงเส้นคงวา

### ตารางกำหนดมาตรฐานการให้บริการที่สะท้อนถึงแบรนด์

ช่วงประสบการณ์ของ ลูกค้า	ความต้องการของลูกค้า	สิ่งที่ต้องปฏิบัติให้บริการ ลูกค้า
เข้ารับบริการ	ต้อนรับด้วยความเต็มใจและ อบอุ่น และให้บริการอย่าง รวดเร็ว	แต่งกายตามแบบฟอร์ม สำนักงานฯ ยืนต้อนรับผู้เข้า กล่าวทักทายอย่างอบอุ่น
ระหว่างรับบริการ	รับฟังผู้เข้าทุกเรื่อง แสดง ความต้องการช่วยเหลืออย่าง จริงใจ	ฟังความต้องการของผู้เข้า ปัญหาต่างๆ ช่วยเหลือผู้เข้า ทุกกรณี
ขณะรอรับบริการ	ได้รับบริการที่รวดเร็ว และ ตรงความต้องการนั้นๆ	ให้บริการที่ถูกต้องอย่าง รวดเร็ว
หลังจากเสร็จการบริการ	ได้รับเอกสารครบถ้วน และ บริการตามความต้องการที่มา ติดต่อ	ส่งมอบเอกสารและบริการ อย่างถูกต้องยกมือไหว้และ กล่าวขอบคุณ

ที่มา : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ; หลักสูตร Customer Experience Management: CRM to CEM

## 5. การให้บริการของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

กองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จะรับผิดชอบหน้าที่ในการให้บริการด้านต่างๆแก่ผู้เช่า และผู้ที่มาติดต่อกับสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยตรง โดยกองบริการลูกค้าจะแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบออกเป็น 3 แผนก ได้แก่

แผนกบริการลูกค้า 1 จะรับผิดชอบในส่วนของระบบข้อมูลผู้เช่า การออกใบแจ้งหนี้ และใบเสร็จให้แก่ผู้เช่า และการชำระค่าเช่าโดยหักผ่านบัญชีธนาคาร

แผนกบริการลูกค้า 2 จะดูแลรับผิดชอบในส่วนนิติกรรมที่เป็นการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ หรือ **One stop service** เช่น การทำนิติกรรมสัญญา การขอรับเช่า รวมไปถึงการรับชำระค่าบริการต่างๆ

แผนกบริการลูกค้า 3 จะรับผิดชอบในการให้คำปรึกษาแนะนำ และรับคำร้องในกรณีต่างๆ เช่น การขออนุญาตปลูกสร้าง การร้องเรียนกรณีเกิดความขัดแย้งระหว่างผู้เช่า หรือกรณีพิเศษที่ไม่สามารถให้บริการแบบเบ็ดเสร็จได้ รวมไปถึงบริการ **Call Center** ที่ให้บริการตอบคำถามให้คำแนะนำปรึกษาทางโทรศัพท์

**ลักษณะการปฏิบัติงานของกองบริการลูกค้า** จะแบ่งออกเป็น **Front Office** และ **Back Office**

**Front Office** จะประกอบไปด้วย

1. เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ของแผนกบริการลูกค้า 3 ประจำอยู่ โดยจะทำหน้าที่ในการให้การต้อนรับ คัดกรอง ให้คำแนะนำ และอำนวยความสะดวกต่างๆแก่ผู้มาติดต่อ รวมไปถึงการรับคำร้องต่างๆที่เข้ามาทางแผนกบริการลูกค้า 3

2. เคาน์เตอร์ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ (**One Stop Service**) ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ของแผนกบริการลูกค้า 2 ประจำอยู่ โดยจะให้บริการรับชำระต่างๆ และให้บริการด้านการทำนิติกรรมแบบเบ็ดเสร็จ เช่น การต่อสัญญาเช่า เป็นต้น โดยเพื่อความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัยในการให้บริการ กองบริการลูกค้าได้นำระบบเครื่องเรียกคิวมาใช้ในบริหารจัดการผู้เช่าที่เข้ามาใช้บริการชำระเงิน และการทำนิติกรรม

3. บริการห้องรับรองผู้เช่า ที่เป็นสัดส่วน ในกรณีที่ผู้เช่าต้องการปรึกษากับเจ้าหน้าที่ หรือเขียนคำร้อง เพื่อความเป็นส่วนตัว และความสะดวกในการเจรจา

**Back Office** จะประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ แผนกบริการลูกค้า 1, แผนกบริการลูกค้า 2 และแผนกบริการลูกค้า 3 ซึ่งจะดูแลงานด้านระบบข้อมูล ให้การสนับสนุนงาน **Front Office** และงานด้านเอกสาร รวมถึงการประสานส่งต่อคำร้องต่าง ๆ เพื่อให้ส่วนงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไป

คุณภาพการให้บริการของกองบริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จะแบ่งการให้บริการออกเป็น 2 ด้านดังนี้ (ข้อมูลจากกองบริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์)

1. ด้านบุคลากร ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่เป็นผู้ให้บริการภายในกองบริการลูกค้า ได้แก่ ความสุภาพอ่อนน้อมในการให้การต้อนรับ การให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก รวมถึงการให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่ผู้เช่า และผู้ที่มาใช้บริการภายในกองบริการลูกค้า เพื่อให้เกิดประโยชน์บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการ และเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

2. ด้านการให้บริการภายในกองบริการลูกค้า

2.1 ด้านการให้บริการหลัก การให้บริการหลักเป็นการบริการที่เกี่ยวกับการทำนิติกรรมแบบเบ็ดเสร็จ การรับชำระค่าบริการ การให้คำปรึกษาและคำแนะนำ การรับคำร้องกรณีต่างๆ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้มีใช้บริการ

2.2 ด้านการให้บริการเสริม เป็นสื่อกลางในการติดต่อประสานงานระหว่างผู้เช่าและผู้ที่มาติดต่อ กับเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในสำนักงาน

3. ด้านสิ่งแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในกองบริการลูกค้า ได้แก่

3.1 การจัดตกแต่งบริเวณโถงรับรองให้เป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด

3.2 แก้วน้ำรับรองที่สะดวกสบายและเพียงพอต่อความต้องการของผู้เช่าใช้บริการ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ

3.3 ห้องรับรองผู้เช่าที่มีความเป็นส่วนตัว เพื่อความเป็นส่วนตัวและความสะดวกในการเจรจา

3.4 ระบบเครื่องเรียกคิว กรณีการทำนิติกรรมเบ็ดเสร็จ และการชำระค่าบริการ เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัย

3.5 ห้องน้ำที่ให้บริการอย่างเพียงพอ สะอาดและถูกสุขลักษณะอนามัย

3.6 การอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ และคนชรา โดยการทำทางลาดสำหรับรถเข็นผู้พิการ ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ และบริการรถเข็นสำหรับผู้พิการ

## 6. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นาฎยา พิเศษ. (2546: บทคัดย่อ) การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในกรุงเทพมหานคร” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ ทั้งโดยภาพรวม และรายด้าน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประกอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในร้านหนังสือ ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน วิเคราะห์ค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า 1. จำนวนผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน 2. ความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับพอใจ 3. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพการสมรส และอาชีพ 4. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา 5. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามอายุ และเมื่อศึกษาในรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเมื่อจำแนกตามอายุ 6. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเมื่อจำแนกตามรายได้ และเมื่อศึกษารายด้านพบว่ามีความพึงพอใจในด้านการสื่อสาร ด้านข้อมูลในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อจำแนกตามรายได้

ศุภวัช วงศ์ชัยบูรณ์. (2547: บทคัดย่อ) การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้าน Route66” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้าน Route66 ในด้านส่วนผสมทางการตลาด 4 ด้าน และเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้าน Route66 โดยจำแนกตามประชากรศาสตร์ และวัตถุประสงค์หลักที่มาใช้บริการ โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ที่มาใช้บริการร้าน Route66 จำนวน 400 คน โดยวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว และในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบด้วยวิธี LSD เป็นรายคู่ ผลการวิจัยพบว่า 1. ความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยรวมและรายด้านต่อการใช้บริการร้าน Route66 ในด้านส่วนผสมทางการตลาด 4 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง 2. ผู้บริโภคที่มีอาชีพ และสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 3. ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านราคามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4. ผู้บริโภคที่มีอายุ รายได้ และวัตถุประสงค์หลักที่มาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการ

บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5. ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่างก็มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แลเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าดารส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อุทโทษะ โรจนมุกดา. (2547: บทคัดย่อ) การวิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของสายการบินแอร์เอเชีย" การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการบริการของสายการบินแอร์เอเชีย โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินแอร์เอเชียอย่างน้อย 1 เที่ยวบิน จำนวน 385 คน โดยวิเคราะห์ข้อมูลค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียวและในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบด้วยวิธี LSD เป็นรายคู่ ผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้โดยสารส่วนใหญ่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 45-54 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักธุรกิจ มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,001-20,000บาท 2. ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง 3. ผู้โดยสารที่มีเพศ อายุ และสถานภาพสมรส แตกต่างก็มีความพึงพอใจต่อการบริการไม่แตกต่างกันทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ 4. ผู้โดยสารที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกันใน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร ส่วนในด้านบริการ และด้านภาพลักษณ์ ผู้โดยสารมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน 5. ผู้โดยสารที่มีอาชีพที่แตกต่างก็มีความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกันทั้งทางด้านบริการ และด้านภาพลักษณ์ ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากรผู้โดยสารมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน 6. ความพึงพอใจของผู้โดยสารมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสาร มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ

นุชนาถ คุณความดี. (2551: บทคัดย่อ) การวิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการเฮลท์แลนด์ สปาแอนด์มาสสาจ สาขาปิ่นเกล้า" การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการเฮลท์แลนด์ สปาแอนด์มาสสาจ สาขาปิ่นเกล้า โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจด้านบริการ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด การบริการของพนักงาน ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการในการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการเฮลท์แลนด์ สปาแอนด์มาสสาจ สาขาปิ่นเกล้า จำนวน 250 ราย โดยวิเคราะห์ข้อมูลร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพลูกจ้างหรือพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท 2. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการมีสาเหตุการมาใช้บริการ คือ โกล้งบ้าน ใช้บริการนวดแผนไทย วัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อการผ่อนคลาย มาใช้บริการกับสมาชิกในครอบครัว ความถี่ในการใช้บริการเฉลี่ย 2.4 ครั้ง/เดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ 451.44 บาท/ครั้ง 3. ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการบริการ โดยด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการบริการของพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการในการให้บริการอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง 4. ลูกค้ามีความคิดเห็นด้านความจงรักภักดีด้านการใช้บริการซ้ำในระดับคาดว่าจะใช้บริการซ้ำ ด้านการไม่อ่อนไหวต่อราคา และด้านความสัมพันธ์ระยะยาวในระดับไม่แน่ใจ 5. ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความจงรักภักดีด้านการไม่อ่อนไหวต่อราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อความจงรักภักดีด้านความสัมพันธ์ระยะยาวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 6. ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านการบริการของพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีด้านการใช้บริการซ้ำ โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญ และด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี ด้านการให้บริการโดยมีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ 7. ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนผสมการตลาด ได้แก่ ด้านราคา ด้านการบริการของพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีด้านการไม่อ่อนไหวต่อราคา โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ และด้านบริการ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีด้านการไม่อ่อนไหวต่อราคา โดยมีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ 8. ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านบริการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีด้านความสัมพันธ์ระยะยาว โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ และด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีด้านความสัมพันธ์ระยะยาว โดยมีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพนักงานขายและพนักงานที่ทำหน้าที่ให้บริการจะเห็นได้ว่า ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การให้บริการของพนักงานของและพนักงานผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้นั้น เป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับสองฝ่าย คือ ผู้ให้บริการ (Providers) และอีกฝ่ายหนึ่งคือผู้รับบริการ (Recipients) โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานขายหรือพนักงานที่ทำหน้าที่ให้บริการนั้น จำเป็นต้องมีคุณสมบัติของพนักงานขายที่ดี มีความรับผิดชอบต่อ

การให้บริการ มีความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้า มีบุคลิกภาพที่ดีในการบริการ มีความรอบรู้ มีความเข้าใจในลักษณะงานบริการ และมีการพัฒนางานบริการจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ในการให้บริการ สิ่งสำคัญนอกเหนือจากที่กล่าวมาคือต้องเป็นผู้ที่มีใจรักงานบริการ



### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมธุรกิจสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

##### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

##### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าวิจัย ได้แก่ ผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำนวน 400 ตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยให้สูตรคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา.2545: 74) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e}$$

เมื่อ	n	แทน	จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง
	P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่สุ่ม
	Z	แทน	ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ระดับความมั่นใจ 95 % (ระดับ 0.05)
	e	แทน	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้
			สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากร เท่ากับ 0.05 ต้องการระดับความมั่นใจ 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5%

$$\begin{aligned}
 P &= 0.50 \\
 Z &= \text{ณ.ระดับความมั่นใจ 95\% ดังนั้น } Z = 1.96 \\
 E &= \text{ความผิดพลาดที่พอจะอนุโลมได้ 5\% ดังนั้น } E = 0.05 \\
 n &= \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2} \\
 &= 384.16 \text{ หรือ 385 ตัวอย่าง}
 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่าง เท่ากับ 385 คน (เป็นอย่างน้อย) และได้มีการเพิ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวมกับจำนวนสำรองแบบสอบถามสำหรับการวิจัยครั้งนี้ จะเท่ากับ 400 คน

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยการใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้นำไปเก็บข้อมูลจากผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ให้ครบตามจำนวน 400 คน

## 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือก โดยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ซึ่งมีลักษณะ ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามสำหรับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ โดยลักษณะแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามแบบมีคำตอบชนิดเลือกตอบ 2 คำตอบ (Simple-dichotomy Question) จำนวน 1 ข้อ และคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 5 ข้อ รวมทั้งหมด 6 ข้อ แต่ละข้อมีระดับการวัดข้อมูล ดังนี้

- |                  |  |
|------------------|--|
| 1. เพศ           | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ<br>(Nominal Scale) |
| 2. อายุ          | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ<br>(Ordinal Scale) |
| 3. ระดับการศึกษา | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ<br>(Ordinal Scale) |

4. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
5. รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
6. วัตถุประสงค์การใช้บริการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เป็นคำถามเกี่ยวกับการให้บริการทั้ง 7 ด้าน ให้ผู้ตอบคำถามแสดงความคิดเห็นเป็นการวัดความพึงพอใจ มีลักษณะเป็นคำถามแบบสเกลการจัดประเภท (Selected Category Scale) โดยให้ความสำคัญ (Importance) และให้ค่าคะแนนหรือ Rating Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ 2541: 166) ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ

1. ด้านความน่าเชื่อถือ	จำนวน	4	ข้อ
2. ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	จำนวน	2	ข้อ
3. ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	จำนวน	3	ข้อ
4. ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่	จำนวน	4	ข้อ
5. ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่	จำนวน	6	ข้อ

โดยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังต่อไปนี้

พึงพอใจมากที่สุด	หมายถึง	5
พึงพอใจมาก	หมายถึง	4
พึงพอใจปานกลาง	หมายถึง	3
พึงพอใจน้อย	หมายถึง	2
พึงพอใจน้อยที่สุด	หมายถึง	1

การแปลผล (Interpretation) และการอภิปรายผลการวิจัย โดยเป็นคำถามที่ใช้ในระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) ในแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้ (มัลลิกา บุนนาค 2537: 29)

$$\begin{aligned}
 \text{จากสูตร ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	หมายถึง	คะแนน 4.21-5.00
พึงพอใจมาก	หมายถึง	คะแนน 3.41-4.20
พึงพอใจปานกลาง	หมายถึง	คะแนน 2.61-3.40
พึงพอใจน้อย	หมายถึง	คะแนน 1.81-2.60
พึงพอใจน้อยที่สุด	หมายถึง	คะแนน 1.00-1.80

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาลักษณะ รูปแบบ และวิธีการเขียนแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษา
2. สังเกตและทำการสัมภาษณ์ผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการ ลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เกี่ยวกับความพึงพอใจการใช้บริการขั้นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. รวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี ผลการวิจัย และการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการ
4. สร้างแบบสอบถามทั่วไป จำนวน 6 ข้อ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ จำนวน 4 ข้อ ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ จำนวน 2 ข้อ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ จำนวน 3 ข้อ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า จำนวน 4 ข้อ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ จำนวน 6 ข้อ
5. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อตรวจสอบ เสนอแนะและปรับปรุงแก้ไขต่อไป
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ก่อนทดลอง (Try out)

7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้วไปทดลองใช้กับผู้รับบริการ กองบริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำนวน 40 คน

8. วิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) โดยใช้สูตรของ ครอนบัท ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.96

9. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากแหล่งที่มา 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากการตอบแบบสอบถามของผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

1.1 ผู้วิจัยจัดเตรียมแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

1.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้กลุ่มเป้าหมายตอบแบบสอบถาม พร้อมให้คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม ตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

1.3 เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับการตอบแล้วทั้งหมด เพื่อดำเนินการขั้นตอนการวิจัยต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบทความ เอกสารต่าง ๆ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลทาง Internet

#### การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 14.0 ได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และวัตถุประสงค์การใช้บริการ มาวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ คิดเป็นร้อยละ

3. นำข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมธุรกิจ กองบริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มาหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยรวมและรายด้าน พิจารณาค่าเฉลี่ยแล้วสรุปผล

4. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่า T-Test และระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้ค่าสถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

### 1. ค่าสถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละเพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 40)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ หรือเปอร์เซ็นต์
	f	แทน	ความถี่ที่สำรวจได้
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด หรือจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในด้านต่าง ๆ โดยใช้สูตร ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 39)

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x_i$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในด้านต่าง ๆ โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 39)

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$x_i$	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

## 2. สถิติที่ใช้หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 50)

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ	$\alpha$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
	$K$	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
	$\overline{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

## 3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร t-test for Independent sample ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534: 178)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}\right)}}$$

เมื่อ	$t$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1, \bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	$S_1^2, S_2^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	$n_1, n_2$	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

3.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One - Way ANOVA (Analysis of Variance) (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2545: 176-20)

$$F = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(w)}}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ
	$MS_{(B)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between Groups)
	$MS_{(w)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within Groups)

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544: 333)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE \left[ \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่

$$n = \sum_{i=1}^k n_i$$

$$n_i \neq n$$

$$r = n - k$$

เมื่อ  $t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k}$  แทน ค่าที่ใช้พิจารณาการแจกแจงที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

$MSE$  แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม  $MS_{(w)}$

$K$  แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

$n$  แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

$\alpha$  แทน ค่าความเชื่อมั่น

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

$H_0$	แทน	สมมติฐานหลัก
$H_a$	แทน	สมมติฐานรอง
$n$	แทน	จำนวนผู้บริโภครวมตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Max	แทน	ค่าสูงสุด (Maximum)
Min	แทน	ค่าต่ำสุด (Minimum)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
F-Prob.,p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคล และวัตถุประสงค์การเข้าใช้บริการภายในสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้รับบริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้รับบริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้รับบริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 6 ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยการหาความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะของข้อมูลส่วนตัว	ความถี่(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	204	51.0
หญิง	196	49.0
รวม	400	100.0
2. อายุ		
20 – 30 ปี	48	12.0
31 – 40 ปี	166	41.5

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะของข้อมูลส่วนตัว	ความถี่(คน)	ร้อยละ
41 – 50 ปี	121	30.3
51 ปีขึ้นไป	65	16.3
รวม	400	100
<b>3. ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	156	39.0
ปริญญาตรี	162	40.5
สูงกว่าปริญญาตรี	80	20.0
รวม	398	99.5
<b>4. อาชีพ</b>		
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	55	13.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	33	8.3
พนักงานเอกชน/รับจ้าง	163	40.8
เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ	115	28.8
อื่นๆ*	34	8.5
รวม	400	100.0
<b>5. รายได้</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	87	21.8
10,001 – 25,000 บาท	189	47.3
25,001 บาท ขึ้นไป	121	30.3
รวม	397	99.3
<b>6. วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ</b>		
ชำระค่าเช่า ค่าภาษี เบี้ยประกันภัย	234	58.5
ต่อสัญญา ขอรับเช่า ขอโอนสิทธิการเช่า	128	32.0
ยื่นคำร้องทั่วไป**	38	9.5
รวม	400	100.0

\*อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ, แม่บ้าน, นักศึกษา และว่างงาน

\*\*ยื่นคำร้องทั่วไป ได้แก่ ขออนุญาตซ่อมแซมสถานที่เช่า, ขออนุญาตปลูกสร้าง, ขอส่งแบบแปลนสิ่งปลูกสร้าง, ขอถอนและขอรับเงินประกันต่างๆ, ขอรับเช่า กรณีผู้เช่าเดิมถึงแก่กรรม, ขอเปลี่ยนวัตถุประสงค์การเช่า, ขอลดหย่อนค่าเช่า ค่าธรรมเนียม และขอร้องเรียนต่างๆ

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 204 คน มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 166 คน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 162 คน อาชีพพนักงานเอกชนและรับจ้าง จำนวน 163 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท จำนวน 189 คน และมีวัตถุประสงค์ที่เข้าใช้บริการชำระค่าเช่า ค่าภาษี และ เบี้ยประกันภัย จำนวน 234 คน

2. ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ และด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ

ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เจ้าหน้าที่ฯ มีความเข้าใจ เรื่องที่ ผู้รับบริการต้องการติดต่อได้	4.38	0.602	พึงพอใจมากที่สุด
2. ความสามารถในการให้ข้อมูล ให้ คำแนะนำ และตอบคำถามเกี่ยวกับ นโยบาย, หลักเกณฑ์, ขั้นตอนและ เอกสารประกอบของเจ้าหน้าที่ฯ	4.33	0.604	พึงพอใจมากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่ฯ มีข้อมูลของผู้เช่าที่ถูกต้อง แม่นยำ เป็นปัจจุบันได้อย่างครบถ้วน	4.44	0.627	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.383	0.498	พึงพอใจมากที่สุด

จากตาราง 2 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือโดยภาพรวม พบว่าผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.383)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากที่สุดทุกข้อ สามารถเรียงลำดับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่ฯ มีข้อมูลของผู้เช่าที่ถูกต้อง แม่นยำ เป็นปัจจุบันได้อย่างครบถ้วนเป็นอันดับที่หนึ่ง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.44) รองลงมาคือความพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่ฯ มีความเข้าใจเรื่องที่ต้องการบริการที่ต้องการติดต่อได้ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.38) และความพึงพอใจความสามารถในการให้ข้อมูล ให้คำแนะนำ และตอบคำถามเกี่ยวกับนโยบาย, หลักเกณฑ์, ขั้นตอนและเอกสารประกอบของเจ้าหน้าที่ฯ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.33) ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ

ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความกระตือรือร้น และมีความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฯ	4.46	0.595	พึงพอใจมากที่สุด
2. การให้คำแนะนำหรือช่วยแก้ปัญหาแก่ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมกันของเจ้าหน้าที่ฯ	4.49	0.604	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.423	0.536	พึงพอใจมากที่สุด

จากตาราง 3 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ โดยภาพรวม พบว่าผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.423) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากที่สุดทุกข้อ สามารถเรียงลำดับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจความกระตือรือร้น และมีความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฯ เป็นอันดับที่หนึ่ง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.46) และความพึงพอใจการให้คำแนะนำหรือช่วยแก้ปัญหาแก่ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมกันของเจ้าหน้าที่ฯ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.39) ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ

ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความรวดเร็วในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่	4.34	0.692	พึงพอใจมากที่สุด
2. ความสามารถในการให้บริการ ผู้รับบริการให้แล้วเสร็จในเวลาที่กำหนด ของเจ้าหน้าที่	4.33	0.690	พึงพอใจมากที่สุด
3. ความพอเพียง และความรวดเร็วในการ ให้บริการของเจ้าหน้าที่ ในช่วงเวลา พักกลางวัน	4.32	2.126	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.326	0.901	พึงพอใจมากที่สุด

จากตาราง 4 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการโดยภาพรวม พบว่าผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.326) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากที่สุดทุกข้อ สามารถเรียงลำดับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เป็นอันดับที่หนึ่ง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.34) รองลงมาคือความพึงพอใจความสามารถในการให้บริการผู้รับบริการให้แล้วเสร็จในเวลาที่กำหนดของเจ้าหน้าที่(ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.33) และความพึงพอใจความพอเพียง และความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ในช่วงเวลาพักกลางวัน (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.32) ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า

ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ฯ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสุภาพอ่อนน้อม	4.27	0.809	พึงพอใจมากที่สุด
2. การแต่งกาย	4.44	0.549	พึงพอใจมากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่ฯ ให้การต้อนรับที่เหมาะสม	4.49	0.629	พึงพอใจมากที่สุด
4. เจ้าหน้าที่ฯ พุดจาไพเราะสุภาพอ่อนน้อม	4.49	0.660	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.420	0.517	พึงพอใจมากที่สุด

จากตาราง 5 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า โดยภาพรวม พบว่าผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.420) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากที่สุดทุกข้อ สามารถเรียงลำดับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่ฯ ให้การต้อนรับที่เหมาะสม และความพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่ฯ พุดจาไพเราะสุภาพอ่อนน้อม เป็นอันดับที่หนึ่ง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.49) รองลงมาคือความพึงพอใจในการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ฯ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.44) และความพึงพอใจในความสุภาพอ่อนน้อมของเจ้าหน้าที่ฯ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.27) ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่

ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การเตรียมความพร้อมของเครื่องมือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้แก่ ผู้รับบริการ	4.47	2.059	พึงพอใจมากที่สุด
2. การจัดแบ่งเคาน์เตอร์ในการให้บริการ แต่ละประเภท เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้รับบริการ	4.27	0.626	พึงพอใจมากที่สุด
3. สถานที่ในกองบริการลูกค้ามีที่นั่งพักรอ รับบริการอย่างสะดวกสบายและ เพียงพอ	4.38	0.535	พึงพอใจมากที่สุด
4. กองบริการลูกค้ามีสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ อย่างเพียงพอ	4.46	0.552	พึงพอใจมากที่สุด
5. สถานที่ในกองบริการลูกค้ามีห้องน้ำที่ สะอาดและเพียงพอ	4.35	0.624	พึงพอใจมากที่สุด
6. กองบริการลูกค้ามีระบบเครื่องเรียก บัตรคิวที่มีประสิทธิภาพและเข้าใจง่าย	4.42	0.620	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.391	0.551	พึงพอใจมากที่สุด

จากตาราง 6 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ โดยภาพรวม พบว่าผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.391) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากที่สุดทุกข้อ สามารถเรียงลำดับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจในการเตรียมความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการ เป็นอันดับที่หนึ่ง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47) รองลงมาคือความพึงพอใจที่กองบริการลูกค้ามีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างเพียงพอ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.46) ความพึงพอใจที่กองบริการลูกค้ามีระบบเครื่องเรียกบัตรคิวที่มีประสิทธิภาพและเข้าใจง่าย (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ

4.42) ความพึงพอใจสถานที่ในกองบริการลูกค้ามีที่นั้งพักรอรับบริการอย่างสะดวกสบายและเพียงพอ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.38) ความพึงพอใจสถานที่ในกองบริการลูกค้ามีห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.35) และความพึงพอใจการจัดแบ่งเคาน์เตอร์ในการให้บริการแต่ละประเภท เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการ(ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.27) ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ผู้รับบริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้รับบริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้รับบริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรสองกลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Prop. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 7 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า	เพศ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D	T	df	P
ด้านความน่าเชื่อถือ	ชาย	4.35	0.44	-0.976	398	0.330
	หญิง	4.40	0.547			
ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการ ให้บริการ	ชาย	4.43	0.506	0.289	398	0.772
	หญิง	4.41	0.567			
ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	ชาย	4.32	1.083	-0.034	398	0.973
	หญิง	4.32	0.663			
ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ บริการลูกค้า	ชาย	4.46	0.445	1.830	398	0.068
	หญิง	4.37	0.580			

ตาราง 7 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า		t-test for Equality of Means				
		เพศ	$\bar{X}$	S.D	T	df
ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และ สถานที่	ชาย	4.35	0.617	-1.298	398	0.195
	หญิง	4.42	0.471			
ความพึงพอใจโดยรวม	ชาย	4.38	0.407	-0.060	398	0.952
	หญิง	4.39	0.475			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศของผู้รับบริการ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

ความพึงพอใจโดยรวม มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.952 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการ เพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.330 ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.772 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.973 ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.068 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.195 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2** ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One -Way Analysis of Variance : One-Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธ ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ (Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 8 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.629	0.543	2.203	0.087
	ภายในกลุ่ม	396	97.594	0.246		
	รวม	399	99.222			
ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.979	0.326	1.135	0.335
	ภายในกลุ่ม	396	113.945	0.288		
	รวม	399	114.924			
ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	8.733	2.911	3.654	0.013*
	ภายในกลุ่ม	396	315.472	0.797		
	รวม	399	324.204			
ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	1.392	0.464	1.741	0.158
	ภายในกลุ่ม	396	105.525	0.266		
	รวม	399	106.917			

ตาราง 8 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านความพร้อมของ อุปกรณ์และสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3	0.951	0.317	1.043	0.373
	ภายในกลุ่ม	396	120.291	0.304		
	รวม	399	121.242			
ความพึงพอใจ โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.074	0.358	1.845	0.138
	ภายในกลุ่ม	396	76.820	0.194		
	รวม	399	77.894			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ One – Way Analysis of Variance : One-Way Anova จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความพึงพอใจโดยรวม มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.138 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.087 ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.335 ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.158 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.373 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเพื่อให้ทราบว่า ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการระยะเวลาในการใช้บริการ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	20 – 30 ปี	30 – 40 ปี	40 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		4.70	4.22	4.34	4.26
20 – 30 ปี	4.70	-	0.47** (0.001)	0.35* (0.021)	0.43* (0.010)
31 – 40 ปี	4.22	-	-	0.12 (0.250)	0.03 (0.791)
41 – 50 ปี	4.34	-	-	-	0.08 (0.520)
51 ปีขึ้นไป	4.26	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการระยะเวลาในการใช้บริการ จำแนกตามอายุ ได้ผลดังนี้

ผู้รับบริการที่มีอายุ 20 - 30 ปี กับ ผู้รับบริการที่มีอายุ 31 - 40 ปี พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอายุ 20 - 30 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีอายุ 31 - 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.47

ผู้รับบริการที่มีอายุ 20 - 30 ปี กับ ผู้รับบริการที่มีอายุ 41 - 50 ปี พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอายุ 20 - 30 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีอายุ 41 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

ผู้รับบริการที่มีอายุ 20 - 30 ปี กับ ผู้รับบริการที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอายุ 20 - 30 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43

**สมมติฐานข้อที่ 3** ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One -Way Analysis of Variance : One-Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธ ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ (Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 10 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า  
สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Sig.
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.318	0.159	0.638	0.529
	ภายในกลุ่ม	397	98.904	0.249		
	รวม	399	99.222			
ด้านการให้ความเอา ใจใส่ในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.432	0.716	2.505	0.083
	ภายในกลุ่ม	397	113.492	0.286		
	รวม	399	114.924			
ด้านความรวดเร็วใน การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.534	1.267	1.564	0.211
	ภายในกลุ่ม	397	321.670	0.810		
	รวม	399	324.204			
ด้านบุคลิกภาพของ เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	0.602	0.301	1.124	0.326
	ภายในกลุ่ม	397	106.315	0.268		
	รวม	399	106.917			
ด้านความพร้อมของ อุปกรณ์และสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	2.766	0.383	4.634	0.010*
	ภายในกลุ่ม	397	118.476	0.298		
	รวม	399	121.242			
ความพึงพอใจ โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.081	0.040	0.206	0.814
	ภายในกลุ่ม	397	77.813	0.196		
	รวม	399	77.894			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของ  
เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดย  
ใช้สถิติ One – Way Analysis of Variance : One-Way Anova จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า  
ความพึงพอใจโดยรวม มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.814 ซึ่งมากกว่า  
0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการ  
ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงาน

ทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ มีค่าความน่าจะเป็นเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ แตกต่างกันได้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.529 ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.083 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.211 ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.326 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเพื่อให้ทราบว่า ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการระยะเวลาในการใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.36	-	0.03 (0.541)	0.18* (0.014)
ปริญญาตรี	4.33	-	-	0.22* (0.003)

## ตาราง 11 (ต่อ)

สูงกว่าปริญญาตรี	4.55	-	-	-
------------------	------	---	---	---

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
 \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ผลดังนี้

ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่น้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.18

ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับ ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่น้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

**สมมติฐานข้อที่ 4** ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One -Way Analysis of Variance : One-Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธ ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่

แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ (Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 12 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Sig.
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.723	0.931	3.849	0.004**
	ภายในกลุ่ม	395	95.499	0.242		
	รวม	399	99.222			
ด้านการให้ความเอา ใจใส่ในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.427	0.357	1.242	0.293
	ภายในกลุ่ม	395	113.497	0.287		
	รวม	399	114.924			
ด้านความรวดเร็วใน การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.556	0.564	0.692	0.598
	ภายในกลุ่ม	395	321.948	0.815		
	รวม	399	324.204			
ด้านบุคลิกภาพของ เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	0.504	0.126	0.468	0.760
	ภายในกลุ่ม	395	106.414	0.269		
	รวม	399	106.917			
ด้านความพร้อมของ อุปกรณ์และสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	4	2.863	0.709	2.366	0.052
	ภายในกลุ่ม	395	118.405	0.300		
	รวม	399	121.242			
ความพึงพอใจ โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.502	0.375	1.941	0.103
	ภายในกลุ่ม	395	76.392	0.193		
	รวม	399	77.894			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ **One – Way Analysis of Variance : One-Way Anova** จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

ความพึงพอใจโดยรวม มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ 0.103 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ 0.293 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ 0.598 ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ 0.760 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ 0.052 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเพื่อให้ทราบว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธี **Least Significant Difference (LSD)** ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการ  
ของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ  
จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน/รับจ้าง	เจ้าของ กิจการ/ อาชีพอิสระ	อื่นๆ
รับราชการ	4.38	-	0.22* (0.037)	0.09 (0.227)	0.05 (0.499)	0.09 (0.383)
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.16	0.22* (0.037)	-	0.31** (0.001)	0.17 (0.078)	0.13 (0.271)
พนักงานเอกชน/ รับจ้าง	4.48	0.09 (0.227)	0.31** (0.001)	-	0.14* (0.014)	0.18* (0.014)
เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ	4.33	0.05 (0.499)	0.17 (0.078)	0.14* (0.014)	-	0.03 (0.683)
อื่นๆ	4.29	0.09 (0.383)	0.13 (0.271)	0.18* (0.014)	0.03 (0.683)	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามอาชีพ ได้ผลดังนี้

ผู้รับบริการที่มีอาชีพรับราชการ กับ ผู้เข้ารับบริการที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพรับราชการ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือน้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

ผู้รับบริการที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ ผู้รับบริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน หรือรับจ้างทั่วไป พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือน้อยกว่า

ผู้รับบริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน หรือรับจ้างทั่วไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.31

ผู้รับบริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน หรือรับจ้างทั่วไป กับ ผู้เข้ารับบริการที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ หรือประกอบอาชีพอิสระ พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน หรือรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือน้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ หรือประกอบอาชีพอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.14

ผู้เข้ารับบริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน หรือรับจ้างทั่วไป กับ ผู้รับบริการที่มีอาชีพอื่นๆ พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน หรือรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือน้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.18

**สมมติฐานข้อที่ 5** ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One -Way Analysis of Variance : One-Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธ ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ (Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 14 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า  
สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Sig.
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.204	0.102	0.408	0.665
	ภายในกลุ่ม	397	99.018	0.249		
	รวม	399	99.222			
ด้านการให้ความเอา ใจใส่ในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.047	0.023	0.081	0.922
	ภายในกลุ่ม	397	114.878	0.289		
	รวม	399	114.924			
ด้านความรวดเร็วใน การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.372	1.186	1.463	0.233
	ภายในกลุ่ม	397	321.832	0.811		
	รวม	399	324.204			
ด้านบุคลิกภาพของ เจ้าหน้าที่บริการ ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	1.610	0.805	3.034	0.049*
	ภายในกลุ่ม	397	105.308	0.265		
	รวม	399	106.917			
ด้านความพร้อมของ อุปกรณ์และสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	0.494	0.247	0.811	0.445
	ภายในกลุ่ม	397	120.748	0.304		
	รวม	399	121.242			
ความพึงพอใจ โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.032	0.016	0.081	0.922
	ภายในกลุ่ม	397	77.862	0.196		
	รวม	399	77.894			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนรายได้เฉลี่ย โดยใช้สถิติ One – Way Analysis of Variance : One-Way Anova จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

ความพึงพอใจโดยรวม มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.922 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า

สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.665 ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.922 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.233 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.445 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเพื่อให้ทราบว่า ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 25,000 บาท	25,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.48	-	0.12 (0.053)	0.00 (0.962)
10,001 – 25,000 บาท	4.35	-	-	0.12* (0.036)

ตาราง 15 (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 25,000 บาท	25,001 บาท ขึ้นไป
25,001 บาท ขึ้นไป	4.47	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลดังนี้

ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 25,000 บาท ต่อเดือน กับ ผู้รับบริการที่มีรายได้ 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 25,000 บาท ต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการ น้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีรายได้ 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.12

**สมมติฐานข้อที่ 6** ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One -Way Analysis of Variance : One-Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธ ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่

แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ (Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่ กองบริการลูกค้า

ความพึงพอใจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Sig.
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.859	0.429	1.733	0.178
	ภายในกลุ่ม	397	98.363	0.248		
	รวม	399	99.222			
ด้านการให้ความเอา ใจใส่ในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.786	0.893	3.134	0.045*
	ภายในกลุ่ม	397	113.138	0.285		
	รวม	399	114.924			
ด้านความรวดเร็วใน การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	6.898	3.449	4.315	0.014*
	ภายในกลุ่ม	397	317.307	0.799		
	รวม	399	324.204			
ด้านบุคลิกภาพของ เจ้าหน้าที่บริการ ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	1.130	0.565	2.121	0.121
	ภายในกลุ่ม	397	105.787	0.266		
	รวม	399	106.917			
ด้านความพร้อมของ อุปกรณ์และสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	0.137	0.069	0.225	0.798
	ภายในกลุ่ม	397	121.104	0.305		
	รวม	399	121.242			
ความพึงพอใจ โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.337	0.669	3.467	0.032*
	ภายในกลุ่ม	397	76.556	0.193		
	รวม	399	77.894			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้า โดยใช้สถิติ **One – Way Analysis of Variance : One-Way Anova** จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

ความพึงพอใจโดยรวม มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ **0.032** ซึ่งน้อยกว่า **0.05** นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ **0.05** ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ **0.045** ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ **0.014** ซึ่งน้อยกว่า **0.05** นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ **0.05** ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ **0.178** ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ **0.121** ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ปลั๊กสถานที่ มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ **0.798** ซึ่งมากกว่า **0.05** นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ **0.05** ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเพื่อให้ทราบว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ และด้านความรวดเร็วในการให้บริการแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธี **Least Significant Difference (LSD)** ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้า เป็นรายคู่

วัตถุประสงค์การเข้า ใช้บริการ	$\bar{X}$	ชำระค่าบริการ	ต่อสัญญา/ขอรับ เช่า/ขอโอนสิทธิ การเช่า	ยื่นคำร้องทั่วไป
ชำระค่าบริการ	4.37	-	0.08 (0.149)	0.21* (0.021)
ต่อสัญญา/ขอรับเช่า/ ขอโอนสิทธิการเช่า	4.46	-	-	0.13 (0.184)
ยื่นคำร้องทั่วไป	4.59	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ จำแนกวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้า ได้ผลดังนี้

ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการชำระค่าบริการต่างๆ กับ ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการยื่นคำร้องทั่วไป พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น **Probability (P)** เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการชำระค่าบริการต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ น้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการยื่นคำร้องทั่วไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21

ตาราง 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้า เป็นรายคู่

วัตถุประสงค์การเข้า ใช้บริการ	$\bar{X}$	ชำระค่าบริการ	ต่อสัญญา/ขอรับ เช่า/ขอโอนสิทธิ การเช่า	ยื่นคำร้องทั่วไป
ชำระค่าบริการ	4.33	-	0.12 (0.209)	0.36* (0.021)
ต่อสัญญา/ขอรับเช่า/ ขอโอนสิทธิการเช่า	4.20	-	-	0.48** (0.004)
ยื่นคำร้องทั่วไป	4.69	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ จำแนกวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้า ได้ผลดังนี้

ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการชำระค่าบริการต่างๆ กับ ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการยื่นคำร้องทั่วไป พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการชำระค่าบริการต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการน้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการยื่นคำร้องทั่วไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36

ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการต่อสัญญาเช่า/ขอรับเช่า/ขอโอนสิทธิการเช่า กับ ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการยื่นคำร้องทั่วไป พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Probability (P) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการต่อสัญญาเช่า/ขอรับเช่า/ขอโอนสิทธิการเช่า มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการน้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการยื่นคำร้องทั่วไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.48

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 19 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>1. ผู้รับบริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน</p> <p>1.1 ด้านความน่าเชื่อถือ</p> <p>1.2 ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ</p> <p>1.3 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ</p> <p>1.4 ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า</p> <p>1.5 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่</p> <p>รวม</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p> <p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p> <p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p> <p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p> <p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p> <p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p> <p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p>	t – Test
<p>2. ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน</p> <p>2.1 ด้านความน่าเชื่อถือ</p> <p>2.2 ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ</p> <p>2.3 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ</p> <p>2.4 ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า</p> <p>2.5 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่</p> <p>รวม</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p> <p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p> <p>สอดคล้องกับสมมติฐาน</p> <p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p> <p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p> <p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p>	One Way ANOVA
<p>3. ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน</p> <p>3.1 ด้านความน่าเชื่อถือ</p> <p>3.2 ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p> <p>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</p>	One Way ANOVA

ตาราง 19 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
3.3 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ 3.4 ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า 3.5 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ <b>รวม</b>	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน <b>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</b>	
4. ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน 4.1 ด้านความน่าเชื่อถือ 4.2 ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ 4.3 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ 4.4 ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า 4.5 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ <b>รวม</b>	สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน <b>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</b>	One Way ANOVA
5. ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน 5.1 ด้านความน่าเชื่อถือ 5.2 ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ 5.3 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ 5.4 ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า 5.5 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ <b>รวม</b>	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน <b>ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน</b>	One Way ANOVA
6. ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน		

ตาราง 19 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
6.1 ด้านความน่าเชื่อถือ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	One Way ANOVA
6.2 ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
6.3 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
6.4 ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
6.5 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ รวม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน	



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินงานศึกษาค้นคว้า

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เพื่อจะนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ให้มีรูปแบบที่เป็นมาตรฐานและตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยการให้ผู้รับบริการมีส่วนร่วม อีกทั้งเป็นการพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมต่อไป

#### ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

#### สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้รับบริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

6. ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย**

**ประชากรที่ใช้ในการวิจัย**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

**กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย**

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ และมีสถานที่เช่าอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ของ กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2548: 28) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ 385 ตัวอย่าง การเลือกเก็บตัวอย่างนี้ จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็นเนื้อหาแบบสอบถามเป็น 2 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งมีลักษณะเป็น Checklist ที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-end Questions) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

- |                  |   |
|------------------|---|
| 1. เพศ           | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 2. อายุ          | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) |
| 3. ระดับการศึกษา | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) |

- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| 4. อาชีพ                    | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ<br>(Nominal Scale) |
| 5. รายได้ต่อเดือน           | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ<br>(Ordinal Scale) |
| 6. วัตถุประสงค์การใช้บริการ | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ<br>(Nominal Scale) |

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบสเกลการจัดประเภท (Selected Category Scale) โดยให้ระดับความพึงพอใจ และให้ค่าคะแนนหรือ Rating Scale ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์และมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาลักษณะ รูปแบบ และวิธีการเขียนแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สังเกตและทำการสัมภาษณ์ผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เกี่ยวกับความพึงพอใจการใช้บริการขั้นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. รวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี ผลการวิจัย และการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการ
4. สร้างแบบสอบถามทั่วไป จำนวน 6 ข้อ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ จำนวน 4 ข้อ ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ จำนวน 2 ข้อ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ จำนวน 3 ข้อ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า จำนวน 4 ข้อ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ จำนวน 6 ข้อ
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ก่อนทดลอง (Try out)
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้วไปทดลองใช้กับผู้รับบริการ กองบริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำนวน 40 คน

7. วิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) โดยใช้สูตรของ ครอนบัท

8. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

### แหล่งข้อมูล (Source of data)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากแหล่งที่มา 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากการตอบแบบสอบถามของผู้รับบริการที่มาใช้บริการ และติดต่อภายในกองบริการลูกค้า ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

1.1 ผู้วิจัยจัดเตรียมแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

1.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้กลุ่มเป้าหมายตอบแบบสอบถาม พร้อมให้คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม ตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

1.3 เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับการตอบแล้วทั้งหมด เพื่อดำเนินการขั้นตอนการวิจัยต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบทความ เอกสารต่าง ๆ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลทาง Internet

## การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

### การจัดกระทำข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามคืนกลับมาแล้วผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการต่อไปนี้ได้แก่

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อคัดแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามฉบับที่มีความสมบูรณ์ถูกต้องเรียบร้อยมาลงรหัสตามที่กำหนดรหัสไว้ในแบบสอบถามแต่ละส่วน

3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) นำแบบสอบถามที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้วมาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS/PC

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา (**Descriptive analysis**) การแจกแจงความถี่ (**Frequency**) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (**Percentage**) การหาค่าเฉลี่ย (**Mean**) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (**Standard Deviation** หรือ **S.D**) ในการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 1 และ 2
2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงอนุมาน (**Inferential Analysis**) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้รับบริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ใช้สถิติในการทดสอบคือ **t-test**

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ใช้สถิติในการทดสอบคือ **One-way-Anova**

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ใช้สถิติในการทดสอบคือ **One-way-Anova**

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ใช้สถิติในการทดสอบคือ **One-way-Anova**

สมมติฐานข้อที่ 5 ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ใช้สถิติในการทดสอบคือ **One-way-Anova**

สมมติฐานข้อที่ 6 ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ใช้สถิติในการทดสอบคือ **One-way-Anova**

## สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ สามารถสรุปได้ดังนี้

### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชนและรับจ้าง มีรายได้ต่อเดือน 10,001-25,000 บาท และมีวัตถุประสงค์ที่เข้าใช้บริการชำระค่าเช่า ค่าภาษี และเบี้ยประกันภัย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด สามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือ มีระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่บริการลูกค้ามีข้อมูลของผู้เช่าที่ถูกต้อง แม่นยำ เป็นปัจจุบันได้อย่างครบถ้วน มีความเข้าใจในเรื่องที่ผู้เข้ารับบริการต้องการติดต่อ พร้อมทั้งมีความสามารถในการให้ข้อมูล ให้คำแนะนำและตอบคำถามเกี่ยวกับนโยบาย, หลักเกณฑ์, ขั้นตอนและเอกสารประกอบ

ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดทุกข้อ ข้อที่มีระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด คือ ความพึงพอใจในความกระตือรือร้น และมีความเต็มใจในการให้บริการ และความพึงพอใจการให้คำแนะนำหรือช่วยแก้ปัญหาแก่ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า

ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดทุกข้อ ข้อที่มีระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด คือ ความพึงพอใจความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ความพึงพอใจความสามารถ

ในการให้บริการผู้รับบริการให้แล้วเสร็จในเวลาที่กำหนด และความพึงพอใจความพอใจและความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ในช่วงเวลาพักกลางวัน

ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า มีระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดทุกข้อ ข้อที่มีระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด คือ ความพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าให้การต้อนรับที่เหมาะสม พุดจาไพเราะสุภาพอ่อนน้อม ความพึงพอใจในการแต่งกายและความพึงพอใจในความสุภาพอ่อนน้อมของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า

ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ มีระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดทุกข้อ ข้อที่มีระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด คือ ความพึงพอใจในการเตรียมความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการความพึงพอใจที่กองบริการลูกค้ามีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเพียงพอ มีระบบเครื่องเรียกบัตรคิวที่มีประสิทธิภาพและเข้าใจง่าย สถานที่ในกองบริการลูกค้ามีที่นั่งพักรับบริการอย่างสะดวกสบายและมีห้องน้ำที่สะอาด อย่างเพียงพอ รวมถึงมีการจัดแบ่งเคาน์เตอร์ในการให้บริการแต่ละประเภท เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการ

## **ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน**

**สมมติฐานข้อที่ 1** ผู้รับบริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2** ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แต่อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า

ผู้รับบริการที่มีอายุ 20 - 30 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ น้อยกว่าผู้รับบริการที่มีอายุ 31 - 40 ปี น้อยกว่าอายุ 41 - 50 ปี และน้อยกว่า 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.01

**สมมติฐานข้อที่ 3** ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แต่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า

ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ น้อยกว่าผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงาน

ทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ น้อยกว่าผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.01

**สมมติฐานข้อที่ 4** ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แต่อาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า

ผู้รับบริการที่มีอาชีพรับราชการ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ น้อยกว่าผู้รับบริการที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ และผู้รับบริการที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ น้อยกว่าผู้รับบริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน หรือรับจ้างทั่วไป และผู้อาชีพพนักงานเอกชน หรือรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ น้อยกว่าผู้รับบริการที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ หรือประกอบอาชีพอิสระ และผู้เข้ารับบริการที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.01

**สมมติฐานข้อที่ 5** ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ

ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แต่อาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า

ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 25,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า น้อยกว่าผู้รับบริการที่มีรายได้ 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 6** ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้า ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โดยรวมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายด้านผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แต่วัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า

ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการชำระค่าบริการต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ น้อยกว่าผู้รับบริการที่มีผู้เข้ารับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการยื่นคำร้องทั่วไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการชำระค่าบริการต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ น้อยกว่า ผู้รับบริการที่มีผู้เข้ารับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการยื่นคำร้องทั่วไป และผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการต่อสัญญาเช่า/ขอรับเช่า/ขอโอนสิทธิการเช่า มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่

บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการน้อยกว่า ผู้เข้ารับบริการที่มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการยื่นคำร้องทั่วไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ ซึ่งสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้ และนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลจากการศึกษาด้านลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้รับบริการที่เข้ามาใช้บริการในกองบริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชนและรับจ้าง มีรายได้ต่อเดือน 10,001-25,000 บาท และมีวัตถุประสงค์ที่เข้าใช้บริการชำระค่าเช่า ค่าภาษี และเบี้ยประกันภัย โดยผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก แสดงว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ และด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ มีคุณภาพในการให้บริการในระดับที่เป็นที่พึงพอใจของผู้รับบริการ และในปัจจุบันทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชนแทบทุกด้าน ให้ความสำคัญกับพนักงานให้บริการหรือพนักงานขายมาก สอดคล้องกับแนวความคิดของ พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต (2537: 150-152) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องและเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจต่อการบริการนั้น ประกอบด้วย ตัวแปรด้านกระบวนการให้บริการ และตัวแปรด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

2. ผู้รับบริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับมาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าจะผู้รับบริการจะมีเพศใด จะได้รับการให้บริการจากเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเข้ามาใช้บริการเมื่อใด นอกจากนี้เจ้าหน้าที่บริการลูกค้ายังให้ความสำคัญในการให้บริการต่อผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ แม็กซ์ เวบ

เบอร์ (1966:340) ที่กล่าวไว้ว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือการให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล เป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอสนใจเป็นพิเศษ ทุกคนได้รับปฏิบัติที่เท่าเทียมกันตามเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

3. ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านคามรวดเร็วในการให้บริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้รับบริการที่มีอายุ 20 – 30 ปี จะมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าน้อยกว่าผู้รับบริการที่มีอายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของอเดย์และแอนเดอร์สัน (Aday & Anderson 1975: 340) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกี่ยวกับทัศนคติของคน ที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปสถานที่บริการนั้น และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการซึ่งความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

4. ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาต่ำจะมีคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจต่ำกว่าผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่ำ ได้แก่ ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ผู้รับบริการที่มีการศึกษาสูงกว่า ได้แก่ ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาฎยา พิเดช (2546: 73) ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่างกัน หากผู้บริโภคเป็นที่มีความรู้ ความเข้าใจ และมีประสบการณ์ต่อการให้บริการแล้ว ความคาดหวังก็จะเปลี่ยนไปตามเวลา เมื่อประสบการณ์เปลี่ยนไป ความคาดหวังที่ได้รับจะเปลี่ยนแปลงไปตาม

5. ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความน่าเชื่อถือ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 โดยผู้รับบริการที่มีอาชีพรับราชการ จะมีคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจต่ำกว่า ผู้เข้ารับบริการที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ ผู้เข้ารับบริการที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ จะมีคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจต่ำกว่าผู้เข้ารับบริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน หรือรับจ้างทั่วไป ผู้เข้ารับบริการที่มี

อาชีพพนักงานเอกชน หรือรับจ้างทั่วไป จะมีคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจต่ำกว่า ผู้เข้ารับบริการที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ หรือประกอบอาชีพอิสระ และกับ ผู้เข้ารับบริการที่มีอาชีพอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของอเดย์และแอนเดอร์สัน (Aday & Anderson 1975: 340) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกี่ยวกับทัศนคติของคน ที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปสถานที่บริการนั้น และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

6. ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เข้ารับบริการที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 25,000 บาท ต่อเดือน จะมีคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจต่ำกว่า ผู้เข้ารับบริการที่มีรายได้ 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ที่เป็นเช่นนี้อาจมีสาเหตุเนื่องจากผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยสูง ได้แก่ ผู้รับบริการที่มีรายได้ 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีกำลังทรัพย์ในการชำระค่าเช่าและค่าบริการต่างๆของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มากกว่าผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า ได้แก่ ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 25,000 บาท ต่อเดือน ทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่า เนื่องจากค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ต่างๆของสำนักงานทรัพย์สินมีอัตราที่ถูกกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับเอกชน และเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง

7. ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์การเข้าใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการเปรียบเทียบพบว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์การเข้าใช้บริการยื่นคำร้องทั่วไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สูงกว่าผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์การเข้าใช้บริการชำระค่าบริการ และบริการนิติกรรมต่อสัญญาเช่า ขอรับเช่า และโอนสิทธิการเช่า ที่เป็นเช่นนี้อาจมีสาเหตุเนื่องจาก การเข้ารับบริการด้านนิติกรรมจะต้องเตรียมเอกสารประกอบให้ครบถ้วนและต้องใช้เวลาในการติดต่อ ซึ่งหากผู้รับบริการไม่มีความเข้าใจในบริการก็จะเกิดความไม่พึงพอใจในกระบวนการให้บริการได้ แต่ในส่วนของกรเข้าใช้บริการยื่นคำร้องทั่วไป จะมีเจ้าหน้าที่บริการลูกค้ามาให้คำแนะนำ อีกทั้งยังเป็นการให้ความช่วยเหลือ บรรเทาทุกข์ของผู้รับบริการ ดังนั้น เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยก็จะรู้สึกเสมือนได้รับการตอบสนองความต้องการ จึงทำให้เกิดความพึงพอใจ

## ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการวิจัยความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ หน่วยงานหรือองค์กรที่มีพนักงานให้บริการหรือพนักงานขายที่ให้บริการกับผู้รับบริการหรือลูกค้าในปัจจุบัน ล้วนให้ความสำคัญต่อพนักงานบริการหรือพนักงานขาย เกี่ยวกับการให้ความรู้ในด้านการบริการ รวมถึงความรู้ด้านระเบียบปฏิบัติต่างๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจกับผู้รับบริการหรือลูกค้าเพราะการให้ความสำคัญด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ขององค์กรเพียงด้านเดียวนั้น อาจไม่เพียงพอและอาจทำให้ไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์แตกต่างกัน ดังนั้น สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์จึงควรพัฒนาความรู้ของเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับข้อมูล กฎระเบียบนโยบายของสำนักงานฯ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ตลอดจนทักษะการสื่อสาร การให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ต่อผู้รับบริการทุกประเภท

2. ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ หน่วยงานหรือองค์กรที่มีพนักงานให้บริการหรือพนักงานขายที่ให้บริการกับผู้รับบริการหรือลูกค้า ต่างให้ความสำคัญต่อพนักงานบริการหรือพนักงานขาย ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน โดยพิจารณาจากทัศนคติ และความมีน้ำใจบริการ รวมถึงควรมีการจัดการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อปลูกจิตสำนึกการให้บริการที่ดีเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการหรือลูกค้า

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์แตกต่างกัน ดังนั้น สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์จึงควรมีการจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปลูกจิตสำนึกในการให้บริการที่ดี รวมถึง สร้างทัศนคติที่ดีให้กับผู้รับบริการควบคู่กันไป โดยสร้างความเข้าใจในกฎระเบียบ และนโยบายของสำนักงานฯ ในการติดต่อเพื่อทำนิติกรรมในทูลกระหม่อม เช่น การจัดทำวารสาร แผ่นพับ ฯลฯ

3. ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ จากการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการที่มีอายุ และวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์แตกต่างกัน ดังนั้น สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์จึงควรมีการปรับปรุงระเบียบขั้นตอนการให้บริการต่างๆ ที่ปฏิบัติให้มีความสะดวกมากขึ้น คล่องตัวมากขึ้น และลดปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบลง เพื่อความรวดเร็วในการให้บริการ รวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาช่วยในการปรับปรุง เก็บรวบรวมฐานข้อมูลของผู้เช่า

4. ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ในปัจจุบัน หน่วยงานหรือองค์กรที่มีพนักงานให้บริการหรือพนักงานขายที่ให้บริการกับผู้รับบริการหรือลูกค้า ย่อมให้ความสำคัญต่อ

บุคลิกภาพและการแต่งกายของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า หรือพนักงานขาย เนื่องจากสามารถเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ขององค์กรได้เป็นอย่างดี

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน ดังนั้น สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์จึงควรมีระเบียบปฏิบัติให้แก่เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และดูทันสมัย น่าเชื่อถือ

5. ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ ภาพลักษณ์ที่ดูหรูหรา สวยงาม สะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียบพร้อม ทั้งภายใน ภายนอก เป็นสิ่งที่สะท้อนได้ถึงจุดยืนของแบรนด์และองค์กรนั้นๆ รวมไปถึงความเอาใจใส่ในลูกค้าหรือผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ แตกต่างกัน ดังนั้น ทางสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ควรที่จะรักษาคุณลักษณะเด่นภาพลักษณ์ที่ดูหรูหรา สวยงาม สะอาด แฝงไว้ด้วยความอบอุ่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียบพร้อม ทั้งภายใน ภายนอก ไว้ ด้วยการตกแต่ง ประดับ ปรับเปลี่ยน และรักษาความสะอาดตลอดเวลา เพื่อให้ผู้รับบริการทุกระดับเกิดความประทับใจและจดจำในคุณลักษณะด้านนี้

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีเพื่อจะได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการในช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปจะผลเป็นอย่างไร

2. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในส่วนภูมิภาค เพื่อจะได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ส่วนภูมิภาคว่ามีความแตกต่างกับส่วนกลางหรือไม่อย่างไร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาสร้างเป็นมาตรฐานการให้บริการของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

3. ควรศึกษาถึงพฤติกรรมการรับรู้สื่อทางด้านบริการของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ของกลุ่มตัวอย่างเพื่อเติม เพราะอาจมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์



## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 5 .  
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่  
6. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฑามาศ สระศรี. (2543). ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการให้บริการจากเจ้าหน้าที่  
ทางการพยาบาลของผู้รับบริการ โรงพยาบาลสมิติเวช กรุงเทพมหานคร. ปริญญา  
นิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนคริน  
ทรวิโรฒ.  
ถ่ายเอกสาร.
- เจลา การดำ.(2540). ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการบริหารของการไฟฟ้านครหลวง :  
ศึกษากรณีการไฟฟ้านครหลวงเขตคลองเตย.วิทยานิพนธ์ พบ.ม. กรุงเทพฯ.
- เฉลิมชัย ไวชิตา.(2546). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายของบริษัท กรุงเทพการ  
ไฟฟ้า จำกัด ในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิต  
วิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ.(2534).เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ :ชนชั้นการ  
พิมพ์.
- เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธ์.(2536).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิผลของการนำนโยบายการ  
ให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์ พบ.ม. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินติ้งกรุ๊ป.
- พรเทพ ปิยวัฒน์เมธา. (2536). คู่มือแก้ปัญหาการขายและการบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด  
ยูเคชั่น.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.สาขาคหกรรมศาสตร์.(2533). จิตวิทยาการบริการ.นนทบุรี  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ยุติธรรม เอี่ยมอร่าม. (2542). ผลของการให้เอกสารสนเทศต่อเจตคติในการให้บริการของพนักงาน  
ขายหน้าร้าน เวิลด์ มีเดีย. สารนิพนธ์ กศ.ม.(วัดผลการศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิต  
วิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- รัตนา สวาสดิพันธ์. (2539). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูในวิทยาลัยอาชีวศึกษา  
เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปริญญาานิพนธ์ พบ.ม. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร  
ศาสตร์.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). สร้างบริการสร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

อดุลย์ หิริรักษ์เสาวณีย์. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกสิกรไทย : ศึกษากรณีเขตอำเภอเมืองบางละมุง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ รัชศ.ม. ชลบุรี มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไอเท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม และ ไอเท็กซ์ จำกัด.

อดุลย์ จาตุรงค์. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

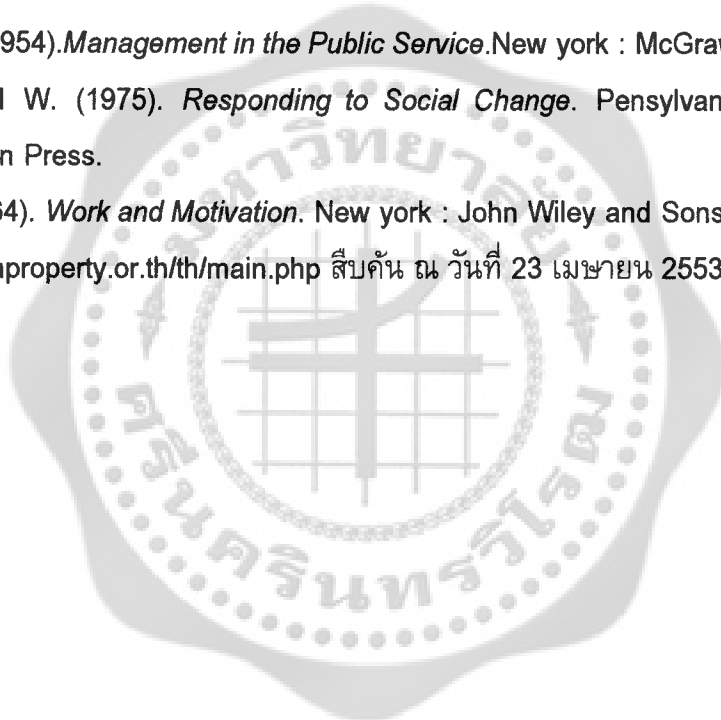
Kotler , Philip. (1997). Marketing Management. 9<sup>th</sup> ed. New Jersey : Prentice Hall International., Inc.

Millet, John D.(1954). *Management in the Public Service*. New york : McGraw-Hill.

Shelly, Maynard W. (1975). *Responding to Social Change*. Pennsylvania : Dowden, Hutchison Press.

Vroom, V.H.(1964). *Work and Motivation*. New york : John Wiley and Sons.

<http://www.crownproperty.or.th/th/main.php> สืบค้น ณ วันที่ 23 เมษายน 2553







ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

## แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า  
สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อขอทราบความคิดเห็นของท่าน เกี่ยวกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัยของนักศึกษา ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และเพื่อนำข้อมูลปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ในการสร้างความพึงพอใจด้านการให้บริการสำหรับท่านและผู้ใช้บริการท่านอื่นต่อไป

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ
 

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุ
 

<input type="checkbox"/> 20 – 30 ปี	<input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี
<input type="checkbox"/> 41 – 50 ปี	<input type="checkbox"/> 51 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี	
4. อาชีพ
 

<input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานราชการ	<input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> พนักงานเอกชน / รับจ้าง	<input type="checkbox"/> เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ.....)	
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท
<input type="checkbox"/> 10,001 – 25,000 บาท
<input type="checkbox"/> 25,001 บาทขึ้นไป
6. วัตถุประสงค์ที่ท่านเข้ามาใช้บริการที่กองบริการลูกค้า
 

<input type="checkbox"/> ชำระค่าเช่า/ค่าภาษี/เบี้ยประกันภัย
<input type="checkbox"/> ต่อสัญญา/ขอรับเช่า/ขอโอนสิทธิการเช่า
<input type="checkbox"/> ยื่นคำร้องทั่วไป (โปรดระบุ.....)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า  
สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องว่างแต่ละข้อ เพียงข้อเดียวที่ตรงกับความพึงพอใจของท่าน

“ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ระดับใด”						
	บริการที่ได้รับ	พอใจ มาก	พอใจ	เฉย ๆ	ไม่ พอใจ	ไม่พอใจ มาก
	<b>ด้านความน่าเชื่อถือ</b>					
1.	การให้บริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา					
2.	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้ามีความเข้าใจ เรื่องที่ ผู้รับบริการต้องการติดต่อได้					
3.	ความสามารถในการให้ข้อมูล ให้คำแนะนำและ ตอบคำถามเกี่ยวกับนโยบาย, หลักเกณฑ์ ขั้นตอนและเอกสารประกอบของเจ้าหน้าที่ บริการลูกค้า					
4.	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าหาข้อมูลของผู้เช่าที่ ถูกต้อง แม่นยำ เป็นปัจจุบันได้อย่างครบถ้วน					
	<b>ด้านการให้ความเอาใจใส่ในการให้บริการ</b>					
1.	ความกระตือรือร้น และมีความเต็มใจในการ ให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า					
2.	การให้คำแนะนำหรือช่วยแก้ปัญหาแก่ ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมกันของเจ้าหน้าที่ บริการลูกค้า					
	<b>ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ</b>					
1.	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าให้บริการได้อย่าง รวดเร็ว					
2.	ความสามารถในการให้บริการลูกค้าให้แล้ว เสร็จในเวลาที่กำหนดของเจ้าหน้าที่บริการ ลูกค้า					
3.	ความเพียงพอ และความรวดเร็วในการ ให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าใน ช่วงเวลาพักกลางวัน					

	บริการที่ได้รับ	พอใจ มาก	พอใจ	เฉย ๆ	ไม่ พอใจ	ไม่พอใจ มาก
	<b>ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า</b>					
1.	ความสุภาพอ่อนน้อมของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า					
2.	การแต่งกายของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า					
3.	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าให้การต้อนรับที่เหมาะสม(กล่าวทักทาย สวัสดีครับ/ค่ะและกล่าวขอบคุณหลังจากให้บริการเสร็จ)					
4.	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า พุดจาไพเราะสุภาพอ่อนน้อม					
	<b>ด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่</b>					
1.	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้ามีการเตรียมความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการ (เช่น การเตรียมแบบคำร้องสำเร็จรูป ปากกา เป็นต้น)					
2.	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าจัดเคาน์เตอร์ในการให้บริการแต่ละประเภทเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ					
3.	สถานที่ในกองบริการลูกค้ามีที่นั่งพักรับบริการอย่างสะดวกสบายและเพียงพอ					
4.	กองบริการลูกค้ามีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร น้ำดื่ม กล้องวงจรปิด อย่างเพียงพอ					
5.	สถานที่ในกองบริการลูกค้ามีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอ					
6.	กองบริการลูกค้ามีระบบเครื่องเรียกบัตรคิวที่มีประสิทธิภาพและเข้าใจง่าย					

**\*ขอขอบคุณทุกท่านในการทำแบบสอบถามครั้งนี้\***



ภาคผนวก ข  
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ  
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศช 0519.12/16313

วันที่ ๕ ตุลาคม 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวปิยะรัตน์ ปรียวาทิ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์” โดยมี อาจารย์ ดร.ไพฑูย์ อาษารุ่งโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย ขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ ศรีมเพ็ญพิสุทธิ์ และ อาจารย์ชนภูมิ อติวาทิน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวปิยะรัตน์ ปรียวาทิ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวิฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ต้นฉบับไม่มีหน้านี้





## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาว ปิยะรัตน์ ปรียวาทิ
วันเดือนปีเกิด	6 เมษายน 2525
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	1/061 ซอยนครอินทร์ 8 ถนนนครอินทร์ ตำบลตลาดขวัญ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2546	สังคมสงเคราะห์
	จาก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2553	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด
	จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

