

ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ
ของสำนักงานเขตพญาไท

สารนิพนธ์
ของ
กันยารัตน์ เศวตนันท์กุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
กุมภาพันธ์ 2552

ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ้จเสร็จ
ของสำนักงานเขตพญาไท

สารนิพนธ์
ของ
กันยารัตน์ เศวตนันท์กุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
กุมภาพันธ์ 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ
ของสำนักงานเขตพญาไท

บทคัดย่อ

ของ

กันยารัตน์ เศวตนันท์กุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

กุมภาพันธ์ 2552

กันยารัตน์ เศวตนันท์กุล. (2552). *ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการ*

จุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ :

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฏฐ์ กุลิสร.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท จำนวน 414 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความสัมพันธ์โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25-33 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 10,001 – 22,000 บาท โดยมีเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ คือ สถานที่สะดวกในการใช้บริการ มีความถี่ในการใช้บริการเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง / ปี มักใช้บริการวันจันทร์ โดยใช้บริการช่วงเวลา 10.01 – 12.00 น.

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ อยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากต่อด้านบุคลากร และด้านขั้นตอนและกระบวนการ ตามลำดับ ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและด้านสถานที่ ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ มีแนวโน้มอยู่ในระดับใช้บริการ / บอกต่อ / บอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จทุกด้านมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเรียงตามลำดับความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านบุคลากร และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ด้านสถานที่ และด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จทุกด้านมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเรียงตามลำดับความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสถานที่ และด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จทุกด้านมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเรียงตามลำดับความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ และด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

CUSTOMERS' SATISFACTION AND SERVICE USING BEHAVIOR TREND TOWARDS ONE
STOP SERVICE OF THE DIVISION ON PHAYATHAI DISTRICT

AN ABSTRACT
BY
KANYARAT SAWETNANTHIKUL

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

February 2009

Kanyarat Sawetnanthikul. (2009). *Customers' Satisfaction and Service Using Behavior Trend towards One Stop Service of the Division on Phayathai District*. Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Prof. Dr. Nak Gulid.

The objective of this research is to study customers' satisfaction and service using behavior trend towards one stop service of the division on Phayathai district. The sample of this research were 414 customers who-used at one stop service of the division on Phayathai district. The questionnaires were used for data collection. The statistical methods used in data analysis are percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance, and Pearson product moment correlation coefficient.

The result shows that the majority of sample are male, aged 25-33 years old, single status, having educational background on bachelor degree, working as officer in private company and having monthly income 10,001 – 22,000 baht. Most of them have a reason for using one stop service as location is convenience for using service. They use the service by about 3 times/year on average. They mostly use the service on Monday in the period of 10.01 – 12.00.

Customers' satisfaction towards one stop service of the division on Phayathai district are at very high level. In the aspects of people and process, the customer are at very satisfied while in the aspects of physical evidence and place, they are satisfied at moderate level. It was also found that they have tendency to continue using service and to recommend the service to others and to recommend the good service to others.

Customers' satisfaction towards one stop service of the division in the aspects of people and physical evidence are moderate positively related to their tendency of coming back to service in the next time at statistically significant level of 0.01. In addition, customers' satisfaction towards one stop service of the division in the aspects of place and process are low positively related to their tendency of coming back to service in the next time at statistically significant level of 0.01.

Customers' satisfaction towards one stop service of the division in the aspects of people, physical evidence, place and process are moderate positively related to their tendency of telling other people to use service at statistically significant level of 0.01.

Customers' satisfaction towards one stop service of the division in the aspects of people, physical evidence, process and place are moderate positively related to their tendency of telling the aspects of service to other people use service at statistically significant level of 0.01.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียว
เบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ของ กันยารัตน์ เสวตนันท์กุล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฏช์ กุลิสร์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฏช์ กุลิสร์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)
วันที่.....เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิสร อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา และรองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ด้วยความเคารพอย่างสูงที่สละเวลาในการตรวจแบบสอบถาม และเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะสังคมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ มอบความรู้อันเป็นทุนชีวิตแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการเขตพญาไท และเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนข้อมูลเพื่ออ้างอิงในงานวิจัยฉบับนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน รวมทั้งเพื่อนๆ นิสิตทุกท่าน

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ๆ และทุกคนในครอบครัว ที่เป็นกำลังใจและคอยช่วยเหลือแนะนำการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดี

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณ บิดา มารดา ครูและอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อบรมสั่งสอน และวางรากฐานแห่งการศึกษาแก่ผู้วิจัย

กันยารัตน์ เศวदनันท์กุล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานในการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	20
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	25
กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (TQM).....	28
ประวัติสำนักงานเขตพญาไท.....	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	41
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	55
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	56
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ.....	60
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ.....	63
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ.....	66
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	67
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	99
 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	 101
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	106
การอภิปรายผล.....	114
ข้อเสนอแนะ.....	121
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....	124
 บรรณานุกรม.....	 125
 ภาคผนวก.....	 129
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	130
ภาคผนวก ข รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามงานวิจัย.....	135
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม.....	137
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย.....	140
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	142

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดง 7 คำถาม (6Ws และ 1H).....	14
2 แสดงความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงาน.....	39
3 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : ANOVA)	51
4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	56
5 แสดงข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่.....	59
6 แสดงเหตุผลในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ.....	60
7 แสดงประเภทของการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ.....	60
8 แสดงความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ.....	61
9 แสดงวันที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ.....	61
10 แสดงช่วงเวลาที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ.....	62
11 แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ.....	63
12 แสดงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ.....	66
13 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูลจำแนกตามเพศ.....	67
14 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จจำแนกตามเพศ....	68
15 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูลจำแนกตามอายุ.....	69
16 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จจำแนกตามอายุ...	70
17 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูลจำแนกตามสถานภาพ.....	71
18 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จจำแนกตาม สถานภาพ.....	72
19 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูลจำแนกตามระดับการศึกษา.....	74
20 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จจำแนกตามระดับ การศึกษา.....	75
21 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูลจำแนกตามอาชีพ.....	77
22 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จจำแนกตามอาชีพ.	77

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
23 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูลจำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน.....	79
24 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จจำแนกตามรายได้ ส่วนบุคคลต่อเดือน.....	80
25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียว เบ็ดเสร็จกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการด้านการกลับมาใช้บริการครั้งต่อไป	82
26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียว เบ็ดเสร็จกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มา ใช้บริการ.....	87
27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียว เบ็ดเสร็จกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการด้านแง่ในการบอกต่อกับบุคคลอื่น ให้มาใช้บริการ.....	93
28 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	99

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	7
2 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ.....	12
3 โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	19
4 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ.....	32
5 แสดงการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาด.....	33

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

สังคมไทยมีการปกครองในระบอบประชาธิปไตย โดยมีประชาชนเป็นเจ้าของประเทศ ซึ่งการให้บริการประชาชนของรัฐเพื่อให้ประชาชนได้รับบริการที่ดีนั้นนับเป็นหนึ่งในนโยบายของเกือบทุกรัฐบาลที่เข้ามาบริหารประเทศ จึงกล่าวได้ว่าการส่งเสริมการบริการของภาครัฐเป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่งที่รัฐบาลไทยไม่สามารถปฏิเสธได้ สำหรับในช่วงปัจจุบันที่โลกกำลังก้าวเข้าสู่ทศวรรษใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสารที่สามารถรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งในปัจจุบันทางรัฐบาลจึงมีการเร่งพัฒนาคุณภาพของข้าราชการให้มีทัศนคติที่เอื้อต่องานบริการประชาชน รวมทั้งทบทวนกฎหมาย ระเบียบ ขั้นตอนและวิธีปฏิบัติงาน เพื่อให้การบริหารราชการมีความยืดหยุ่น มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีการประเมินผลที่เป็นระบบและเป็นธรรม โดยมีการพัฒนาระบบการบริการประชาชนและมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อลดขั้นตอนการปฏิบัติงานให้สั้นลง

ในหลักการพื้นฐานและเป้าหมายของรัฐมุ่งปฏิรูปการบริหารราชการแผ่นดินและพัฒนาคุณภาพให้สอดคล้องกับการพัฒนาทางการเมือง การบริหาร เศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันและวางรากฐานการพัฒนาประเทศในอนาคตเพื่อเผชิญกับยุคโลกาภิวัตน์ และมุ่งส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ของรัฐมีจิตสำนึกในการให้บริการประชาชน โดยมุ่งให้เกิดการแข่งขันในการบริการประชาชน และการส่งเสริมการบริการที่มีประสิทธิภาพในระหว่างหน่วยงานของรัฐ ป้องกันไม่ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐแสวงหาผลประโยชน์จากการทำงานในหน้าที่โดยมิชอบ รวมทั้งมุ่งกระจายอำนาจการปกครองสู่ท้องถิ่นในกิจกรรมด้านการให้บริการและการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานของรัฐให้เป็นไปเพื่อประโยชน์ส่วนรวม รวมถึงมุ่งดำเนินการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารงานของรัฐ สร้างระบบการประเมินผลการทำงานแบบเปิด ส่งเสริมให้ประชาชนและเจ้าหน้าที่เป็นพลังหลักในการปกป้องผลประโยชน์ของประเทศ

กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีการกีดกันหน้าที่ในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตประจำวันของประชาชน ซึ่งมีเป็นจำนวนมากทั้งชาวกรุงเทพมหานครและชาวต่างจังหวัดที่เข้ามาอยู่อาศัยและประกอบอาชีพในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นการแสวงหานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการให้บริการประชาชน นับเป็นนโยบายสำคัญประการหนึ่ง ทางกรุงเทพมหานครจึงได้มีปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของสังคมและเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนที่มาติดต่อให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีการบริการต่อประชาชนได้ ณ จุด ๆ เดียว เพื่อปรับระบบบริหารจัดการภายในสำนักงานเขตให้สอดคล้องกับการให้บริการในยุค

โลกาภิวัตน์และเพื่อให้สำนักงานเขตเป็นสถานที่ที่สามารถรองรับการให้บริการต่อประชาชนได้ทุกรูปแบบ ทุกระบบงาน มีการเชื่อมเป็นเครือข่ายข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ และระบบคิว โดยมีเป้าหมายในการขยายปริมาณงานและเพิ่มคุณภาพในการให้บริการ ลดขั้นตอนการติดต่อและอำนวยความสะดวกในการขอใช้บริการ เสริมสร้างความเป็นธรรมให้แก่ประชาชนที่มาใช้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ เพิ่มความมั่นใจกับประชาชนในการติดต่อขอใช้บริการกับสำนักงานเขต จนสามารถสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งสำนักงานเขตพญาไทก็นับได้ว่าเป็นสำนักงานเขตตัวอย่างที่สามารถให้บริการประชาชนได้อย่างดีจนได้รับรางวัลสำนักทะเบียนดีมาในปี 2547 และปี 2550 และได้รับรางวัลสำนักทะเบียนดีเยี่ยมในปี 2548 และปี 2549

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท โดยข้อมูลในการวิจัยนั้น ทำให้ทราบถึงความรู้สึกของลูกค้ำว่ามีความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับหรือไม่ รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ อันจะนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้ำ รวมทั้งเพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสำนักงานเขตพญาไท และสำนักงานเขตอื่นๆ ซึ่งสามารถนำผลของการวิจัยมาเป็นแนวทางในการกำหนดคุณภาพการให้บริการต่อผู้ให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้ำจนสามารถบอกต่อกับผู้อื่นได้
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานราชการ ในการนำข้อมูลจากการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการได้
3. เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้สนใจดำเนินธุรกิจศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต พญาไท โดยมีจำนวนเฉลี่ย 23,676 คน (1 ม.ค. 2551 ถึง 23 มิ.ย. 2551)

(แหล่งที่มา: ระบบก่อน-หลังผู้ให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ สำนักงานทะเบียนเขตพญาไท)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของ สำนักงานเขตพญาไท ซึ่งมีจำนวนเฉลี่ย 23,676 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรกรณี ทราบจำนวนประชากร (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ประคอง กรรณสูต. 2538: 10-11) แสดงดังนี้

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\
 &= \frac{23,676}{1+(23,676*(0.05)^2)} \\
 &= 393.35 \text{ คน ประมาณ } 394 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

ในระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน เพิ่มกลุ่มตัวอย่าง 5% รวมจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 414 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งประเภทของการใช้บริการมี ทั้งหมด 4 ประเภท แต่ประเภทการบริการยื่นและรับเรื่องมีผู้ให้บริการน้อยมาก ประมาณปีละ 1-2 ราย จึงเลือกเก็บตัวอย่างเพียง 3 ประเภท ได้แก่ บริการงานทะเบียนราษฎร บริการทำบัตรประจำตัว ประชาชน และบริการชำระเงิน โดยเก็บตัวอย่างจากประเภทๆ ละเท่ากัน จำนวน 138 ตัวอย่าง

2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการเก็บ รวบรวมกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีและเต็มใจให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามตามจำนวนตัวอย่างแต่ละ ประเภทจนครบ

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งได้ดังนี้

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15 ปี

1.1.2.2 16-24 ปี

1.1.2.3 25-33 ปี

1.1.2.4 34-42 ปี

1.1.2.5 ตั้งแต่ 43 ปีขึ้นไป

1.1.3 สถานภาพ

1.1.3.1 โสด

1.1.3.2 แต่งงาน / อยู่ด้วยกัน

1.1.3.3 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

1.1.4 ระดับการศึกษา

1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.4.2 ปริญญาตรี

1.1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 อาชีพ

1.1.5.1 นักเรียน / นักศึกษา

1.1.5.2 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.5.3 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.5.4 เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว

1.1.5.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.1.6 รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

1.1.6.1 ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.1.6.2 10,001-22,000 บาท

1.1.6.3 22,001-34,000 บาท

1.1.6.4 34,001-46,000 บาท

1.1.6.5 มากกว่า 46,000 บาทขึ้นไป

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

2.1 ความพึงพอใจในการใช้บริการ

2.1.1 ด้านสถานที่

2.1.2 ด้านขั้นตอนและกระบวนการ

2.1.3 ด้านบุคลากร

2.1.4 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2.2 แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ** หมายถึง ศูนย์กลางข้อมูลที่สามารถให้บริการทุกอย่าง ณ จุดเดียว โดยให้บริการในส่วนต่างๆ รวม 4 ประเภท คือ บริการยื่นและรับเรื่อง บริการงานทะเบียนราษฎร บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และบริการชำระเงิน

2. **ลักษณะทางประชากรศาสตร์** หมายถึง เพศ อายุ สถานะภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนบุคคลต่อเดือน ของผู้ให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

3. **ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ที่บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท** หมายถึง การแสดงถึงความรู้สึกการยอมรับที่มีต่อการให้บริการของศูนย์บริการ ซึ่งส่วนประกอบในธุรกิจการบริการจะมีทั้งหมด 7 ด้าน หรือเรียกว่า 7Ps แต่เนื่องจากในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) นั้นทุกๆ สำนักงานเขตจะต้องเป็นมาตรฐานเดียวกันตามกฎระเบียบข้อบังคับของสำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร จึงทำให้ส่วนประกอบในธุรกิจการบริการทั้ง 3 ด้านนี้มีลักษณะเหมือนกัน ซึ่งในที่นี้จะศึกษาทั้งหมด 4 ด้านประกอบไปด้วย

2.1 ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของศูนย์บริการ หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับบริการ ศูนย์บริการที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่ได้รับกับการคาดหวังในการบริการของ ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ได้แก่ สถานที่ตั้งมีความสะดวกสบายและง่ายต่อการเข้าใช้บริการ สถานที่จอดรถเหมาะสม

2.2 ความพึงพอใจด้านขั้นตอนและกระบวนการ หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับบริการ ศูนย์บริการที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่ได้รับกับการคาดหวังในการบริการของ

ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ได้แก่ การมีขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อน หรือยุ่งยาก มีการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง

2.3 ความพึงพอใจด้านบุคลากร หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับบริการศูนย์บริการที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่ได้รับกับการคาดหวังในการบริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ได้แก่ การแสดงอัธยาศัยทางที่ดี มีความเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดี ความเป็นกันเองของผู้ให้บริการ มีริยยามารยาทที่ดี

2.4 ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับบริการศูนย์บริการที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่ได้รับกับการคาดหวังในการบริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม สะอาดและทันสมัย บรรยากาศภายในดี เช่น เสียง กลิ่น

4. **พฤติกรรมการใช้บริการ** หมายถึง การแสดงออกหรือการกระทำของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ในด้านเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการ ประสิทธิภาพการให้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ

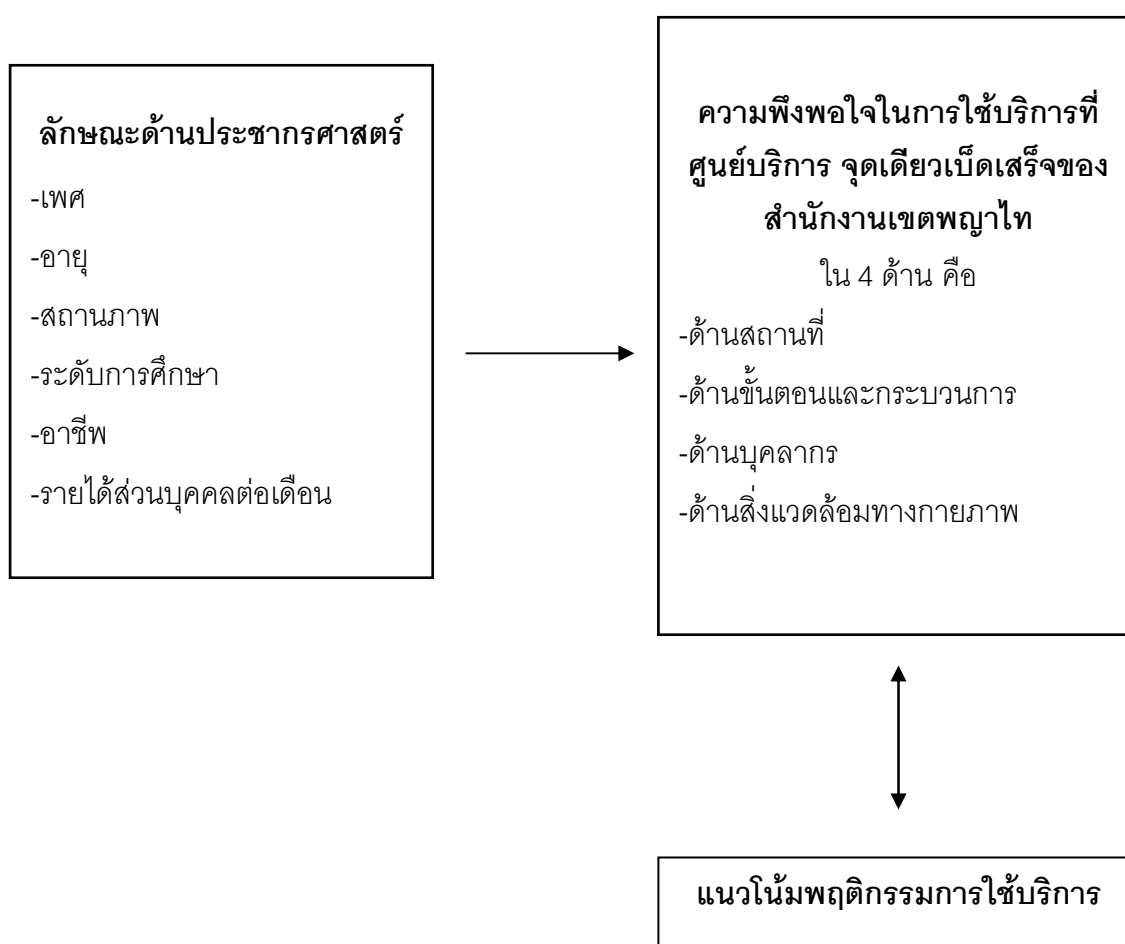
5. **แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ** หมายถึง แนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการหรือแนะนำ, บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักไปใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ซึ่งแนวโน้มต่างๆ เหล่านี้ผู้ใช้บริการจะเป็นผู้กำหนดหลังจากได้ใช้บริการจากศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการ จุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท สามารถกำหนดกรอบแนวความคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการศึกษาวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน
2. ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการของลูกค้า

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท สามารถกำหนดกรอบแนวความคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (TQM)
5. ประวัติสำนักงานเขตพญาไท
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1.1 พฤติกรรมผู้บริโภค

เอ็นเกล; แบล็คเวล; และ ไมเนียด (ศุภร เสรีรัตน์. 2544: 6; อ้างอิงจาก Engel; Blackwell; & Miniard) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภคและการจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้า และบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย

ปีเตอร์; และ โอเซน (ศุภร เสรีรัตน์. 2544: 6; อ้างอิงจาก Peter; & Olsen) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การกระทำซึ่งส่งผลต่อกันและกันตลอดเวลาของความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรมและเหตุการณ์ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ได้กระทำขึ้นในเรื่องของการแลกเปลี่ยนสำหรับการดำรงชีวิตมนุษย์

ชิฟแมน; และ คานูก (ศุภร เสรีรัตน์. 2544: 7; อ้างอิงจาก Schiffman; & Kanuk) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อการใช้ การประเมินผล ในผลิตภัณฑ์และบริการ ที่เขาคาดหวังว่า จะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ

ลูดอน; และ บิททา (ศุภร เสรีรัตน์. 2544: 7; อ้างอิงจาก Loudon; & Bitta) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกมาในการแสวงหาสำหรับการซื้อการใช้ การ

ประเมินและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ

จากความหมายทั้งหมดที่กล่าวมาพอจะสรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้บริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว

1.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค S-R Theory

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. (2546: 196) กล่าวว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการก่อน และทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจทำให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจจะใช้เหตุจูงใจให้ซื้อสินค้าด้านเหตุผลหรือด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้นได้ เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค และถือว่าเป็นกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้านี้ จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้นๆ

2. กล่องดำหรือความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ ซึ่งความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ

2.2.1 การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา)

2.2.2 การค้นหาข้อมูล

2.2.3 การประเมินผลการเลือก

2.2.4 การตัดสินใจซื้อ

2.2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

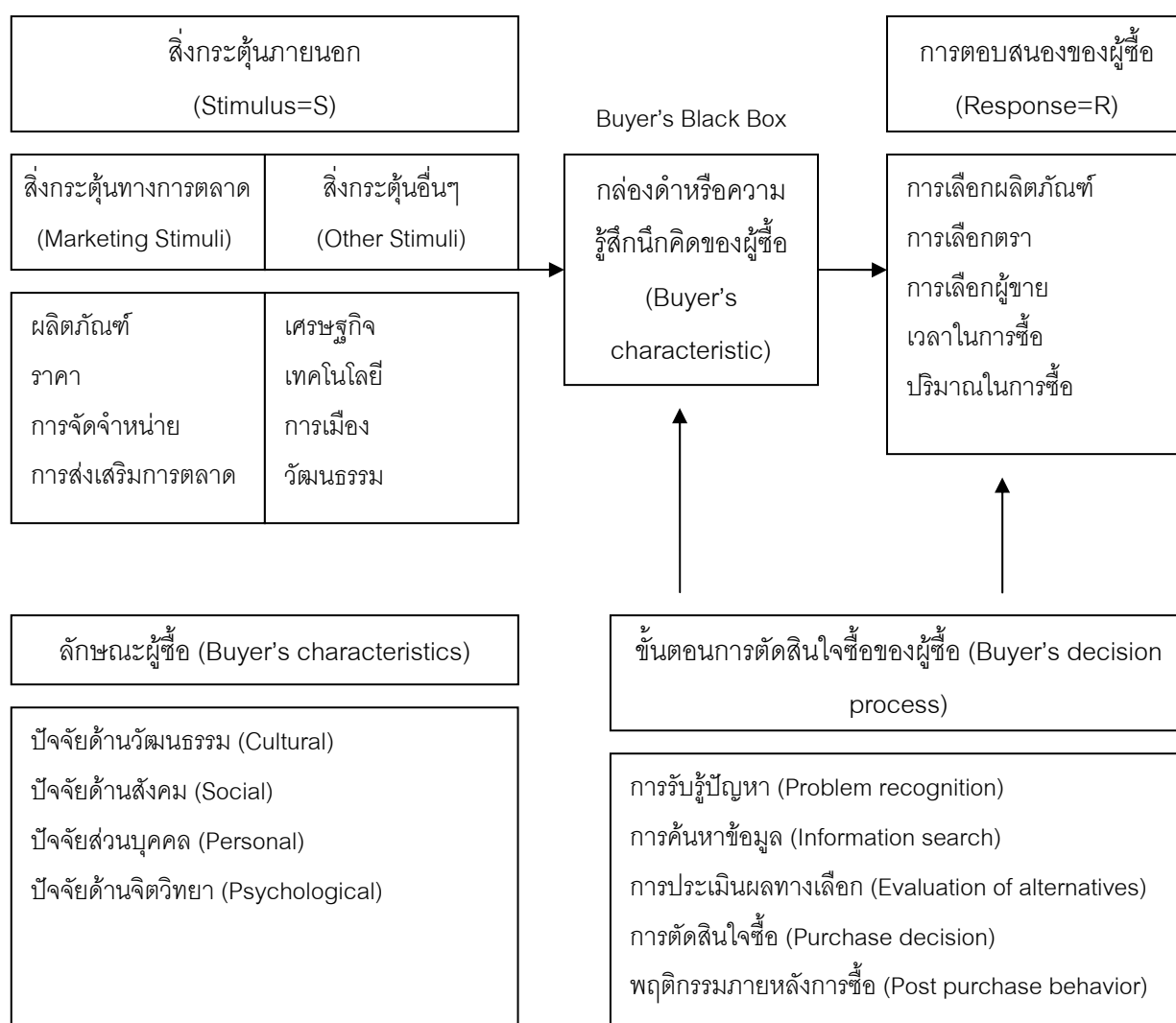
3.1 การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (Product choice) ตัวอย่าง การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้า ผู้บริโภคมีทางเลือก คือ นมสดกล่อง นมปัง

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกยี่ห้อใด เช่น ดัชมิลล์ โพรโมสต์

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากห้างสรรพสินค้าใดหรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเข้ากลางวัน หรือเย็น ในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกที่จะซื้อหนึ่งกล่อง ครึ่งโหล หรือหนึ่งโหล



ภาพประกอบ 2 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (Model of buyer behavior) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Factor influencing consumer's buying behavior)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า 198.

1.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analysis consumer behavior)

ธงชัย สันติวงษ์. (2525: 17) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึง สาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพลเหนือและทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งโดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆ ที่มีผลลงใจหรือกำกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่จะทำให้การตัดสินใจซื้อสามารถตอบสนองของผู้บริโภคได้สำเร็จผลด้วยการสามารถชักนำ และหว่านล้อมให้ลูกค้าซื้อสินค้า และมีความจงรักภักดีที่จะซื้อซ้ำครั้งต่อไปเรื่อยๆ

ดังนั้น การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จึงเป็นเรื่องของการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภค ว่าเกิดจากปัจจัยอิทธิพลอะไรเป็นตัวกำหนด หรือที่เป็นตัวสาเหตุที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อดังกล่าว ซึ่งพฤติกรรมในขณะที่ทำการซื้อนั้นเป็นเพียงขั้นตอนสุดท้ายหรือปลายเหตุ ของกระบวนการพิจารณาตัดสินใจซื้อ และในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือพฤติกรรมผู้บริโภคที่แท้จริง จะประกอบด้วย อิทธิพลของปัจจัยต่างๆหลายประการ เช่น ความต้องการการเรียนรู้ ความนึกชอบพอ ทศนคติ ความเข้าใจจากกลุ่มทางสังคม ตลอดจนวัฒนธรรมปัจจัยต่างๆเหล่านี้ได้มีอยู่ในความนึกคิดและจิตใจของทุกคน ซึ่งต่างก็ได้มีการสร้างสมและขัดเกลามาตามกระบวนการตามความนึกคิดและจิตวิทยาของตนเอง ตามสังคมและวัฒนธรรมแวดล้อมที่แตกต่างกันจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งทำให้คุณลักษณะที่แท้จริงภายในของผู้บริโภคแตกต่างกันไปด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541: 125-126) ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analysis consumer behavior) ไว้ว่า เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้การตัดสินใจสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO? , WHAT? , WHY? , WHO? , WHEN? , WHERE? และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS, OBJECTS, OBJECTIVE, ORGANIZATIONS, OCCASIONS, OUTLETS และ OPERATIONS มีตารางในการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงการประยุกต์ใช้ 7Os ของกลุ่มเป้าหมาย และคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับคำถาม 7 คำถาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 แสดง 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน -ประชากรศาสตร์ -ภูมิศาสตร์ -จิตวิทยา -พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การ จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการ ตลาดที่เหมาะสมและสามารถ ตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่ม เป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ ก็คือ ต้องการคุณสมบัติ หรือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความ แตกต่างที่เหนือคู่แข่งขึ้น (Competitive differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบ การบริการ คุณภาพ ลักษณะ นวัตกรรม 3. ผลิตภัณฑ์ควบ 4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความ แตกต่าง ทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) ประกอบด้วย ความแตกต่าง ด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน และภาพลักษณ์

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของเขาทางด้านร่างกายและจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย กลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategies) 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การโฆษณา และ (หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and promotion strategies) โดยใช้กลุ่มผู้มีอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใด จึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามแสควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการซื้อ (Operation) ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. ตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. หน้า 126.

1.4 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา. (2542: 32-33) พฤติกรรมผู้บริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพและลักษณะทางกายภาพถูกกำหนดด้วยสภาพทางจิตวิทยา โดยสภาพทางจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว และครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม รวมถึงสังคมจะถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ มีดังนี้

1. ลักษณะทางสรีระ (Physiological condition) สรีระเป็นปัจจัยเบื้องต้นในการกำหนดพฤติกรรมการซื้อและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค เนื่องจากมีบทบาทมากที่สุดในการตัดสินใจของมนุษย์ เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการของร่างกาย ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยสี่ ซึ่งประกอบด้วย อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ที่บังคับให้เราต้องประพฤติปฏิบัติ เช่น เราต้องรับประทานอาหารเพราะหิว เราต้องรับประทานยาเพราะไม่สบาย เป็นต้น

ดังนั้นสิ่งแรกที่บังคับมนุษย์ให้เกิดพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ เหตุผลทางสรีระ เป็นสิ่งที่พื้นฐานมากที่สุด

2. สภาพทางจิตวิทยา (Psychological condition) เป็นลักษณะของความต้องการที่เกิดจากสภาพจิตใจ ซึ่งเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ เป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของมนุษย์ ลักษณะของความต้องการการตอบสนองในเรื่องเดียวกัน แต่สภาพทางจิตใจไม่เหมือนกัน เช่น บางคนรับประทานอาหารตามร้านริมบาทวิถีได้ แต่บางคนต้องรับประทานอาหารในร้านติดแอร์ หรือร้านในห้างสรรพสินค้า หรืออย่างเช่น การสวมแว่นสายตา บางคนสวมเพื่อให้อ่านหนังสือได้เท่านั้น แต่บางคนต้องการความเท่ด้วย ดังนั้นกรอบแว่นก็จะมีราคาแตกต่างกันไปซึ่งเป็นสภาพทางจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน

3. ครอบครัว (Family) เป็นกลุ่มสังคมเบื้องต้นที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ ครอบครัวเป็นแหล่งอบรมและสร้างประสบการณ์ของบุคคล ถ่ายทอดนิสัย และค่านิยม ลักษณะของครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคและพฤติกรรมอื่นๆ ครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Socialization) และครอบครัวถือเป็นหน่วยที่มีบทบาทในแง่ของการเตรียมตัวผู้บริโภคเข้าสู่สังคม (Socializing agent) สังคมองค์กร (Socialization) คือ กระบวนการสำหรับเตรียมคนให้เข้าสู่สังคม ซึ่งจะมีหน่วยที่จะเข้ากระบวนการนี้ (Socializing agent) หลายหน่วย เช่น ครอบครัว โรงเรียน วัด สถาบันการเมือง สถาบันสื่อมวลชน เป็นต้น ขณะที่ผู้บริโภคแต่ละคนเจริญเติบโตมานั้นก็จะได้รับการอบรมสั่งสอนมาจากครอบครัว เช่น บางคนถูกสอนให้ไหว้พระก่อนนอน บางคนถูกสอนให้ดื่มหมาก่อนนอน สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ได้มาจากครอบครัว ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ได้จากครอบครัว คือ นิสัย และค่านิยม

4. สังคม (Social group) เป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวเรา ซึ่งจะมีผลทำให้เราต้องทำตามให้สอดคล้องกับบรรทัดฐาน (Norm) ของสังคม การที่ผู้บริโภคเป็นคนชั้นสูง ชนชั้นกลางหรือชนชั้นต่ำ ซึ่งแต่ละชนชั้นก็จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เช่น บางคนชอบเที่ยวในประเทศไทย บางคนชอบเที่ยวต่างจังหวัด แต่ขณะที่บางคนชอบเที่ยวต่างประเทศ วัฒนธรรมของชนชั้นจะบ่งบอกถึงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคว่าจะใช้เสื้อผ้าแบบไหน รับประทานอาหารแบบไหน จะท่องเที่ยวที่ไหน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสอนผู้บริโภคทั้งหมด เพราะมนุษย์หลีกเลี่ยงการเป็นส่วนหนึ่งของชนชั้นไม่ได้ อย่างไรก็ตามก็ต้องมีชนชั้นเป็นของตนเอง เช่น เป็นชาวนา ชาวไร่ เป็นกรรมกร เป็นข้าราชการ เจ้าของธุรกิจ เศรษฐี หรือนายธนาคาร สิ่งเหล่านี้จะเป็นผู้กำหนดให้มนุษย์เสมอ อีกประการหนึ่ง สงครามชนชั้นล่างจะไล่ตามชนชั้นบน เช่น การใช้น้ำหอม พอชนชั้นสูงเริ่มใช้น้ำหอมอะไร ชนชั้นล่างก็ใช้ตาม พอชนชั้นล่างใช้ตาม ชนชั้นสูงก็ต้องเปลี่ยนยี่ห้อให้สูงขึ้นเรื่อยๆ

5. วัฒนธรรม (Culture) ไม่ว่าจะอยู่ชนชั้นใดในสังคมก็ตาม จะต้องมีความเป็นวัฒนธรรมเป็นตัวอย่าง วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตที่คนในสังคมยอมรับ ประพฤติปฏิบัติตามกันเพื่อความงอกงามของ

สังคม คำว่า วัฒนธรรม แปลว่า งามงาม ธรรม แปลว่า สิ่งที่ดีงาม ดังนั้น วัฒนธรรม แปลว่า สิ่งดีสิ่งงามที่คนในสังคมยอมรับที่จะประพฤติปฏิบัติร่วมกันเพื่อให้สังคมนั้นดำเนินไปด้วยดี วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man made product) วัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งถาวร วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ชีวิตสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่อาจใช้เวลานาน เนื่องจากการยอมรับของสังคมที่กว้างขวาง และเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยากมาก เป็นที่มาของรูปแบบการดำรงชีวิตและค่านิยม (Value and Lifestyle)

1.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ

ผู้บริโภคต้องเผชิญกับสภาพการณ์ที่มีข้อมูลสินค้าไม่สมบูรณ์ ก่อนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจำเป็นต้องรู้จักสินค้าแล้วจึงนำคุณสมบัติต่างๆ มาพิจารณาประกอบการตัดสินใจ ผู้บริโภคทั่วไปจึงมีกระบวนการซื้อ อันประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอนดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541: 145-146)

1. การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) การที่ผู้บริโภครู้จักปัญหา ซึ่งหมายถึง ผู้บริโภคทราบความจำเป็นและความต้องการในสินค้า งานของนักการตลาดในขั้นนี้คือ จัดสิ่งกระตุ้นความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้า

2. การค้นหาข้อมูล (Information search) เมื่อผู้บริโภครับรู้ปัญหา นั่นคือ เกิดความต้องการในขั้นที่ 1 แล้วก็จะค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ คือ

- 2.1 แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก

- 2.2 แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย งานของนักการตลาดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในขั้นนี้ คือ พยายามจัดหาข้อมูลข่าวสารให้ผ่านแหล่งการค้า และแหล่งบุคคลให้มีประสิทธิภาพและทั่วถึง

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternative) การพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากข้อมูลที่รวบรวมได้ในขั้นที่ 2 หลักเกณฑ์ในการพิจารณา คือ

- 3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ

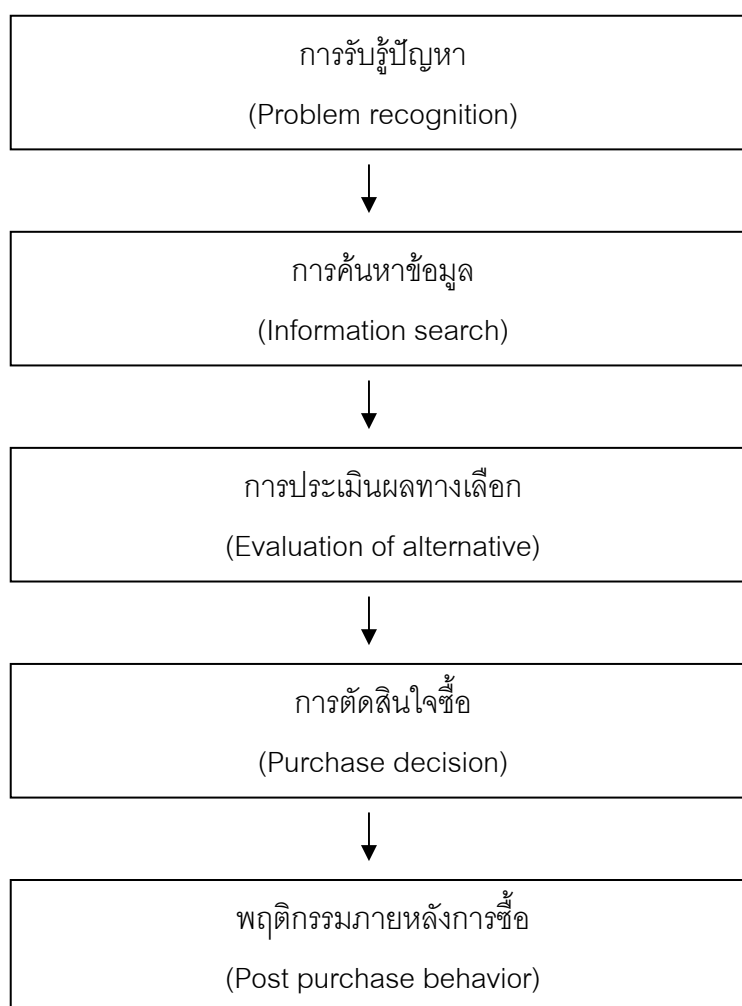
- 3.2 การให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น ราคาเหมาะสม คุณภาพสูง

- 3.3 ความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้าหรือภาพพจน์ ซึ่งความเชื่อถือนี้จะมีอิทธิพลต่อการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ

- 3.4 เปรียบเทียบระหว่างยี่ห้อต่างๆ งานของนักการตลาดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในขั้นนี้คือ การจัดส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านให้เหมาะสม

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่หือใดหือหนึ่งหรือใช้บริการสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง เนื่องจากการประเมินผลทางเลือกต่างๆ มาแล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุดและปฏิเสธที่จะซื้อสินค้าที่ตนเองไม่มีความพอใจที่จะซื้อ

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว ความรู้สึกนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์นี้มีคุณสมบัติตรงตามที่คาดหวัง ก็เกิดผลในทางบวกคือ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ แต่ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ตรงตามความต้องการ หรือต่ำกว่าความคาดหวังย่อมเกิดผลในทางลบ นั่นคือ ผู้บริโภคไม่พึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะไม่ซื้อซ้ำค่อนข้างสูง



ภาพประกอบ 3 โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Five-stage model of the consumer buying process)

ที่มา : Kotler. (2000) *Marketing Management analysis, Planning, Implementation and Control*. p. 179.

จากการวิจัยด้านแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาใช้เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท โดยนำทฤษฎีของ Kotler มาใช้ในการกำหนดตัวแปรที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ตลอดจนนำมาใช้ในการออกแบบสอบถามและอภิปรายผล อีกทั้งยังนำมาใช้ประกอบการจัดทำข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

2. แนวคิดและทฤษฎีทางด้านการบริการ

2.1 ความหมายของการบริการ

โบวี. (Bovee.1995: 300) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติหรือการดำเนินการอันนำมาซึ่งผลประโยชน์ต่อผู้ซื้อบริการ โดยการบริการสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งจากเครื่องจักรและจากบุคคล หรือทั้งจากเครื่องจักรและจากบุคคลรวมกัน บริการสามารถเกิดขึ้นได้โดยตรงกับผู้ซื้อบริการ หรือเกิดขึ้นโดยอ้อมต่อผู้ซื้อบริการ

คอตเลอร์. (Kotler. 1997: 637) กล่าวว่า การบริการ คือ การแสดงสมรรถนะที่หน่วยงานหนึ่งสามารถเสนอให้กับบุคคลหรือหน่วยงานอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะ ไม่สามารถจับต้องได้ และไม่มีผลในความเป็นเจ้าของสิ่งใดทั้งสิ้น การผลิตของมันอาจจะหรืออาจจะไม่ถูกผูกมัดกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546: 431) กล่าวว่า การบริการ (Services) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สามารถสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าได้ ตัวอย่างเช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงแรม โรงภาพยนตร์

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546: 18) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการ ส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

2.2 ประเภทของการบริการ

คอตเลอร์. (Kotler. 1997: 608-609) ได้จัดแบ่งประเภทของการบริการไว้เป็น 4 ประเภท คือ

1. บริการที่มีรูปลักษณะพร้อมสินค้า เช่น การผลิตและขายรถยนต์ ยอดขายของผลิตภัณฑ์จะขึ้นอยู่กับคุณภาพและการบริการลูกค้าที่มาพร้อมกับผลิตภัณฑ์ เช่น การซ่อมแซมและบำรุงรักษา การแนะนำการติดตั้ง การรับประกัน ห้องแสดงสินค้า
2. บริการที่ผสมผสานกับสินค้า เป็นการผสมผสานระหว่างบริการกับสินค้าในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน เช่น ผู้คนมักเข้าไปในร้านอาหารเพื่อต้องการทั้งรับประทานอาหารและการบริการ

3. การบริการหลักพร้อมด้วยสินค้าและการบริการรอง เป็นการบริการที่ประกอบไปด้วยการบริการหลักที่พร้อมด้วยการบริการเสริม และ (หรือ) สินค้าสนับสนุน เช่น การซื้อบริการโดยสารเครื่องบิน ซึ่งจุดประสงค์คือ การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง แต่ในการเดินทางนั้นๆ จะรวมค่าสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ต้นข้าวของตัว และนิตยสารของสายการบินไว้แล้ว

4. การบริการอย่างแท้จริง เช่น การบำบัดทางจิต การนวด และการเลี้ยงเด็ก เป็นต้น
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546: 142) ได้มีความเห็นเกี่ยวกับการจัดแบ่งประเภทของการบริการไว้เป็น 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าและนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ บริการซักรีด
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์
3. เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันนวดแผนโบราณ สถาบันลดน้ำหนัก สถานออกกำลังกาย คลินิกทำฟัน จิตแพทย์ ธนาคาร

2.3 งานที่สำคัญของธุรกิจให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541: 218) ได้จัดแบ่งงานที่สำคัญของธุรกิจให้บริการเป็น 3 ประการ ได้แก่

1. ความแตกต่างจากคู่แข่งชั้น งานการตลาดของผู้ขายบริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่งชั้น แต่เป็นการยากที่จะสร้างให้เห็นข้อแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัดในด้านความรู้สึกของลูกค้า การพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหนือคู่แข่งชั้น สามารถทำได้ในลักษณะต่างๆ กล่าวคือ

1.1 ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovation Features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งชั้นทั่วไป นอกจากนี้เรายังสามารถสร้างความแตกต่างในด้านภาพพจน์จากสัญลักษณ์และตราสินค้า

1.2 การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary Service Package) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่ถูกค้ำคาคาดว่าจะได้รับจากกิจการ

1.3 ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary Service Features) ได้แก่ บริการที่จะมีบริการเพิ่มเติมให้นอกเหนือจากการบริการพื้นฐานทั่วไป

2. คุณภาพการให้บริการ สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตาม ลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

2.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสม อันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

2.3 ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงาน

2.4 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ

2.5 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

2.6 ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

2.7 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

2.8 ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อาจปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ

2.9 การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้

2.10 การเข้าใจ และรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

3. ประสิทธิภาพในการให้บริการ ในการเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการธุรกิจให้บริการสามารถทำได้ 6 วิธี คือ

3.1 การให้พนักงานทำงานมากขึ้น หรือมีความชำนาญสูงขึ้น โดยจ่ายค่าจ้างเท่าเดิม

3.2 เพิ่มปริมาณการให้บริการโดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง เช่น หมอตรวจคนไข้จำนวนมากขึ้น โดยลดเวลาที่ใช้สำหรับแต่ละรายลง

3.3 เปลี่ยนบริการนี้ให้เป็นแบบอุตสาหกรรม โดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วยและสร้างมาตรฐานการให้บริการ เช่น บริการขายอาหารแบบฟาสฟู้ด

3.4 การให้บริการที่ปลดการใช้บริการหรือสินค้าอื่นๆ เช่น บริการซักกรีด เป็นการลดบริการจ้างคนใช้หรือการใช้เตารีด

3.5 การออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น ชมรมวิ่งจ็อกกิ้ง จะช่วยลดการใช้บริการการรักษาพยาบาลลง

3.6 การให้สิ่งจูงใจลูกค้าให้ใช้แรงงานของเขาแทนแรงงานของบริษัท เช่น ร้านอาหารแบบให้ลูกค้าช่วยตัวเอง

2.4 ลักษณะของบริการและการประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาด

บริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากการบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อ

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ให้บริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตา ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์จะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับการบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งรายเนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ของผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยการรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า และทำการเปรียบเทียบเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้เพื่อปรับปรุงความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ ปรับการให้บริการไม่ให้เกิดปัญหา ดังนี้

4.1 กลยุทธ์เพื่อปรับความต้องการซื้อ (Demand) (1) การตั้งราคาให้แตกต่างกันเพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงในช่วงความต้องการซื้อสูงและตั้งราคาต่ำในช่วงความต้องการซื้อน้อย (2) กระตุ้นในกลุ่มที่มีความต้องการซื้อน้อย โดยจัดกิจกรรมลดราคาและส่งเสริมการขาย (3) การให้บริการเสริม (4) ระบบนัดหมายเพื่อให้ทราบถึงจำนวนลูกค้าที่แน่นอน เพื่อการวางแผนการให้บริการที่เหมาะสมและเพื่อปรับระดับดีมานด์ให้เหมาะสม

4.2 กลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการเสนอขาย (Supply) มีดังนี้ (1) เพิ่มพนักงานชั่วคราว (2) การกำหนดวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพในช่วงที่มีลูกค้ามาก (3) ให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการให้บริการ เพื่อประหยัดเวลาของผู้ขายในการให้บริการ (4) การให้บริการร่วมกันระหว่างผู้ขาย (5) การขยายสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต

2.5 องค์ประกอบที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ

องค์ประกอบที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่สำคัญ 5 ประการคือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ในแง่ของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการบริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely service) หมายถึง ในการบริหารจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดด้านบริการมาใช้ในการวัดพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ในด้านความถี่ในการใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

3.1 ความหมายของความพึงพอใจ

พรณราย ทพยะประภา. (2529) กล่าวว่า ความพึงพอใจในงานเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติหลายๆ ประการที่คนงานมีต่องานของเขา ต่อองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับงาน และต่อชีวิตของเขาเองโดยทั่วไป

อารี เพชรผุด. (2530) กล่าวว่า ความพึงพอใจนั้นเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นที่คนงานมีต่องานและต่อนายจ้าง เป็นอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดจากประสบการณ์การทำงานของคนบุคคล ความพึงพอใจในงานมีผลมาจากงานนั้นทำให้ความต้องการทั้งทางร่างกาย และจิตใจได้รับการตอบสนอง แต่ถ้าเกิดความแตกต่างระหว่างงานที่นายจ้างเสนอให้กับความคาดหวังของลูกจ้าง จะนำไปสู่ความพอใจและความไม่พอใจในงานนั้นได้

วรูม. (Vroom. 1964: 9) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่ง สามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะ

แสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจในตนเอง

วอลแมน. (Walman. 1973: 384) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Want) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

ทิฟฟิน; และ แมคคอร์มิค. (Tiffin; & Mc Cormic. 1965: 349) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน (Basic Need) มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2539: 370-374, 382) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความพอใจเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง โดยมีทฤษฎีความต้องการที่สนับสนุน ดังนี้

1. ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Maslows's hierarchy of need)

ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้น กล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองจะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ลำดับความต้องการ ได้แก่

1.1 ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม

1.2 ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย (Security or safety needs) เป็นความต้องการที่จะเป็นอิสระจากอันตรายทางกาย

1.3 ความต้องการการยอมรับหรือความผูกพัน (Affiliation or acceptance needs) เนื่องจากบุคคลอยู่ในสังคมจะต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น

1.4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความพึงพอใจในอำนาจ ภาวะภาคภูมิใจในสถานะ และความเชื่อมั่นในตนเอง

1.5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Need for self-actualization) เป็นความต้องการในระดับสูงสุด เพื่อที่จะมีศักยภาพและบรรลุความสำเร็จในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระดับสูงสุด

2. ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer

เป็นทฤษฎีความต้องการที่มีพื้นฐานจากลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ โดยพิจารณาถึงวิธีการที่บุคคลมีปฏิกิริยาเมื่อเขาสามารถ และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตน โดยพัฒนาหลักความก้าวหน้าในความพึงพอใจ (Satisfaction progression) เพื่ออธิบายถึงวิธีการที่บุคคลมีความก้าวหน้ากับลำดับขั้นความต้องการ เมื่อตอบสนองความต้องการในระดับต่ำกว่าได้ และใน

ทางตรงข้ามกับหลักของการถดถอยความตึงเครียด (Frustration regression) เมื่อบุคคลที่ยังมีความตึงเครียดในการพยายามที่จะตอบสนองความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เขาจะเลิกตอบสนองความต้องการ และเปลี่ยนไปใช้ความพยายามที่จะตอบสนองในระดับที่ต่ำกว่า

3. ทฤษฎี 2 ปัจจัย ของ Herzberg (Herzberg's two factor theory)

ปัจจัยที่ 1 ได้แก่ ปัจจัยรักษา (Maintenance factor) หรือปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene factor) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความไม่พอใจ ปัจจัยอนามัยจะรักษาแรงจูงใจให้อยู่ในระดับสูงแล้วจะป้องกันแรงจูงใจไม่ให้เกิดขึ้นในทางลบ

ปัจจัยที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยการจูงใจ (Motivation factor) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจ

4. ทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory) หรือการปรับปรุงพฤติกรรม

เป็นทฤษฎีที่ว่า พฤติกรรมของมนุษย์ที่ถือเกณฑ์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมหนึ่งกับผลของพฤติกรรมนั้น การเกิดพฤติกรรมซ้ำเป็นผลจากความพึงพอใจ แต่ถ้าผลของพฤติกรรมไม่พึงพอใจ เขาก็จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างไป

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2539: 18,20-21)กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า(Customer satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผล ประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งการวัดความพึงพอใจของลูกค้า มีแนวทาง ดังนี้

1. ระบบการติดตาม และการให้คำแนะนำเป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้า และการทำงานของบริษัท
2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าจะใช้การวิจัยตลาดเป็นการออกแบบสอบถาม เพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยการให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ
3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย เป็นการเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพให้วิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัท และคู่แข่ง
4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไปจะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2526) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ความรู้สึกของคนที่มีความสัมพันธ์กับระบบโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี-เลว, พอใจ-ไม่พอใจ, สนใจ-ไม่สนใจ

หลุยส์ จาปาเทส. (2533) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาอย่างมีความสุข สังเกตได้จากคำพูด สายตา และการแสดงออก

จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ระดับความคาดหวัง และความต้องการของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ซึ่งความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความสะดวกสบายที่ได้รับ โดยการวัดระดับความพึงพอใจจะวัดจากความพึงพอใจของแต่ละบุคคลที่มาใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

4. กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (TQM)

การกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาดโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด หรือเรียกว่า 7Ps ซึ่งประกอบด้วย สินค้าและบริการ (Product and Services), ราคา (Price), ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), การส่งเสริมการขาย (Promotion) นอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ 2541: 337) ผู้ให้บริการ (People), การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation), กระบวนการในการให้บริการ (Process) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้า โดยสร้างกลยุทธ์ในแต่ละประเภทของส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Services) หมายถึง สิ่งที่เสนอขาย เพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน (Tangible) หรือไม่มีตัวตนก็ได้ (Intangible) ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาสินค้านั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่นๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วย สถาบันหรือกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์หรือกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วย งานที่สำคัญต่อไปนี้

3.2.1 การขนส่ง (Transportation)

3.2.2 การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)

3.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย

(Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ และต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication (IMC)) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ ดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์นี้การโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ

4.1.1 กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา (Advertising strategy)

4.1.2 กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ

4.2.1 กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling strategy)

4.2.2 การจัดการหน่วยงานขาย (Sales force management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น ในช่องทางการส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

4.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion)

4.3.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion)

4.3.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force promotion)

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึงความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ Direct response marketing) และการตลาดเชื่อมตรง (Online marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย

4.5.1 การขายทางโทรศัพท์

4.5.2 การขายโดยใช้จดหมายตรง

4.5.3 การขายโดยใช้แคตตาล็อก

4.5.4 การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ

5. ผู้ให้บริการ (People) ในธุรกิจการบริการ ผู้ที่ให้บริการเป็นบุคคล เราสามารถสร้างความแตกต่างในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดและความแตกต่างจากคู่แข่งได้ ดังนั้นในการที่จะพัฒนาศักยภาพของผู้ที่จะให้บริการสามารถทำได้ตั้งแต่การคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) และการสร้างแรงจูงใจ (Motivation) และคุณภาพของผู้ให้บริการที่ดีควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

5.1 ทักษะการแสดงออก

5.2 ทักษะที่ดีต่อการดูแลเอาใจใส่

5.3 การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

5.4 การสร้างสรรค์สิ่งใหม่

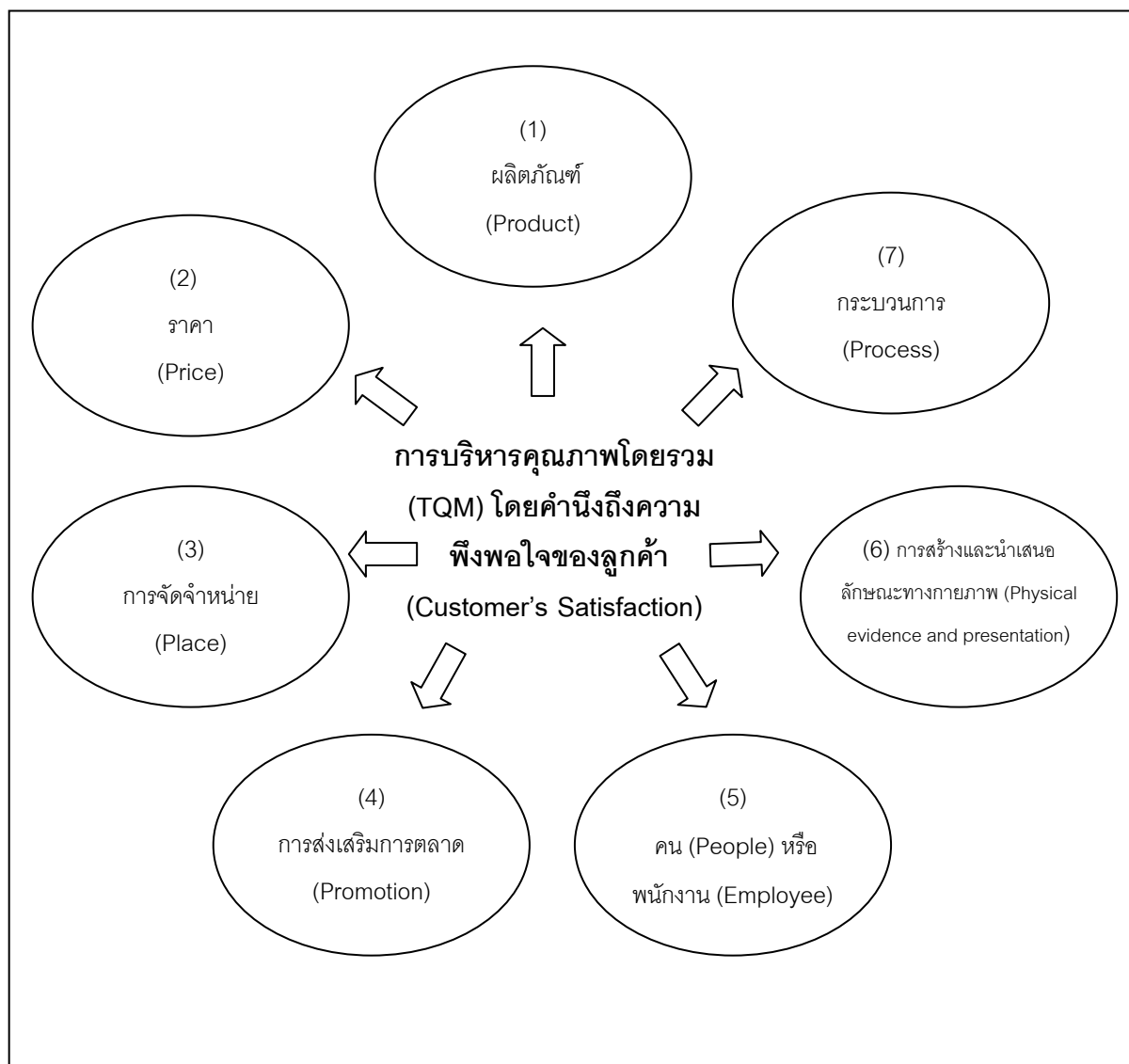
5.5 การแก้ไขปัญหา

5.6 มีบุคลิกภาพที่ดี

6. ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) ผู้ให้บริการพยายามที่จะสาธิตการให้บริการโดยการนำเสนอผ่านลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์ รูปแบบ สถานที่เพื่อสร้างความสนใจและดึงดูดผู้รับบริการ เช่น การตกแต่งหน้าร้าน ความสะอาดเรียบร้อย เป็นต้น ซึ่งจะต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้ ในแต่ละศูนย์จะมีรูปแบบการฝึกพนักงานที่มีมาตรฐานและขั้นตอนที่กำหนดไว้ เช่น ต้องทำอะไรก่อนหลังในเวลาเท่าไร เป็นต้น

7. กระบวนการให้บริการ (Processes) ในการให้บริการ บริษัทผู้ให้บริการควรมีวิธีการหรือกระบวนการให้บริการที่แตกต่างหรือให้ผู้รับบริการรับรู้เมื่อจะให้บริการ เพราะเนื่องจากว่าการให้บริการมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถให้บริการพร้อมกันครั้งละมากๆ ดังนั้น การสร้างกระบวนการในการรับ

บริการจะทำให้ผู้ให้บริการสามารถจัดการกับความต้องการของผู้รับบริการในคราวละมากๆ ได้ เช่น การนัดหมายเวลา การเรียงลำดับการให้บริการ เป็นต้น เพื่อให้เกิดมาตรฐานในการให้บริการ



ภาพประกอบ 4 การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Tools for Services)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. หน้า 76.

จากที่อธิบายข้างต้นสามารถเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจและของลูกค้าได้ดังภาพประกอบ

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของ ธุรกิจ	ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของ ลูกค้า
1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคา (Price) 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. พนักงาน (People) 6. กระบวนการให้บริการ (Process) 7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	1. คุณค่าที่จะได้รับ (Customer Value) 2. ต้นทุน (Cost Customer) 3. ความสะดวก (Convenience) 4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) 5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring) 6. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ(Completion) 7. ความสบาย (Comfort)

ภาพประกอบ 5 แสดงการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจและของลูกค้า
ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. หน้า 82.

จากการวิจัยในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาด้านกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยผู้วิจัยได้นำโมเดลของการบริหารคุณภาพโดยรวม(TQM) โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งได้แก่ ทำเลที่ตั้ง (Location) บุคลากร (People) หรือพนักงาน ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) และกระบวนการ (Process) เพราะปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญของลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ตลอดจนนำมาใช้ในการออกแบบสอบถามและอภิปรายผล อีกทั้งยังนำมากำหนดข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

5. ประวัติสำนักงานเขตพญาไท

เขตพญาไท มีฐานะเป็นอำเภอมาแต่เดิม โดยได้รับการจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติจัดตั้งอำเภอพญาไท พ.ศ.2509 โดยแบ่งพื้นที่บางส่วนของอำเภอดุสิต และอำเภอบางกะปิ รวมเป็นพื้นที่ของอำเภอพญาไท ซึ่งมีทั้งสิ้น 7 ตำบล คือ

1. ตำบลถนนเพชรบุรี รวมพื้นที่เดิมของตำบลบ้านแขกครัว ตำบลประแจจีน ตำบลประตูน้ำ เข้าด้วยกัน และให้ชื่อตำบลตามชื่อถนน ซึ่งเป็นชื่อของกรมหลวงเพชรบุรี

2. ตำบลถนนพญาไท เป็นพื้นที่ของตำบลพญาไทเดิม ตั้งชื่อตามถนนสายหลักของตำบลคือ พญาไท

3. ตำบลทุ่งพญาไท เป็นพื้นที่ของตำบลสัมปอเดิม ตั้งชื่อตามสภาพเดิมซึ่งเป็นทุ่งโล่งหน้า พระราชวังพญาไท และใช้เป็นสถานที่กระทำการพิธีแรกนาขวัญ ปัจจุบันเป็นโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า (ในระยะนั้นคลองสัมปอขุดขึ้นจนหมดสภาพคลองไปแล้ว)

4. ตำบลมักกะสัน เป็นพื้นที่ในอาณาบริเวณรอบ ๆ โรงงานรถไฟมักกะสัน เข้าใจว่าตั้งชื่อตาม ชื่อคลองบางกระสัน ซึ่งถูกถมเพื่อสร้างโรงงานดังกล่าว

5. ตำบลสามเสนใน เป็นพื้นที่บริเวณคลองสามเสนตอนใน เดิมอยู่ในพื้นที่ของอำเภอดุสิต ซึ่งรับโอนมาจากตำบลบางซื่อ (ตำบลบางซื่อถูกยุบเลิกเมื่อ พ.ศ.2481) ต่อมาได้มีประกาศกระทรวงมหาดไทย ลงวันที่ 23 ธันวาคม 2508 แบ่งพื้นที่บางส่วนของตำบลบางซื่ออีกครั้งและพื้นที่ตั้งแต่ทางรถไฟสายเหนือจรดคลองเปรมประชากร ไปขึ้นกับตำบลถนนนครไชยศรี ส่วนที่เหลือจึงเป็นตำบลสามเสนในของอำเภอพญาไท เมื่อ พ.ศ. 2509

6. ตำบลบางกะปิ เป็นพื้นที่ซึ่งรับมอบมาจากอำเภอบางกะปิเดิม

7. ตำบลห้วยขวาง แยกพื้นที่ออกจากตำบลสามเสนนอกมาตั้งเป็นตำบลใหม่ตามชื่อพื้นที่ซึ่งใช้เรียกกันในขณะนั้น ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย ลงวันที่ 23 ธันวาคม 2508 เช่นเดียวกัน

เมื่อมีการจัดตั้งกรุงเทพมหานคร ตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 335 ลงวันที่ 13 ธันวาคม 2515 อำเภอพญาไท จึงเปลี่ยนฐานะเป็น "เขตพญาไท" โดยรวมเอาภารกิจของเทศบาล ในส่วนที่เกี่ยวข้องมาดำเนินการในพื้นที่ด้วย และตำบลต่าง ๆ ก็เปลี่ยนไปเป็น "แขวง" ตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับดังกล่าว

ต่อมาในปี พ.ศ. 2521 ได้มีพระราชกฤษฎีกาเปลี่ยนแปลงพื้นที่เขตพญาไท เขตห้วยขวางและเขตบางกะปิ เพื่อให้แต่ละเขตมีพื้นที่และประชากรที่เหมาะสมต่อการบริการประชาชนอย่างทั่วถึง โดยที่เขตพญาไทมีการเปลี่ยนแปลง ดังนี้ คือ โอนพื้นที่แขวงดินแดง และแขวงสามเสนใน (บางส่วน) ให้แก่เขตห้วยขวางและรับโอน แขวงบางกะปิบางส่วนมาอยู่ในความรับผิดชอบของเขตพญาไท ตั้งแต่วันที่ 3 พฤษภาคม 2521 เป็นต้นมา และในปี พ.ศ. 2528 ได้มีพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 เปลี่ยนแปลงจาก เขตพญาไทเป็น "สำนักงานเขตพญาไท"

ต่อมาในปี พ.ศ. 2531 ได้มีประกาศกรุงเทพมหานคร เปลี่ยนแปลงพื้นที่เขตปกครองเดิมของเขตพญาไท โดยแยกแขวงทุ่งพญาไท ถนนพญาไท มักกะสัน ถนนเพชรบุรี ขึ้นเป็น "เขตราชเทวี" เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2532 พื้นที่เดิมของเขตพญาไทจึงเหลือแขวงสามเสนในเพียงแขวงเดียว และครั้ง

สุดท้ายได้มีประกาศกรุงเทพมหานคร ลงวันที่ 21 ตุลาคม 2536 ตั้งแขวงดินแดง เขตดินแดง ตัดพื้นที่เขตพญาไทบางส่วนด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ให้เขตดินแดง ซึ่งพึงจัดตั้งเขตขึ้นใหม่

การบริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)

สำนักงานเขตพญาไท ได้ปรับปรุงสถานที่ให้บริการและปฏิบัติงานการให้บริการในรูปแบบศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จตั้งแต่วันอังคารที่ 8 มกราคม 2545 เป็นต้นมา โดยให้บริการในส่วนต่างๆ รวม 4 ประเภท ดังนี้

1. บริการยื่นและรับเรื่อง

- การยื่นรับเรื่องขออนุญาตขุดย้ายหรือตัดต้นไม้สาธารณะ
- ยื่นเรื่องขออนัดประเมินค่าบริการต่างๆ ตามข้อบัญญัติ กทม. ว่าด้วยเรื่องค่าบริการ
- งานใบอนุญาตตาม พ.ร.บ. การสาธารณสุขและพ.ร.บ. สุสานและฌาปนสถาน
- งานใบอนุญาตตาม พ.ร.บ. ควบคุมการโฆษณา
- การยื่นร้องเรียนเหตุรำคาญ
- การขออนุญาตก่อสร้าง ดัดแปลง รื้อถอนอาคาร
- การขออนุญาตเคลื่อนย้ายหรือเปลี่ยนแปลงการใช้อาคาร
- การต่อใบอนุญาต
- การอุทธรณ์
- การขออนุญาตการกระทำในที่สาธารณะและการอุทธรณ์ที่ดิน
- การรับแจ้งเรื่องราวร้องทุกข์และอุบัติภัยและอื่นๆ

2. บริการงานทะเบียนราษฎร

- การแจ้งย้ายเข้าและออก
- การแก้ไขรายการ
- การรับสูติบัตร
- การแจ้งตาย
- การคัดสำเนาทะเบียนบ้าน สูติบัตร มรณบัตร และอื่นๆ

3. บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน

- การทำบัตรประจำตัวประชาชน

4. บริการชำระเงิน

- รับชำระค่าธรรมเนียมต่างๆ

ขั้นตอนการเข้ารับบริการ ณ ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)

1. เข้าพบประชาสัมพันธ์ โดยแจ้งความประสงค์ของบริการที่ท่านมาติดต่อ ท่านจะได้รับการชี้แนะว่าจำเป็นต้องกรอกแบบคำร้องประเภทใดบ้าง และจะต้องใช้หลักฐานอะไรบ้างประกอบ ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำท่านในการกรอกแบบคำร้อง เมื่อกรอกแบบคำร้องเสร็จเรียบร้อยแล้ว และเจ้าหน้าที่ช่วยตรวจความเรียบร้อยแล้ว เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะช่วยกดบัตรคิวให้ท่าน ซึ่งบัตรคิวนี้นี้ท่านจะต้องถือไว้กับตัวเองตลอดเวลา ในการเข้ารับบริการจากช่องให้บริการต่างๆ เพื่อใช้อ้างอิงในการรับบริการจนเสร็จสิ้น

2. เมื่อได้รับบัตรคิวแล้ว เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะแนะนำให้ท่านไปนั่งรอเข้ารับบริการ ณ จุดที่ใกล้เคียงกับช่องที่ให้บริการ โดยศูนย์บริการฯ จะมีแผงไฟแสดงหมายเลขคิวที่ถูกเรียกถึง 3 จุดเพื่อให้เห็นได้ไม่ว่าจะนั่งอยู่ในบริเวณใด ทั้งนี้คิวที่ถูกเรียกใหม่จะกระพริบและมีเสียงเรียกโดยบอกหมายเลขคิวและหมายเลขช่องที่จะให้บริการ ถ้าเป็นหมายเลขคิวของท่าน ท่านจะสามารถเข้ารับบริการจากช่องบริการที่เรียกได้ทันที โดยหากท่านรอนานเกินกว่า 20 นาที แล้วยังไม่ได้รับการเรียกขอให้สอบถามประชาสัมพันธ์

เนื่องจากการให้บริการบางประเภทจะเกี่ยวข้องกับช่องการให้บริการหลายช่อง จึงจำเป็นต้องมีการส่งคิวไปยังช่องให้บริการอื่น ท่านจะได้รับคำแนะนำจากช่องให้บริการที่ส่งคิวว่าท่านควรจะรอคิวจากช่องให้บริการบริเวณใด แล้วรอคิวเรียกเข้ารับบริการช่องใหม่ ทั้งนี้ เป็นไปได้ที่การให้บริการบางประเภทมีการส่งคิวมากกว่า 2 ช่อง ดังนั้น จึงไม่ใช่ความผิดปกติแต่อย่างใด

ขั้นตอนการเข้าสู่ระบบคิว

- กต 1 ยื่นและรับเรื่องอื่นๆ
- กต 2 ยื่นแบบประเมินภาษี
- กต 3 ชำระเงิน
- กต 4 ทะเบียนราษฎร
- กต 5 บัตรประจำตัวประชาชน
- กต 6 คัดสำเนา
- กต 7 แจ้งบัตรประชาชนหาย

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กำพล เกียรติปฐมชัย. (2538) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานทะเบียนอำเภอ : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดสกลนคร จากการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการส่วน

ใหญ่ร้อยละ 71 มีความพึงพอใจในระดับสูง ที่เหลือร้อยละ 29 มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และพบว่าตัวแปร อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะห่างจากอำเภอ ความรู้เกี่ยวกับงานทะเบียน และเวลาที่ใช้ในการรับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสำนักทะเบียน พบว่าความพึงพอใจรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบตามองค์ประกอบความพึงพอใจด้านอรรถยาศัยของเจ้าหน้าที่ กระบวนการปฏิบัติงาน และการประชาสัมพันธ์ ไม่พบความแตกต่างกันมีเพียงองค์ประกอบด้านสถานที่เท่านั้นที่พบความแตกต่าง

สรุปผลการวิจัยของกำพล เกียรติปฐมชัย. (2538) นำไปใช้ในการวิจัยในหัวข้อเรื่อง “ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท” ใน 4 ด้าน (สถานที่ตั้งของศูนย์บริการ, ขั้นตอนและกระบวนการ, บุคลากร, สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ)

จุฑารัตน์ สุภาโอสฐ์. (2538) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขตดุสิต ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานเขตดุสิต ในระดับสูง ร้อยละ 86 โดยพึงพอใจในงานสาธารณูปโภค ร้อยละ 83 และหากแยกเป็นงาน ปรากฏว่าประชาชนพึงพอใจงานโยธา ร้อยละ 73 งานรักษาความสะอาด ร้อยละ 87 งานอนามัย ร้อยละ 71 งานปกครอง ร้อยละ 72 สำหรับงานบริการเฉพาะด้าน พบว่าประชาชนมีความพึงพอใจในงานทะเบียน ร้อยละ 91 งานอนามัย ร้อยละ 96 งานโยธา ร้อยละ 87 และงานรายได้ ร้อยละ 75 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อกิจกรรมบริการด้านสาธารณูปโภค จำแนกตามฐานะทางเศรษฐกิจ พบว่าประชาชนในเขตดุสิตที่มีฐานะทางเศรษฐกิจระดับกลางจะพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจระดับล่างในทุกกลุ่มงาน ยกเว้นการบริการดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความสะอาดของการสัญจรบนทางเท้า ที่ผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจระดับล่างมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจระดับกลาง เช่นเดียวกับงานปกครอง

เนตรชนก จิระเกียรติ. (2537) ศึกษาการให้บริการประชาชน : ศึกษากรณีงานทะเบียนสำนักงานเขตจตุจักร จากศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่งานทะเบียน ส่วนใหญ่เป็นไปในทางบวก ปัญหาและอุปสรรคในเรื่องการบริการประชาชน คือ อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ วิธีการบริการประชาชนและอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ รวมทั้งความรู้ความเข้าใจของประชาชน โดยมีข้อเสนอแนะว่า ควรพิจารณาหมุนเวียนเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติงานด้านการทะเบียน ปรับปรุงการให้บริการประชาชนให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ รวมทั้งการบริหารงานด้านการทะเบียนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด สร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดแก่ประชาชนในลักษณะของการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

จากการวิจัยดังกล่าวพบว่า การบริการหลายด้านมีความบกพร่อง ทำให้เกิดผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมาก

บราลี จินตณสนธิ. (2538) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานทะเบียน : ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลหัวหิน พบว่า ตัวแปร เพศ อายุ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ โดยที่เพศชายมีความพึงพอใจสูงกว่าเพศหญิง ประชาชนที่มีอายุมากกว่าจะมีความพึงพอใจในการรับบริการสูงกว่าประชาชนที่มีอายุน้อยกว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจะมีความพึงพอใจสูงกว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า แต่ระดับรายได้และอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของประชาชน

จตุรนต์ น้อยบัวทิพย์. (2540) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการฝ่ายปกครอง : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการฝ่ายปกครองอยู่ในระดับมาก และพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ความถี่ในการมาติดต่อราชการที่อำเภอ ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ ระยะทางระหว่างบ้านกับอำเภอ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชน

กิตติพงษ์ ศิริมธุรส. (2541: 35) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าที่มีต่อบริการล้างอัดฉีดรถยนต์ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร โดยได้ทำการศึกษาในหัวข้อต่างๆ ซึ่งรวมถึงศูนย์บริการรถยนต์ในธุรกิจคาร์แคร์ด้วย พบว่ากลุ่มผู้เข้ามารับบริการล้างอัดฉีดรถยนต์นั้นไม่เพียงต้องการทำความสะอาดของรถยนต์เท่านั้น แต่ยังมีความต้องการไปถึงบริการต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรถยนต์ด้วย โดยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะเฉพาะโดยมีเงื่อนไขเวลามาเป็นปัจจัยหลักแล้วแต่ช่วงเวลาอันพึงมี และยังมีผู้รับบริการบางกลุ่มต้องการให้เสริมบริการด้านรถยนต์ให้มีลักษณะที่แตกต่างและบำรุงรักษารถยนต์ด้วย ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าผู้บริโภคต้องการศูนย์บริการทางด้านรถยนต์ที่สามารถหาสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวกับรถยนต์ได้ครบในสถานที่สถานเดียวเพื่อความสะดวกในการใช้บริการและเพื่อประหยัดเวลา โดยมีความต้องการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) ได้แก่ มีมารยาทสุภาพและเต็มใจให้บริการ การตรวจเช็คความเรียบร้อย ทำงานด้วยความกระตือรือร้นและรวดเร็ว กล่าวต้อนรับได้ทามเมื่อมีรถเข้ามารับบริการ และเอาใจใส่ลูกค้าตามลำดับตาราง

สรุปงานวิจัยของ กิตติพงษ์ ศิริมธุรส. (2541: 35) นำไปใช้ในการวิจัยในหัวข้อเรื่องการบริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

ตาราง 2 แสดงความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงาน

บริการของพนักงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ฐานนิยม		ระดับความ ต้องการ
			คะแนน	ร้อยละ	
มีมารยาทสุภาพเต็มใจให้บริการ	3.859	1.062	5	34.5	มาก
มีการตรวจเช็คความเรียบร้อย	4.085	.8792	4	44.4	มาก
ทำงานด้วยความกระตือรือร้นและ รวดเร็ว	4.021	.8544	4	47.2	มาก
กล่าวต้อนรับได้ตามเพื่อเข้ารับ บริการ	3.754	1.032	4	30.3	มาก
เอาใจใส่ลูกค้า	3.775	1.054	4	34.5	มาก

จากตาราง 2 ลูกค้าต้องการให้พนักงานบริการด้วยการทำงานที่มีความกระตือรือร้นและรวดเร็ว มีการตรวจเช็คความเรียบร้อย มีมารยาทสุภาพเต็มใจให้บริการ เอาใจใส่ลูกค้า และกล่าวต้อนรับได้ตามเมื่อเข้ารับบริการซึ่งอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

บริณ. (สุทธิ ปันมา. 2535: 23; อ้างอิงจาก Brian Stipak. 1979: 46-52) ได้ทำการวิจัยใน ลอสแอนเจลิส เพื่อทดสอบว่าบริการที่จัดหาโดยหน่วยการปกครองท้องถิ่นมีส่วนกระทบต่อการ ให้บริการหรือไม่ โดยใช้ข้อมูลด้านปัจเจกบุคคล สัมมะโนประชากร การบริการและอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้ กับตัวแบบในการประเมินทาง ด้านลักษณะของบริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ ลักษณะของแต่ละ บริเวณและลักษณะของปัจเจกบุคคล เกณฑ์การประเมินด้านอัตวิสัย (Subjective Evaluation Scales) สร้างขึ้นจากการสำรวจแบบสอบถาม ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานตำรวจ สอนสาธารณะ การกำจัดขยะ และบริการอื่นๆ ส่วนเกณฑ์การประเมินทางด้านวัตถุวิสัย (Objection Service Characteristics) พิจารณาจากจำนวนตัวเลข เช่น อัตราการปราบปรามของตำรวจ อัตราของ ทรัพย์สินที่ได้กลับคืน ค่าใช้จ่ายต่อหัว และอัตราของการเกิดอาชญากรรม แต่ตัวเลขดังกล่าวนี้ไม่ค่อย มีความสำคัญพอ ที่จะบ่งบอกได้ว่าลักษณะของบริการนั้นมีส่วนกระทบต่อการประเมินการให้บริการ และในขณะ เดียวกัน การประเมินทางด้านอัตวิสัยก็มีข้อจำกัดเนื่องจากประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องของการบริการนั้นน้อย เพราะจากการวิจัยทางด้านสาธารณะสมบัติ พบว่า ประชาชนมีความรู้ น้อยในเรื่องเกี่ยวกับรัฐบาลและกิจกรรมของรัฐ แต่กระนั้นเขาก็ยังต้องการที่จะแสดงทัศนคติทาง การเมืองออกมา ด้วยเหตุนี้ประชาชนจึงเต็มใจที่จะประเมินการให้บริการที่หน่วยการปกครองท้องถิ่น จัดหา แม้ว่าเขาจะขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร จึงทำให้การประเมินการให้บริการไม่สามารถสะท้อนถึง คุณภาพของการบริการที่แตกต่างกันได้

ประภัสร แสนอารี. (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ของบี-คิว ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่รับบริการอยู่ในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีอายุ 31 – 40 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป ด้านลักษณะของรถยนต์ที่ใช้มากที่สุดเป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ประเภทะโหล่งรถยนต์ที่มาเปลี่ยนอันดับแรกคือ ยางรถยนต์ ข้อมูลความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากคือ ด้านบุคลากร ส่วนใหญ่ในระยะเวลา 1 ปี จะเข้ารับบริการที่ศูนย์บริการรถยนต์ของ บี-คิว เฉลี่ยจำนวน 4 ครั้ง โดยมีอัตราค่าใช้บริการโดยเฉลี่ย 2,961 บาท มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ เพราะความสะดวกในการเข้ารับบริการมากกว่าศูนย์บริการ ซึ่งเวลาที่สะดวกที่สุดคือ 18.01 – 20.00 น. และตัดสินใจเลือกใช้ศูนย์บริการรถยนต์ของบี-คิว ใกล้บ้านมากที่สุด

นวรรตน์ ชูธรรมขจร. (2546) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการงานทะเบียนของสำนักงานเขตในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของงานทะเบียนของสำนักงานเขตมากที่สุดในด้านพนักงาน รองลงมาคือด้านความเสมอภาค ส่วนด้านที่ลูกค้ามีความความพึงพอใจต่ำสุดคือ ด้านสถานที่ในการจอดรถ และพบว่า อายุ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ แต่เพศ ศาสนา สถานภาพ ระดับรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชน

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541: 76) ซึ่งนำไปใช้ในการวิจัยในหัวข้อเรื่อง “ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท” ใน 4 ด้าน (สถานที่ตั้งของศูนย์บริการ, ขั้นตอนและกระบวนการ, บุคลากร, สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ) และสามารถนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการวิจัย ตลอดจนใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค โดยนำทฤษฎีของ Kotler และทฤษฎีด้านการบริการมาใช้ในการกำหนดตัวแปรที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท รวมทั้งแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ตลอดจนถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งผลการศึกษานำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การบริหารการตลาดของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท โดยมีจำนวนเฉลี่ย 23,676 คน (1 ม.ค. 2551 ถึง 23 มิ.ย. 2551)
(แหล่งที่มา: ระบบก่อน-หลังผู้ให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ สำนักงานทะเบียนเขตพญาไท)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ซึ่งมีจำนวนเฉลี่ย 23,676 คน โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรในการคำนวณแบบทราบจำนวนประชากร (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ประคอง กรรณสูตร. 2538: 10 - 11) แสดงดังนี้

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\&= \frac{23,676}{1+(23,676*(0.05)^2)} \\&= 393.35 \text{ คน ประมาณ } 394 \text{ คน}\end{aligned}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

ในระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน เพิ่มกลุ่มตัวอย่าง 5% รวมจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 414 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งประเภทของการใช้บริการมีทั้งหมด 4 ประเภท แต่ประเภทการบริการยื่นและรับเรื่องมีผู้ใช้น้อยมาก ประมาณปีละ 1-2 ราย จึงเลือกเก็บตัวอย่างเพียง 3 ประเภท ได้แก่ บริการงานทะเบียนราษฎร บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และบริการชำระเงิน โดยเก็บตัวอย่างจากประเภทๆ ละเท่ากัน จำนวน 138 ตัวอย่าง

2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการเก็บรวบรวมกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีและเต็มใจให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามตามจำนวนตัวอย่างแต่ละประเภทจนครบ

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ มี 6 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended response question) มีตัวเลือกให้ตอบแบบ 2 ตัวเลือก (Dichotomous question) และหลายตัวเลือก (Multiple choices question) มีรายละเอียดดังนี้

1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยกำหนดช่วงอายุ (มัลลิกา บุญนาค.2537: 29) มีการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ \text{ช่วงอายุ} &= \frac{60 - 15}{5} \\ &= 9 \end{aligned}$$

โดยแสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถามดังนี้

(1) ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15 ปี

- (2) 16-24 ปี
- (3) 25-33 ปี
- (4) 34-42 ปี
- (5) ตั้งแต่ 43 ปีขึ้นไป

- 3. สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- 4. ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
- 5. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- 6. รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

โดยกำหนดช่วงรายได้ (มัลลิกา บุญนาค. 2537: 29) มีการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ \text{ช่วงรายได้} &= \frac{70,000 - 10,000}{5} \\ &= 12,000 \end{aligned}$$

โดยแสดงช่วงรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถามดังนี้

- (1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- (2) 10,001-22,000 บาท
- (3) 22,001-34,000 บาท
- (4) 34,001-46,000 บาท
- (5) มากกว่า 46,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ประกอบด้วย

- 1. เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- 2. ประเภทของการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- 3. ความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale)
- 4. วันที่มาใช้บริการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- 5. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท คือ

1. ความพึงพอใจด้านสถานที่ มีข้อความจำนวน 4 ข้อ
2. ความพึงพอใจด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีข้อความจำนวน 4 ข้อ
3. ความพึงพอใจด้านบุคลากร มีข้อความจำนวน 5 ข้อ
4. ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีข้อความจำนวน 4 ข้อ
5. ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการบริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีข้อความจำนวน 1 ข้อ

ซึ่งมีจำนวนคำถามรวม 18 ข้อ เป็นคำถามที่มีลักษณะปลายเปิด ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert's rating scale) ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

- | | | |
|---------|---------|----------------------------|
| ระดับ 1 | หมายถึง | ต่ำกว่าความคาดหวังอย่างมาก |
| ระดับ 2 | หมายถึง | ต่ำกว่าความคาดหวัง |
| ระดับ 3 | หมายถึง | เป็นไปตามความคาดหวัง |
| ระดับ 4 | หมายถึง | สูงกว่าความคาดหวัง |
| ระดับ 5 | หมายถึง | สูงกว่าความคาดหวังอย่างมาก |

ในการประเมินผลใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น (มัลลิกา บุญนาค. 2537: 29) เป็นการคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยแต่ละลำดับชั้น มีดังนี้

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

เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

- | | | | |
|-------------|-------------|---------|-----------------|
| คะแนนเฉลี่ย | 1.00 – 1.80 | หมายถึง | ไม่พอใจอย่างมาก |
| คะแนนเฉลี่ย | 1.81 – 2.60 | หมายถึง | ไม่พอใจ |
| คะแนนเฉลี่ย | 2.61 – 3.40 | หมายถึง | เฉยๆ |
| คะแนนเฉลี่ย | 3.41 – 4.20 | หมายถึง | พอใจมาก |
| คะแนนเฉลี่ย | 4.21 – 5.00 | หมายถึง | พอใจอย่างมาก |

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการฉุกเฉินเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท จำนวน 3 ข้อ ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบ Semantic Differential Scale โดยเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

- | | | |
|---------|---------|---|
| ระดับ 1 | หมายถึง | ไม่ใช้บริการแน่นอน / ไม่บอกต่อแน่นอน / บอกต่อถึงสิ่ง
บกพร่อง |
| ระดับ 2 | หมายถึง | น่าจะไม่ใช้บริการ / น่าจะไม่บอกต่อ / น่าจะบอกต่อถึงสิ่ง
บกพร่อง |
| ระดับ 3 | หมายถึง | ไม่แน่ใจ |
| ระดับ 4 | หมายถึง | ใช้บริการ / บอกต่อ / บอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ |
| ระดับ 5 | หมายถึง | ใช้บริการแน่นอน / บอกต่อแน่นอน / บอกต่อแน่นอนถึงสิ่งที่ดี
ในบริการ |

ในการประเมินผลใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น (มัลลิกา บุนนาค. 2537: 29) เป็นการคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยแต่ละลำดับชั้น มีดังนี้

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

เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยระดับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการฉุกเฉินเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

- | | | | |
|-------------|-------------|---------|--|
| คะแนนเฉลี่ย | 1.00 – 1.80 | หมายถึง | ไม่ใช้บริการแน่นอน / ไม่บอกต่อแน่นอน
บอกต่อถึงสิ่งบกพร่อง |
| คะแนนเฉลี่ย | 1.81 – 2.60 | หมายถึง | น่าจะไม่ใช้บริการ / น่าจะไม่บอกต่อ /
น่าจะบอกต่อถึงสิ่งบกพร่อง |
| คะแนนเฉลี่ย | 2.61 – 3.40 | หมายถึง | ไม่แน่ใจ |
| คะแนนเฉลี่ย | 3.41 – 4.20 | หมายถึง | ใช้บริการ / บอกต่อ / บอกต่อถึงสิ่งที่ดีใน
บริการ |
| คะแนนเฉลี่ย | 4.21 – 5.00 | หมายถึง | ใช้บริการแน่นอน / บอกต่อแน่นอน /
บอกต่อแน่นอนถึงสิ่งที่ดีในบริการ |

วิธีการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ มีดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจบริการ ความพึงพอใจ และคุณภาพการบริการ จากเอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ ความพึงพอใจในการใช้บริการ และแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อทำการวัดค่าตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาจากการวิจัยในอดีตที่มีความคล้ายคลึงกัน และนำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัย เพื่อพิจารณาโครงสร้างเนื้อหาแบบสอบถาม และภาษาที่ใช้ให้เหมาะสมเป็นที่เข้าใจตรงกันของทั้งผู้ตอบและผู้ทำการวิจัย หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ตัวอย่าง จากนั้นนำไปทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม
2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) นำแบบสอบถามที่ทดสอบความเที่ยงตรงมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งในด้านสถานที่ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.790 ด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.886 ด้านบุคลากร มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.904 และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.885

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม
2. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลผู้ให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท จำนวน 414 คน

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาดำเนินการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยนำแบบสอบถามที่ได้รวบรวมมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อเตรียมนำมาวิเคราะห์
2. การลงรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ทำการลงรหัสแล้วทำการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for Social Sciences)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ประเภทของการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ วันที่มาใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาถึงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลความถี่ในการใช้บริการและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลความถี่ในการใช้บริการและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ

2.2 สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี

มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

2.3 สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 2

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 36)

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

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ของคะแนน
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 39)

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

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

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 38)

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

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
-------	------	-----	---

$\sum x^2$ แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
$(\sum x)^2$ แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
n แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546: 43)

$$\text{Cronbach's alpha: } \alpha = \frac{k \overline{\text{convariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{convariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ α แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
k แทน	จำนวนคำถาม
$\overline{\text{convariance}}$ แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
$\overline{\text{variance}}$ แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ประกอบด้วย
3.1 สถิติ Independent Sample t-test (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 178)

กรณีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ($S_1^2 = S_2^2$)

$$t = \frac{\overline{X_1} - \overline{X_2}}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อ t แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
$\overline{X_1}$ แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\overline{X_2}$ แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
S_1^2 แทน	ค่าความแปรปรวนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
S_2^2 แทน	ค่าความแปรปรวนกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

กรณีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ($S_1^2 \neq S_2^2$)

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

$$df = \frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right)^2}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2} \right)^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ	t	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) แบบการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545: 239) มีสูตรดังนี้

3.2.1 ใช้สถิติ F-test กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน มีสูตรดังนี้

ตาราง 3 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม(B)	k-1	$SS_{(B)}$	$MS_{(B)} = \frac{SS_{(B)}}{k-1}$	$\frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$
ภายในกลุ่ม(W)	n-k	$SS_{(W)}$	$MS_{(W)} = \frac{SS_{(W)}}{n-k}$	
รวม(T)	n-1	$SS_{(T)}$		

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

เมื่อ	F แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	df แทน	ช่วงแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) และภายในกลุ่ม (n-k)
	k แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน
	n แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
	$SS_{(B)}$ แทน	ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between sum of squares)
	$SS_{(W)}$ แทน	ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within sum of squares)
	$MS_{(B)}$ แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean square between groups)
	$MS_{(W)}$ แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean square within groups)

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 333) มีสูตรดังนี้

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

โดยที่ $n_i \neq n_j$

เมื่อ	$t_{1-\alpha/2; n-k}$	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม = n-k
	MSE	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม ($MS_{(w)}$)
	n_i	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่มที่ i
	n_j	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่มที่ j
	α	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

3.2.2 ใช้สถิติ Brown-Forsythe (β) กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน (Hartung, 2001: 300) มีสูตรดังนี้

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

$$\text{โดย } MS_{(w)} = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_j}{N}\right)^2 s_i^2$$

เมื่อ	β	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe
	$MS_{(B)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean square between groups)
	$MS_{(w)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean square within groups) สำหรับ Brown-Forsythe
	k	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน
	n_j	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่มที่ j
	N	แทน	ขนาดของประชากร
	s_i^2	แทน	ค่าความแปรปรวนกลุ่มตัวอย่างที่ i

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบเป็นรายคู่เพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกันโดยใช้วิธี Dunnett's T3 (กิเชียร์ เกศสิงห์, 2543: 116) มีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_i - \bar{X}_j}{MS_{(w)} \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$MS_{(w)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม(Mean Square within group) สำหรับ Brown-Forsythe
	$\bar{X}_i$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i
	$\bar{X}_j$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j
	n_i	แทน	จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ i
	n_j	แทน	จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ j

3.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 310-311) มีสูตรดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum x$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด x
	$\sum y$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด y
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละตัว ยกกำลังสอง
	$\sum y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด y แต่ละตัว ยกกำลังสอง
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y
	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ความหมายของค่า r คือ

1. ค่า r เป็น ลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
2. ค่า r เป็น บวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

3. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์มาก
4. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์มาก
5. ค่า $r = 0$ แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมาย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 316)

- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 1 (ประมาณ 0.70 ถึง 0.90)
ถือว่า มีความสัมพันธ์อยู่ใน ระดับสูง (สูงกว่า 0.9 ถือว่าอยู่ในระดับสูงมาก)
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0.5 (ประมาณ 0.30 ถึง 0.70)
ถือว่า มีความสัมพันธ์อยู่ใน ระดับปานกลาง
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0 (ประมาณ 0.30 หรือ ต่ำกว่า)
ถือว่า มีความสัมพันธ์อยู่ใน ระดับต่ำ
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
df	แทน	ช่วงแห่งความเป็นอิสระ (degree of Freedom)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
β	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก
H_1	แทน	สมมติฐานรอง
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
Sig. (2 tailed)	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
LSD	แทน	Least Significant Difference

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

ส่วนที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน โดยแจกแจงเป็นความถี่ค่าเปอร์เซ็นต์หรือ ร้อยละ (Percentage) ได้ดังนี้

ตาราง 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 414)

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	216	52.2
หญิง	198	47.8
รวม	414	100.00
2.อายุ		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15 ปี	14	3.4
16-24 ปี	77	18.6
25-33 ปี	140	33.8
34-42 ปี	85	20.5
ตั้งแต่ 43 ปีขึ้นไป	98	23.7
รวม	414	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
3.สถานภาพ		
โสด	244	58.9
แต่งงาน / อยู่ด้วยกัน	148	35.8
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	22	5.3
รวม	414	100.00
4.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	139	33.6
ปริญญาตรี	210	50.7
สูงกว่าปริญญาตรี	65	15.7
รวม	414	100.00
5.อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	61	14.7
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	100	24.2
พนักงานบริษัทเอกชน	122	29.5
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	95	22.9
อื่นๆ เช่น ทนายความ แม่บ้าน รับจ้าง	36	8.7
รวม	414	100.00
6.รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	115	27.8
10,001-22,000 บาท	149	36.0
22,001-34,000 บาท	62	14.9
34,001-46,000 บาท	31	7.5
มากกว่า 46,000 บาทขึ้นไป	57	13.8
รวม	414	100.00

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์แสดงลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 414 คน พบว่า มีรายละเอียดดังนี้

เพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 และเพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8

อายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 25-33 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ อายุตั้งแต่ 43 ปีขึ้นไป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 อายุ 34-42 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 อายุ 16-24 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 และอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

สถานภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 รองลงมาคือ แต่งงาน / อยู่ด้วยกัน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

ระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7

อาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และอื่นๆ เช่น ทนายความ แม่บ้าน รับจ้าง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7

รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 10,001-22,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 22,001-34,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน มากกว่า 46,000 บาทขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 34,001-46,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

เนื่องจากมีข้อมูลในบางอันตรภาคชั้นของ อายุ และสถานภาพ มีจำนวนน้อย ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มของตัวแปรดังกล่าวใหม่เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตาราง 5 แสดงข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่

(n = 414)

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1.อายุ		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 24 ปี	91	22.0
25-33 ปี	140	33.8
34-42 ปี	85	20.5
ตั้งแต่ 43 ปีขึ้นไป	98	23.7
รวม	414	100.00
2.สถานภาพ		
โสด	244	58.9
แต่งงาน / อยู่ด้วยกัน / หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	170	41.1
รวม	414	100.00

อายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 25-33 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ อายุตั้งแต่ 43 ปีขึ้นไป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 อายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 24 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และอายุ 34-42 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

สถานภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 และแต่งงาน / อยู่ด้วยกัน / หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต พญาไท

ตาราง 6 แสดงเหตุผลในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่สะดวกในการใช้บริการ	196	47.3
เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดี	100	24.2
จำนวนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการเพียงพอ	19	4.6
มีการจัดนำทีมบริการแก่ผู้มาใช้บริการ	2	0.5
การให้บริการที่รวดเร็ว	64	15.4
อื่นๆ เช่น จำเป็น ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน	33	8.0
รวม	414	100.00

จากตาราง 6 แสดงเหตุผลในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ คือ สถานที่สะดวกในการใช้บริการ จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 การให้บริการที่รวดเร็ว จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 อื่นๆ เช่น จำเป็น ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 จำนวนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการเพียงพอ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 และมีการจัดนำทีมบริการแก่ผู้มาใช้บริการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตาราง 7 แสดงประเภทของการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

ประเภทของการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บริการงานทะเบียนราษฎร	138	33.33
บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน	138	33.33
บริการชำระเงิน	138	33.33
รวม	414	100.00

จากตาราง 7 แสดงประเภทของการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต
พญาไท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการงานทะเบียนราษฎร บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน
และบริการชำระเงิน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตาราง 8 แสดงความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.
ความถี่ในการใช้บริการ	1.00	50.00	3.172	6.287

จากตาราง 8 แสดงความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต
พญาไท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ
เฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง/ปี ต่ำสุด 1 ครั้ง/ปี และสูงสุด 50 ครั้ง/ปี

ตาราง 9 แสดงวันที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

วันที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์	169	40.8
วันอังคาร	44	10.6
วันพุธ	110	26.6
วันพฤหัสบดี	27	6.5
วันศุกร์	40	9.7
วันเสาร์	24	5.8
รวม	414	100.00

จากตาราง 9 แสดงวันที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท
พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการวันจันทร์ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมา
คือ วันพุธ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 วันอังคาร จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 วันศุกร์
จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 วันพฤหัสบดี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และวันเสาร์ จำนวน
24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

ตาราง 10 แสดงช่วงเวลาที่ให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

ช่วงเวลาที่ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
08.00 – 10.00 น.	82	19.8
10.01 – 12.00 น.	168	40.6
12.01 – 14.00 น.	89	21.5
14.01 – 16.00 น.	75	18.1
รวม	414	100.00

จากตาราง 10 แสดงช่วงเวลาที่ให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ 10.01 – 12.00 น. จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ 12.01 – 14.00 น. จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 08.00 – 10.00 น. จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 14.01 – 16.00 น. จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

ตาราง 11 แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความพึงพอใจด้านสถานที่			
1. สถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน	2.94	0.862	เฉยๆ
2. สถานที่จอดรถ	2.41	0.899	ไม่พอใจ
3. ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่	3.03	0.793	เฉยๆ
4. ความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้มาใช้บริการ	3.08	0.921	เฉยๆ
รวมความพึงพอใจด้านสถานที่	2.86	0.651	เฉยๆ
2. ความพึงพอใจด้านขั้นตอนและกระบวนการ			
1. ขั้นตอนการให้บริการ	3.33	0.800	เฉยๆ
2. กระบวนการในการทำงาน	3.30	0.813	เฉยๆ
3. การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	3.49	0.768	พอใจมาก
4. เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกดบัตรคิว	3.50	0.802	พอใจมาก
รวมความพึงพอใจด้านขั้นตอนและกระบวนการ	3.41	0.699	พอใจมาก
3. ความพึงพอใจด้านบุคลากร			
1. ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.54	0.876	พอใจมาก
2. อธยาศัยไมตรีของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ให้บริการ	3.56	0.910	พอใจมาก
3. ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ	3.46	0.881	พอใจมาก
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ	3.45	0.911	พอใจมาก
5. กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	3.56	0.891	พอใจมาก
รวมความพึงพอใจด้านบุคลากร	3.51	0.807	พอใจมาก

ตาราง 11 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
4. ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ			
1. บรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียง กลิ่น	3.01	0.811	เฉยๆ
2. การตกแต่งภายใน	2.88	0.789	เฉยๆ
3. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ	3.04	0.794	เฉยๆ
4. การจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน	2.99	0.852	เฉยๆ
รวมความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	2.98	0.697	เฉยๆ
ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	3.41	0.872	พอใจมาก

จากตาราง 11 แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท อยู่ในระดับพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมาก ต่อด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉยๆ ต่อด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 และด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86

ด้านสถานที่

ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉยๆ ต่อด้านสถานที่ เรียงตามลำดับ คือ ความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 รองลงมาคือ ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 สถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน หาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 และผู้ให้บริการมีความไม่พึงพอใจต่อสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41

ด้านขั้นตอนและกระบวนการ

ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากต่อด้านขั้นตอนและกระบวนการ เรียงตามลำดับ คือ เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกดยัติบัตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 รองลงมาคือ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และผู้ให้บริการมีความพึงพอใจเฉยๆ ต่อขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และกระบวนการในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ด้านบุคลากร

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากต่อด้านบุคลากร คือ ทัศนคติไม่ตรีของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจเฉยๆ ต่อด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คือ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 บรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียง กลิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 การจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 และการตกแต่งภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

ส่วนที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

ตาราง 12 แสดงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

	$\bar{X}$	S.D.	แนวโน้มพฤติกรรม
1. หลังการใช้บริการแล้วท่านจะกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปอีกหรือไม่ ไม่กลับมาใช้บริการอย่างแน่นอน $\longleftrightarrow$ กลับมาใช้บริการอย่างแน่นอน	4.02	0.975	ใช้บริการ
2. หลังการใช้บริการแล้วท่านจะบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการหรือไม่ ไม่บอกต่ออย่างแน่นอน $\longleftrightarrow$ บอกต่ออย่างแน่นอน	3.80	0.986	บอกต่อ
3. ในกรณีที่ท่านจะบอกต่อกับบุคคลอื่น ท่านจะบอกต่อในแง่ใด บอกต่อถึงสิ่งบกพร่อง $\longleftrightarrow$ บอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ	3.90	0.974	บอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ
รวม	3.91	0.870	ใช้บริการ / บอกต่อ / บอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ

จากตาราง 12 แสดงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท โดยรวมอยู่ในระดับใช้บริการ / บอกต่อ / บอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า หลังการใช้บริการแล้วท่านจะกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปอีกหรือไม่ อยู่ในระดับใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 หลังการใช้บริการแล้วท่านจะบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการหรือไม่ อยู่ในระดับบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และในกรณีที่ท่านจะบอกต่อกับบุคคลอื่น ท่านจะบอกต่อในแง่ใด อยู่ในระดับบอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน เขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 13 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูล จำแนกตามเพศ

Levene's Test for Equality of Variances	F	Sig.
ด้านสถานที่	6.522*	0.011
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ	5.935*	0.015
ด้านบุคลากร	0.167	0.683
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.528	0.061
รวม	8.032*	0.005

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 13 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูล จำแนกตามเพศ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วน

ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.683 และความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.061 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 14 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต
พญาไท จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจในการใช้ บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียว เบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต พญาไท							
ด้าน	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านสถานที่	ชาย	216	2.89	0.716	0.758	404.42	0.449
	หญิง	198	2.84	0.572			
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ	ชาย	216	3.46	0.742	1.734	410.89	0.084
	หญิง	198	3.34	0.645			
ด้านบุคลากร	ชาย	216	3.58	0.813	1.830	412	0.068
	หญิง	198	3.44	0.796			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ชาย	216	3.02	0.743	1.224	412	0.222
	หญิง	198	2.94	0.642			
รวม	ชาย	216	3.45	0.929	1.062	410.71	0.289
	หญิง	198	3.36	0.805			

จากตาราง 14 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท จำแนกตามเพศ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.449 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.084 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.068 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.222 และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.289 ซึ่งในทุกด้านมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้าน

สถานที่ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparision) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 15 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูล จำแนกตามอายุ

	Levene Statistic	Sig.
ด้านสถานที่	0.527	0.664
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ	2.683*	0.046
ด้านบุคลากร	1.376	0.250
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	1.652	0.177
รวม	1.459	0.225

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 15 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูล จำแนกตามอายุ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.664 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.250 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ

0.177 และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.225 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนความพึงพอใจในการใช้บริการด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.046 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 16 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต
พญาไท จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในการใช้							
บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียว	แหล่งความ	df	SS	MS	F	β	Sig.
เบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต	แปรปรวน						
พญาไท							
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3	0.89	0.297	0.699		0.553
	ภายในกลุ่ม	410	174.04	0.424			
	รวม	413					
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.85	0.282		0.554	0.646
	ภายในกลุ่ม	354.78	200.96	0.490			
	รวม	357.78					
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	2.01	0.671	1.030		0.379
	ภายในกลุ่ม	410	267.09	0.651			
	รวม	413					
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.39	0.131	0.267		0.849
	ภายในกลุ่ม	410	200.22	0.488			
	รวม	413					
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.02	0.339	0.445		0.721
	ภายในกลุ่ม	410	312.81	0.763			
	รวม	413					

จากตาราง 16 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท จำแนกตามอายุ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.553 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.646 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.379 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.849 และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.721 ซึ่งในทุกด้านมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 17 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูล จำแนกตามสถานภาพ

Levene's Test for Equality of Variances	F	Sig.
ด้านสถานที่	0.844	0.359
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ	0.253	0.615
ด้านบุคลากร	0.081	0.776
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.001	0.978
รวม	1.587	0.208

จากตาราง 17 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูล จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.359 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.615 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.776 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.978 และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.208 ซึ่งในทุกด้านมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 18 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต
พญาไท จำแนกตามสถานภาพ

ความพึงพอใจในการใช้							
บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียว	สถานภาพ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
เบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต							
พญาไท							
ด้านสถานที่	โสด	244	2.87	0.676	0.231	412	0.818
	แต่งงาน/อยู่ด้วยกัน/	170	2.86	0.615			
	หม้าย/ หย่าร้าง/						
	แยกกันอยู่						
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ	โสด	244	3.40	0.706	-0.202	412	0.840
	แต่งงาน/อยู่ด้วยกัน/	170	3.41	0.690			
	หม้าย/ หย่าร้าง/						
	แยกกันอยู่						
ด้านบุคลากร	โสด	244	3.47	0.817	-1.340	412	0.181
	แต่งงาน/อยู่ด้วยกัน	170	3.58	0.791			
	หม้าย/หย่าร้าง/						
	แยกกันอยู่						

ตาราง 18 (ต่อ)

ความพึงพอใจในการใช้							
บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียว	สถานภาพ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
เบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต							
พญาไท							
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	โสด	244	2.99	0.697	0.418	412	0.676
	แต่งงาน/อยู่ด้วยกัน/ หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	170	2.96	0.699			
รวม	โสด	244	3.41	0.901	0.227	412	0.820
	แต่งงาน/อยู่ด้วยกัน/ หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	170	3.39	0.831			

จากตาราง 18 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.818 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.840 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.181 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.676 และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.820 ซึ่งในทุกด้านมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparision) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 19 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา

	Levene Statistic	Sig.
ด้านสถานที่	2.454	0.087
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ	0.156	0.855
ด้านบุคลากร	0.251	0.778
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	2.142	0.119
รวม	3.644*	0.027

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 19 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.087 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.855 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.778 และความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.119 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง

หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.027 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 20 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต
พญาไท จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจในการใช้ บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต พญาไท							
แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	β	Sig.	
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม 2 ภายในกลุ่ม 411 รวม 413	1.03 173.90	0.515 0.423	1.217		0.297	
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม 2 ภายในกลุ่ม 411 รวม 413	0.89 200.93	0.443 0.489	0.906		0.405	
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม 2 ภายในกลุ่ม 411 รวม 413	1.10 268.00	0.550 0.652	0.844		0.431	
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม 2 ภายในกลุ่ม 411 รวม 413	2.80 197.81	1.400 0.481	2.909		0.056	
รวม	ระหว่างกลุ่ม 2 ภายในกลุ่ม 262.47 รวม 264.47	2.10 311.73	1.048 0.758		1.344	0.263	

จากตาราง 20 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.297 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่า Sig. เท่ากับ

0.405 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.431 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.056 และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.263 ซึ่งในทุกด้านมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparision) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 21 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูล จำแนกตามอาชีพ

	Levene Statistic	Sig.
ด้านสถานที่	0.499	0.737
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ	0.295	0.881
ด้านบุคลากร	1.306	0.267
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.535	0.710
รวม	1.648	0.161

จากตาราง 21 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูล จำแนกตามอาชีพ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.737 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.881 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.267 และความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.710 ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.161 ซึ่งในทุกด้านมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 22 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต
พญาไท จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจในการใช้ บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียว เบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต พญาไท						
	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	4	1.46	0.365	0.860	0.488
	ภายในกลุ่ม	409	173.47	0.424		
	รวม	413				
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.91	0.478	0.978	0.420
	ภายในกลุ่ม	409	199.90	0.489		
	รวม	413				

ตาราง 22 (ต่อ)

ความพึงพอใจในการใช้ บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียว แหล่งความ เบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต แปรปรวน พญาไท						
		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4	3.06	0.764	1.174	0.322
	ภายในกลุ่ม	409	266.04	0.650		
	รวม	413				
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.93	0.483	0.994	0.411
	ภายในกลุ่ม	409	198.68	0.486		
	รวม	413				
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.93	0.233	0.304	0.875
	ภายในกลุ่ม	409	312.90	0.765		
	รวม	413				

จากตาราง 22 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท จำแนกตามอาชีพ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.488 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.420 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.322 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.411 และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.875 ซึ่งในทุกด้านมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparision) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 23 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูล จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

	Levene Statistic	Sig.
ด้านสถานที่	0.165	0.956
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ	3.928*	0.004
ด้านบุคลากร	3.422*	0.009
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.699	0.593
รวม	3.151*	0.014

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 23 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูล จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.956 และความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.593 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนความพึงพอใจในการใช้บริการด้านขั้นตอน

และกระบวนการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 24 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต
พญาไท จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

ความพึงพอใจในการใช้ บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต พญาไท							
	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	β	Sig.
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	4	1.95	0.486	1.150		0.333
	ภายในกลุ่ม	409	172.98	0.423			
	รวม	413					
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.02	0.256		0.488	0.744
	ภายในกลุ่ม	261.68	200.79	0.491			
	รวม	265.68					
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4	2.8	0.700		1.052	0.381
	ภายในกลุ่ม	262.9	266.30	0.651			
	รวม	266.9					
ด้านสิ่งแวดล้อมทากายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.13	0.282	0.578		0.679
	ภายในกลุ่ม	409	199.49	0.488			
	รวม	413					
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	2.34	0.584		0.769	0.546
	ภายในกลุ่ม	279.55	311.49	0.762			
	รวม	283.55					

จากตาราง 24 แสดงความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.333 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านขั้นตอนและกระบวนการ มี

ค่า Sig. เท่ากับ 0.744 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.381 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.679 และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.546 ซึ่งในทุกด้านมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

สมมติฐานที่ 2.1 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

H_0 : ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

H_1 : ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

ใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ
ของสำนักงานเขตพญาไทกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการ
ในครั้งต่อไป

ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุด เดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป		
	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านสถานที่			
1. สถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน หาง่าย	0.266**	0.000	ต่ำ
2. สถานที่จอดรถ	0.141**	0.000	ต่ำ
3. ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่	0.262**	0.000	ต่ำ
4. ความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้ มาใช้บริการ	0.228**	0.000	ต่ำ
รวมด้านสถานที่	0.297**	0.000	ต่ำ
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ			
1. ขั้นตอนการให้บริการ	0.260**	0.000	ต่ำ
2. กระบวนการในการทำงาน	0.283**	0.000	ต่ำ
3. การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	0.254**	0.000	ต่ำ
4. เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกด บัตรคิว	0.243**	0.000	ต่ำ
รวมด้านขั้นตอนและกระบวนการ	0.296**	0.000	ต่ำ

ตาราง 25 (ต่อ)

ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป		
	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านบุคลากร			
1. ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	0.324**	0.000	ปานกลาง
2. อธิบายชี้แจงข้อสงสัยของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ใช้บริการ	0.262**	0.000	ต่ำ
3. ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ	0.301**	0.000	ปานกลาง
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ	0.327**	0.000	ปานกลาง
5. ภาษามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	0.304**	0.000	ปานกลาง
รวมด้านบุคลากร	0.336**	0.000	ปานกลาง
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ			
1. บรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียงกลิ่น	0.226**	0.000	ต่ำ
2. การตกแต่งภายใน	0.261**	0.000	ต่ำ
3. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ	0.290**	0.000	ต่ำ
4. การจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน	0.289**	0.000	ต่ำ
รวมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.310**	0.000	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	0.359**	0.000	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 25 แสดงแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไทกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธ

สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.359 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมมากขึ้นต่อการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านสถานที่

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.297 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปมากขึ้นเล็กน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ พบว่า สถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน ง่าย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.266 รองลงมาคือ ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.262 ความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้มาใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.228 และสถานที่จอดรถ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.141 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อสถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน ง่าย ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่ ความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้มาใช้บริการ และสถานที่จอดรถมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปมากขึ้นเล็กน้อย

ด้านขั้นตอนและกระบวนการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน

หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.296 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปมากขึ้นเล็กน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ พบว่า กระบวนการในการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.283 รองลงมาคือ ขั้นตอนการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.260 การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.254 และเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกวดบัตรคิว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.243 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อกระบวนการในการทำงาน ขั้นตอนการให้บริการ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง และเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกวดบัตรคิว มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปมากขึ้นเล็กน้อย

ด้านบุคลากร

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากรโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.336 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากรมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ พบว่า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.327 รองลงมาคือ ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.324 กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.304 ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.301 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสอง

สัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปมากขึ้น และอัตราค้ายไม่ตรีของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.262 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่ออัตราค้ายไม่ตรีของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ใช้บริการมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปมากขึ้นเล็กน้อย

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.310 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ พบว่า อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.290 รองลงมาคือ การจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.289 การตกแต่งภายใน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.261 และบรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียง กลิ่น มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.226 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ การจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน การตกแต่งภายใน และบรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียง กลิ่น มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปมากขึ้นเล็กน้อย

สมมติฐานที่ 2.2 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

H_0 : ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

H_1 : ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

ใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไทกับแนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	แนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ		
	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านสถานที่			
1. สถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน หาง่าย	0.255**	0.000	ต่ำ
2. สถานที่จอดรถ	0.178**	0.000	ต่ำ
3. ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่	0.271**	0.000	ต่ำ
4. ความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้ มาใช้บริการ	0.297**	0.000	ต่ำ
รวมด้านสถานที่	0.333**	0.000	ปานกลาง

ตาราง 26 (ต่อ)

ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ		
	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ			
1. ขั้นตอนการให้บริการ	0.270**	0.000	ต่ำ
2. กระบวนการในการทำงาน	0.322**	0.000	ปานกลาง
3. การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	0.261**	0.000	ต่ำ
4. เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกดบัตรคิว	0.241**	0.000	ต่ำ
รวมด้านขั้นตอนและกระบวนการ	0.312**	0.000	ปานกลาง
ด้านบุคลากร			
1. ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	0.357**	0.000	ปานกลาง
2. อธิบายคำไม่ตรีของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ใช้บริการ	0.327**	0.000	ปานกลาง
3. ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ	0.366**	0.000	ปานกลาง
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ	0.374**	0.000	ปานกลาง
5. กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	0.329**	0.000	ปานกลาง
รวมด้านบุคลากร	0.388**	0.000	ปานกลาง
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ			
1. บรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียงกลิ่น	0.285**	0.000	ต่ำ
2. การตกแต่งภายใน	0.303**	0.000	ปานกลาง
3. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ	0.348**	0.000	ปานกลาง
4. การจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน	0.378**	0.000	ปานกลาง
รวมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.383**	0.000	ปานกลาง

ตาราง 26 (ต่อ)

ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ		
	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	0.417**	0.000	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 26 แสดงแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไทกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.417 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมมากขึ้นต่อการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านสถานที่

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.333 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียว

เบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ พบว่า ความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้มาใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.297 รองลงมาคือ ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.271 สถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน ง่าย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.255 และสถานที่จอดรถ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.178 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้มาใช้บริการ ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่ สถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน ง่าย และสถานที่จอดรถมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้นเล็กน้อย

ด้านขั้นตอนและกระบวนการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.312 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ พบว่า กระบวนการในการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.322 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อกระบวนการในการทำงานมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น รองลงมาคือ ขั้นตอนการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.270 การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.261 และเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกวดบัตรคิว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.241 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้

บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อขั้นตอนการให้บริการ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง และเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกดบัตรคิว มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้นเล็กน้อย

ด้านบุคลากร

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากรโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.388 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากรมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ พบว่า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.374 รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.366 ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.357 ศึกษามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.329 และ อธิบายไต่ตรัยของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.327 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ศึกษามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ และอธิบายไต่ตรัยของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ให้บริการมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้ม

พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.383 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ พบว่า การจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.378 รองลงมาคือ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.348 การตกแต่งภายใน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.303 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อการจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ การตกแต่งภายใน มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น และบรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียง กลิ่น มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.285 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อบรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียง กลิ่น มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปมากขึ้น เล็กน้อย

สมมติฐานที่ 2.3 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

H_0 : ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

H_1 : ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

ใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig.

(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไทกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ		
	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านสถานที่			
1. สถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน หาง่าย	0.224**	0.000	ต่ำ
2. สถานที่จอดรถ	0.175**	0.000	ต่ำ
3. ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่	0.371**	0.000	ปานกลาง
4. ความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้ มาใช้บริการ	0.322**	0.000	ปานกลาง
รวมด้านสถานที่	0.361**	0.000	ปานกลาง
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ			
1. ขั้นตอนการให้บริการ	0.386**	0.000	ปานกลาง
2. กระบวนการในการทำงาน	0.369**	0.000	ปานกลาง
3. การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	0.300**	0.000	ต่ำ
4. เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกด บัตรคิว	0.310**	0.000	ปานกลาง
รวมด้านขั้นตอนและกระบวนการ	0.389**	0.000	ปานกลาง

ตาราง 27 (ต่อ)

ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ		
	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านบุคลากร			
1. ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	0.385**	0.000	ปานกลาง
2. อธิบายชี้แจงข้อสงสัยของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ใช้บริการ	0.362**	0.000	ปานกลาง
3. ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ	0.385**	0.000	ปานกลาง
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ	0.369**	0.000	ปานกลาง
5. กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	0.350**	0.000	ปานกลาง
รวมด้านบุคลากร	0.410**	0.000	ปานกลาง
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ			
1. บรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียงกลิ่น	0.363**	0.000	ปานกลาง
2. การตกแต่งภายใน	0.315**	0.000	ปานกลาง
3. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ	0.356**	0.000	ปานกลาง
4. การจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน	0.352**	0.000	ปานกลาง
รวมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.404**	0.000	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	0.459**	0.000	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 27 แสดงแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไทกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั้น

คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแง่ในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.459 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมมากขึ้นต่อการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแง่ในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านสถานที่

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแง่ในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.361 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแง่ในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ พบว่า ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.371 รองลงมาคือ ความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้มาใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.322 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่ ความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้มาใช้บริการมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแง่ในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น สถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน หาง่าย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.224 และสถานที่จอดรถ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.175 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อสถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน หาง่าย และ

สถานที่จอดรถ มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้นเล็กน้อย

ด้านขั้นตอนและกระบวนการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.389 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ พบว่า ขั้นตอนการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.386 รองลงมาคือ กระบวนการในการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.369 เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกดบัตรคิว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.310 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อขั้นตอนการให้บริการ กระบวนการในการทำงาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกดบัตรคิว มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น และการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.300 และ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้นเล็กน้อย

ด้านบุคลากร

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากรโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ

ของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.410 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากรมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ พบว่า ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.385 ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.385 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.369 อธิบายไม่ตรีของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.362 และกริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.350 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ อธิบายไม่ตรีของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ให้บริการ และกริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.404 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับ พบว่า บรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียง กลิ่น มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.363 รองลงมาคือ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.356 การจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน มีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.352 และการตกแต่งภายใน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.315 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ต่อบรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียง กลิ่น อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ การจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน และการตกแต่งภายใน มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแง่ในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 28 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติ	ผลการทดสอบ
1. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน		
1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน	t-test	ยอมรับสมมติฐาน (H_0)
1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน	F-test	ยอมรับสมมติฐาน (H_0)
1.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน	t-test	ยอมรับสมมติฐาน (H_0)
1.4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน	F-test	ยอมรับสมมติฐาน (H_0)
1.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน	F-test	ยอมรับสมมติฐาน (H_0)
1.6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน	F-test	ยอมรับสมมติฐาน (H_0)

ตาราง 28 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติ	ผลการทดสอบ
2. ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียว เบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการของลูกค้า		
2.1 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียว เบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมา ใช้บริการในครั้งต่อไป	Pearson	ปฏิเสธสมมติฐาน (H_0)
2.2 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียว เบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อ กับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ	Pearson	ปฏิเสธสมมติฐาน (H_0)
2.3 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียว เบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการของลูกค้า ด้านแง่ในการ บอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ	Pearson	ปฏิเสธสมมติฐาน (H_0)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐานและวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท เพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสำนักงานเขตพญาไท และสำนักงานเขตอื่นๆ ซึ่งสามารถนำผลของการวิจัยมาเป็นแนวทางในการกำหนดคุณภาพการให้บริการต่อผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าจนสามารถบอกต่อกับผู้อื่นได้
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานราชการ ในการนำข้อมูลจากการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการได้
3. เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องดำเนินธุรกิจศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ

สมมติฐานในการศึกษาวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน
2. ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต พญาไท โดยมีจำนวนเฉลี่ย 23,676 คน (1 ม.ค. 2551 ถึง 23 มิ.ย. 2551)

(แหล่งที่มา: ระบบก่อน-หลังผู้ให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ สำนักงานทะเบียนเขตพญาไท)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของ สำนักงานเขตพญาไท ซึ่งมีจำนวนเฉลี่ย 23,676 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรกรณี ทราบจำนวนประชากร (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ประคอง กรรณสูต. 2538: 10-11) กำหนด ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน เพิ่มกลุ่มตัวอย่าง 5% รวมจำนวน ตัวอย่างทั้งหมด 414 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ของสำนักงานเขตพญาไท ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งประเภทของการใช้บริการมี ทั้งหมด 4 ประเภท แต่ประเภทการบริการยื่นและรับเรื่องมีผู้ใช้น้อยมาก ประมาณปีละ 1-2 ราย จึงเลือกเก็บตัวอย่างเพียง 3 ประเภท ได้แก่ บริการงานทะเบียนราษฎร บริการทำบัตรประจำตัว ประชาชน และบริการชำระเงิน โดยเก็บตัวอย่างจากประเภทๆ ละเท่ากัน จำนวน 138 ตัวอย่าง

2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการเก็บรวบรวมกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีและเต็มใจให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามตามจำนวนตัวอย่างแต่ละ ประเภทจนครบ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ มี 6 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended response question) มีตัวเลือกให้ตอบแบบ 2 ตัวเลือก (Dichotomous question) และหลาย ตัวเลือก (Multiple choices question) มีรายละเอียดดังนี้

1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

3. สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
4. ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
5. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
6. รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ประกอบด้วย

1. เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
2. ประเภทของการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
3. ความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale)
4. วันที่มาใช้บริการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
5. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท คือ

1. ความพึงพอใจด้านสถานที่ มีข้อความจำนวน 4 ข้อ
2. ความพึงพอใจด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีข้อความจำนวน 4 ข้อ
3. ความพึงพอใจด้านบุคลากร มีข้อความจำนวน 5 ข้อ
4. ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีข้อความจำนวน 4 ข้อ
5. ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการบริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีข้อความจำนวน 1 ข้อ

ซึ่งมีจำนวนคำถามรวม 18 ข้อ เป็นคำถามที่มีลักษณะปลายเปิด ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert's rating scale) ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

- | | | |
|---------|---------|----------------------------|
| ระดับ 1 | หมายถึง | ต่ำกว่าความคาดหวังอย่างมาก |
| ระดับ 2 | หมายถึง | ต่ำกว่าความคาดหวัง |
| ระดับ 3 | หมายถึง | เป็นไปตามความคาดหวัง |
| ระดับ 4 | หมายถึง | สูงกว่าความคาดหวัง |
| ระดับ 5 | หมายถึง | สูงกว่าความคาดหวังอย่างมาก |

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท จำนวน 3 ข้อ ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบ Semantic Differential Scale โดยเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

- | | | |
|---------|---------|---|
| ระดับ 1 | หมายถึง | ไม่ใช้บริการแน่นอน / ไม่บอกต่อแน่นอน / บอกต่อถึงสิ่ง
บกพร่อง |
| ระดับ 2 | หมายถึง | น่าจะไม่ใช้บริการ / น่าจะไม่บอกต่อ / น่าจะบอกต่อถึงสิ่ง
บกพร่อง |
| ระดับ 3 | หมายถึง | ไม่แน่ใจ |
| ระดับ 4 | หมายถึง | ใช้บริการ / บอกต่อ / บอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ |
| ระดับ 5 | หมายถึง | ใช้บริการแน่นอน / บอกต่อแน่นอน / บอกต่อแน่นอนถึงสิ่งที่ดี
ในบริการ |

วิธีการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ มีดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจบริการ ความพึงพอใจ และคุณภาพการบริการ จากเอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ ความพึงพอใจในการใช้บริการ และแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อทำการวัดค่าตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาจากการวิจัยในอดีตที่มีความคล้ายคลึงกัน และนำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัย เพื่อพิจารณาโครงสร้างเนื้อหาแบบสอบถาม และภาษาที่ใช้ให้เหมาะสมเป็นที่เข้าใจตรงกันของทั้งผู้ตอบและผู้ทำการวิจัย หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ตัวอย่าง จากนั้นนำไปทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) นำแบบสอบถามที่ทดสอบความเที่ยงตรงมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบัค (Cronbach)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม
2. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท จำนวน 414 คน

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาดำเนินการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยนำแบบสอบถามที่ได้รวบรวมมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อเตรียมนำมาวิเคราะห์
2. การลงรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ทำการลงรหัสแล้วทำการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for Social Sciences)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ประเภทของการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ วันที่มาใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาถึงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลความถี่ในการใช้บริการและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงาน

เขตพญาไท ประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการ

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลความถี่ในการใช้บริการและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ

2.2 สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

2.3 สถิตีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 2

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 และเพศหญิง 198 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 อายุ 25-33 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาอายุตั้งแต่ 43 ปีขึ้นไป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 สถานภาพโสด จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 รองลงมาแต่งงาน / อยู่ด้วยกัน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 10,001 – 22,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

1. เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ คือ สถานที่สะดวกในการใช้บริการ จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 การให้บริการที่รวดเร็ว จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 อื่นๆ เช่น จำเป็น ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 จำนวนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการเพียงพอ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 และมีการจัดนำทีมบริการแก่ผู้มาใช้บริการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

2. ประเภทของการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการงานทะเบียนราษฎร บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และบริการชำระเงิน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง/ปี ต่ำสุด 1 ครั้ง/ปี และสูงสุด 50 ครั้ง/ปี

4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการวันจันทร์ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ วันพุธ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 วันอังคาร จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 วันศุกร์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 วันพฤหัสบดี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และวันเสาร์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

5. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 10.01 – 12.00 น. จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ 12.01 – 14.00 น. จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 08.00 – 10.00 น. จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 14.01 – 16.00 น. จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต พญาไท

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในการให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท อยู่ในระดับพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมาก ต่อด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจเฉยๆ ต่อด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 และด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86

ด้านสถานที่

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจเฉยๆ ต่อด้านสถานที่ เรียงตามลำดับ คือ ความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 รองลงมาคือ ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 สถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน หาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 และผู้ให้บริการมีความไม่พึงพอใจต่อสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41

ด้านขั้นตอนและกระบวนการ

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากต่อด้านขั้นตอนและกระบวนการ เรียงตามลำดับ คือ เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกดบัตรคิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 รองลงมาคือ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และผู้ให้บริการมีความพึงพอใจเฉยๆ ต่อขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และกระบวนการในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ด้านบุคลากร

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากต่อด้านบุคลากร คือ อธิยาศัยไมตรีของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจเฉยๆ ต่อด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คือ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 บรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียง กลิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 การจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 และการตกแต่งภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

ส่วนที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต พญาไท

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท โดยรวมอยู่ในระดับใช้บริการ / บอกต่อ / บอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า หลังการใช้บริการแล้วท่านจะกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปอีกหรือไม่ อยู่ในระดับใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 หลังการใช้บริการแล้วท่านจะบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการหรือไม่ อยู่ในระดับบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และในกรณีที่ท่านจะบอกต่อกับบุคคลอื่น ท่านจะบอกต่อในแง่ใด อยู่ในระดับบอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน เขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

สมมติฐานที่ 2.1 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.359 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้นต่อการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปมากขึ้น

ด้านบุคลากรสูงขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.383 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสูงขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น

สมมติฐานที่ 2.3 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.459 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้นต่อการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.361 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่สูงขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการ

บอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.389 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการสูงขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.410 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากรสูงขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.404 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสูงขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแจ้งในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาที่เป็นประเด็นสำคัญมาทำการอภิปรายผล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท พบว่า ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท อยู่ในระดับพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 และผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมาก ต่อด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ทั้งนี้เนื่องมาจาก อัยยาศัยไมตรีของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ให้บริการ กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ รวมทั้งมีการ

ให้บริการตามลำดับก่อนหลัง และมีการนำเทคโนโลยี เช่น เครื่องกذبบัตรคิว มาใช้ในการบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) กล่าวว่า ผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่สามารถ สร้างความพอใจสูงสุดและความแตกต่างจากคู่แข่งขั้นได้ รวมทั้งการสร้างกระบวนการในการรับบริการ เพื่อให้เกิดเป็นมาตรฐานในการให้บริการ และเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการลูกค้าได้อย่าง รวดเร็วและประทับใจลูกค้า

ผลการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต พญาไท พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉลี่ยฯ ต่อด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ทั้งนี้เนื่องมาจาก สถานที่อยู่ในช่วงระหว่างการปรับปรุง จึงทำให้ผู้ใช้บริการไม่ได้รับความ สะดวกสบายในการใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) กล่าวว่า ผู้ ให้บริการจะต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์ รูปแบบ สถานที่เพื่อสร้างความสนใจและดึงดูดผู้รับบริการ

ผลการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขต พญาไท พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉลี่ยฯ ต่อด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 ทั้งนี้เนื่องมา จาก สถานที่ของสำนักงานเขตพญาไทมีอย่างจำกัด ทำให้มีสถานที่ในการจอดรถน้อย ผู้ที่มาใช้บริการ จึงไม่ได้รับความสะดวกสบายในการใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) กล่าวว่า สถานที่ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อ

2. ผลการศึกษา แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของ สำนักงานเขตพญาไท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุด เดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท โดยรวมอยู่ในระดับใช้บริการ / บอกต่อ / บอกต่อถึงสิ่งที่ดีใน บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า หลังการใช้บริการแล้วท่านจะกลับมาใช้ บริการในครั้งต่อไปอีกหรือไม่ อยู่ในระดับใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 หลังการใช้บริการแล้วท่าน จะบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการหรือไม่ อยู่ในระดับบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และในกรณี ที่ท่านจะบอกต่อกับบุคคลอื่น ท่านจะบอกต่อในแง่ใด อยู่ในระดับบอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ อย่างดี เอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการ มีกริยามารยาทที่ดี รวมทั้งมีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler. (2000: 179) กล่าวว่า เมื่อผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติตรงตาม ความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ

3. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมี ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

บราลี จินตสนธิ. (2538) พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานทะเบียน

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ บราลี จินตสนธิ. (2538) พบว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานทะเบียน

4. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

สมมติฐานที่ 2.1 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเกิดการกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler. (2000: 179) กล่าวว่า เมื่อผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติตรงตามความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพราะว่าสถานที่ของสำนักงานเขตพญาไทมีอย่างจำกัด มีสถานที่จอดรถน้อย ผู้ใช้บริการจึงไม่เกิดความพึงพอใจมากนัก แต่ก็ยังจำเป็นต้องใช้บริการเนื่องจากสถานที่สะดวกในการใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler. (2000: 179) กล่าวว่า เมื่อผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติไม่ตรงตามความคาดหวัง หรือต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความไม่พึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะไม่ซื้อซ้ำค่อนข้างสูง

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้

บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพราะฉะนั้นขั้นตอนและกระบวนการในการให้บริการจะมีความคล้ายกันในทุกๆ สำนักงานเขต สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler. (2000: 179) กล่าวว่า เมื่อผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติไม่ตรงตามความคาดหวังหรือต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความไม่พึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะไม่ซื้อซ้ำค่อนข้างสูง

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพราะฉะนั้นเจ้าหน้าที่มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่ออย่างดี เอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการ มีกริยามารยาทที่ดี รวมทั้งมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ดังนั้นจึงเกิดการกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler. (2000: 179) กล่าวว่า เมื่อผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติตรงตามความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพราะว่ามีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกไว้บริการ จึงเกิดการกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler. (2000: 179) กล่าวว่า เมื่อผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติตรงตามความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ

สมมติฐานที่ 2.2 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงมักบอกต่อกับบุคคลอื่นให้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler. (2000: 179) กล่าวว่า เมื่อผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติตรงตามความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ และเกิดการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพราะว่าสถานที่สะดวกในการใช้บริการ จึงมักบอกต่อกับบุคคลอื่นให้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) กล่าวว่า สถานที่ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพราะว่ามีบริการที่รวดเร็ว จึงมักบอกต่อกับบุคคลอื่นให้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) กล่าวว่า การสร้างกระบวนการในการรับบริการจะทำให้ผู้ใช้บริการสามารถจัดการกับความต้องการของผู้รับบริการในคราวละมากๆ ได้ เพื่อให้เกิดเป็นมาตรฐานในการให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพราะว่าเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดี เอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการ มีกริยามารยาทที่ดี รวมทั้งมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ จึงมักบอกต่อกับบุคคลอื่นให้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) กล่าวว่า ผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่สามารถสร้างความพอใจสูงสุดและความแตกต่างจากคู่แข่งได้ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ตรงตามความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีการจัดทำป้ายบอกสถานที่แต่ละงานไว้ชัดเจน จึงมักบอกต่อกับบุคคลอื่นให้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) กล่าวว่า ผู้ให้บริการจะต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์ รูปแบบ สถานที่เพื่อสร้างความสนใจและดึงดูดผู้รับบริการ

สมมติฐานที่ 2.3 ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำให้เกิดการบอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) กล่าวว่า ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก ซึ่งลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพราะสถานที่สะอาดและเป็นระเบียบ รวมทั้งมีสถานที่นั่งรอสำหรับผู้มาใช้บริการอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดการบอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) กล่าวว่า สถานที่ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านขั้นตอนและกระบวนการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพราะว่าการให้บริการที่รวดเร็ว จึงทำให้เกิดการบอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) กล่าวว่า การสร้างกระบวนการในการรับบริการจะทำให้ผู้ให้บริการสามารถจัดการกับความต้องการของผู้รับบริการในคราวละมากๆ ได้ เพื่อให้เกิดเป็นมาตรฐานในการให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแรงในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพราะเจ้าหน้าที่เอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อได้เป็นอย่างดี จึงทำให้เกิดการบอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) กล่าวว่า ผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่

สามารถสร้างความพอใจสูงสุดและความแตกต่างจากคู่แข่งได้ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ตรงตามความคาดหวัง ก็เกิดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านแง่ในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพราะบรรยากาศภายในสำนักงานเขตดี มีการจัดตกแต่งด้วยต้นไม้ชนิดต่างๆ จึงทำให้เกิดการบอกต่อถึงสิ่งที่ดีในบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) กล่าวว่า ผู้ให้บริการจะต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์ รูปแบบ สถานที่เพื่อสร้างความสนใจและดึงดูดผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25-33 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 10,001-22,000 บาท ดังนั้นทางสำนักงานเขตควรมีการจัดทำป้ายบอกรายละเอียดและขั้นตอนการให้บริการไว้อย่างชัดเจน เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการ เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะมีเวลาค่อนข้างจำกัดในการมาใช้บริการ
2. เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการวันจันทร์ ในช่วงเวลา 10.00-12.00 น. ดังนั้น ทางสำนักงานเขตจึงควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ไว้คอยให้บริการอย่างเพียงพอกับจำนวนผู้มาใช้บริการ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการได้รับความสะดวกสบายในการใช้บริการ
3. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากในด้านบุคลากร ทั้งในด้านอัธยาศัยไมตรีของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ให้บริการ กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ รวมทั้งการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ ดังนั้น สำนักงานเขตควรรักษามาตรฐานในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และมีการพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น โดยการจัดฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการ และมีใจรักในการบริการอย่างแท้จริง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการมาใช้บริการมากขึ้น

4. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉยๆ ในขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ ดังนั้น สำนักงานเขตควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการต่างๆ เพื่อให้สามารถให้บริการได้ตามลำดับก่อนหลัง รวดเร็ว และสามารถให้บริการพร้อมกันครั้งละมากๆ

5. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉยๆ เพราะป้ายบอกสถานที่ต่างๆ ยังมีจำนวนน้อยและไม่ชัดเจน ดังนั้น สำนักงานเขตควรมีการจัดทำป้ายบอกสถานที่ตั้งของสำนักงานให้มากขึ้น รวมทั้งควรมีการจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงานไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้มาใช้บริการสามารถมองเห็นได้ง่าย และสะดวกในการมาใช้บริการ

6. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉยๆ ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนั้น สำนักงานเขตควรมีการปรับปรุงในเรื่องบรรยากาศภายในสำนักงานเขต และการตกแต่งภายในให้ดีขึ้น เช่น การจัดสวนหย่อมภายในสำนักงานเขต เพื่อเป็นมุมพักผ่อนสำหรับผู้มาใช้บริการ

7. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉยๆ ในเรื่องความสะดวกและความเป็นระเบียบของสถานที่ รวมทั้งความเพียงพอของสถานที่นั่งรอ ดังนั้น สำนักงานเขตควรมีการจัดวางสิ่งของต่างๆ อย่างเป็นระเบียบและเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน มีการจัดสถานที่นั่งรอให้เพียงพอกับผู้มาใช้บริการ รวมทั้งควรมีการจัดเตรียมถังขยะไว้อย่างเพียงพอ เพื่อความสะดวกและเป็นระเบียบ

8. ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจในด้านสถานที่จอดรถ ดังนั้น สำนักงานเขตควรมีปรับปรุงในเรื่องสถานที่จอดรถ โดยการเพิ่มสถานที่จอดรถให้สามารถจอดรถได้มากขึ้น และควรจัดหาสถานที่จอดรถสำหรับเจ้าหน้าที่ และรถยนต์ของสำนักงานเขต แยกเป็นสัดส่วนเพื่อให้มีความเหมาะสมและเพียงพอ กับความต้องการของผู้มาใช้บริการ

9. เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ และด้านแง่ในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ ดังนั้นสำนักงานเขตควรมีการพัฒนาด้านบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยการจัดฝึกอบรมให้กับพนักงาน รวมทั้งควรมีการคัดเลือกบุคลากรให้มีความเหมาะสมกับงานและมีใจรักในการบริการอย่างแท้จริง เนื่องจากบุคลากรนั้นเป็นบุคคลที่สามารถสร้างความพอใจสูงสุดและความแตกต่างจากคู่แข่งขั้นได้ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ตรงตามความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป รวมทั้งเกิดการบอกต่อในแง่ดีกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

10. เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ และด้านแง่ในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ ดังนั้น สำนักงานเขตควรมีการปรับปรุงและพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยมีการจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงานอย่างชัดเจน และมีการตกแต่งภายในให้มีความสวยงาม เนื่องจากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสามารถสร้างความสนใจและดึงดูดผู้รับบริการให้มาใช้บริการมากขึ้นได้

11. เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านขั้นตอนและกระบวนการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ และด้านแง่ในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ ดังนั้น สำนักงานเขตควรมีการพัฒนาด้านขั้นตอนและกระบวนการให้มีความทันสมัย สะดวกในการใช้บริการและสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ผู้มาใช้บริการสามารถบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้นได้ รวมทั้งสามารถบอกต่อถึงสิ่งที่ดีในการบริการได้

12. เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านสถานที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ และด้านแง่ในการบอกต่อกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ ดังนั้น สำนักงานเขตควรมีการปรับปรุงสถานที่ให้มีความสะอาดและเป็นระเบียบ มีการจัดสถานที่จอดรถให้มีความเหมาะสมและเพียงพอกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ เพื่อความสะดวกในการมาใช้บริการ จนทำให้ผู้มาใช้บริการสามารถบอกต่อในแง่ดีกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการมากขึ้นได้

13. ควรมีการจัดทำแบบสอบถามเพื่อติดตามความพึงพอใจในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นตัววัดผลการบริการ ซึ่งนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาร้อยต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างไปยังผู้ใช้บริการสำนักเขตอื่นๆ ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันอาจส่งผลต่อความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน
2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบการให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท กับสำนักงานเขตอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลที่มีความแตกต่างกันมาปรับปรุงการให้บริการที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาถึงส่วนผสมทางการตลาดของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดสำหรับผู้ที่มีความสนใจที่จะทำธุรกิจเกี่ยวกับธุรกิจประเภทนี้

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2546). *การใช้ SPSS for Windows. ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- กิตติพงษ์ ศิริมธุรส. (2541). *ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อบริการล้างอัดฉีดรถยนต์*. วิทยานิพนธ์ วว. ม. (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์). เชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- กำพล เกียรติปฐมชัย. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอ : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดสกลนคร*. วิทยานิพนธ์ พส.ม. (พัฒนาลังคม). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- จรรยา น้อยบัวทิพย์. (2540). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการปฏิบัติหน้าที่ของราชการฝ่ายปกครอง : ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ พส.ม. (พัฒนาลังคม). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- จุฑารัตน์ สุภาโอบุส. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการของกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานเขตดุสิต*. วิทยานิพนธ์ พส.ม. (พัฒนาลังคม). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ฐศรี วงศ์รัตนะ. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตรการพิมพ์.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด(มหาชน).
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ประคอง กรรณสูตร. (2538). *สถิติเพื่อการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประภัสร์ แสนอารี (2546) *ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ของบีเควิก ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- นวัรัตน์ ชูธรรมขจร. (2546). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการงานทะเบียนของสำนักงานเขตในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เนตรชนก จิระเกียรติ. (2537). *การให้บริการประชาชน : ศึกษากรณีงานทะเบียนสำนักงานเขตจตุจักร*. วิทยานิพนธ์ ร.ม. (รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- บราลี จินตณสนธิ. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของสำนักทะเบียน : ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลหัวหิน*. วิทยานิพนธ์ พส.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พรณราย ทัพพะประภา. (2529). *จิตวิทยาอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- มัลลิกา บุญนาค. (2537). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2526). *พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). *คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- _____. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- _____. (2542). *การวิจัยตลาด: ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- _____. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์.บีซิเนส.เพรส.
- สุทธิ ปันมา. (2535). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์*. ปริญญาานิพนธ์ ศศ.ม. (บริหารการศึกษา). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงศ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- _____. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร. วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- หลุย จำปาเทศ. (2533). *จิตวิทยาสัมพันธ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สามัคคีสาส์น.
- อารี เพชรผุด. (2530). *มนุษย์สัมพันธ์ในการทำงาน*. กรุงเทพฯ : เนติกุลการพิมพ์
- Bovee, Courtland L., Houston, Michael J. & Thill, John V. (1995) *Marketing*. 2nd ed. New York : McGraw-Hill.

- Hartung, Joachim. (2001). Testing for Homogeneity in Combining of two-armed trials with normally distributed responses. *The Indian Journal of Statistics*. Sankhya Volume 63: 293-310.
- Kotler, Philip. (1991). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*. 7th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie Lazer. (1994). *Consumer Behavior*. 7th ed. New Jersey : Prentice-Hall.
- Tiffin and Mc Cormic, Esnesr J. (1965). *Industrial Phychology*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Vroom, W.H. (1964). *Work and motivation*. New York : John Wiley and Sons Inc.
- Walman, BB. (1989). *Dictionary of Behavior Science*. New York : Van Norstand Reinhold Company.
-

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เลขที่แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการ จุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตการตลาด ภาคปกติ รุ่นที่ 9 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร) ประจำปีการศึกษา 2550

ผู้วิจัยขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม และจะนำข้อมูลไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษา

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท
- ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท
- ส่วนที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย “√” ลงในช่องที่ข้อมูลตรงกับตัวของท่าน หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15 ปี

() 16-24 ปี

() 25-33 ปี

() 34-42 ปี

() ตั้งแต่ 43 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

() โสด

() แต่งงาน / อยู่ด้วยกัน

() หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- () นักเรียน / นักศึกษา () ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () พนักงานบริษัทเอกชน () เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว
 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

- () ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท () 10,001 – 22,000 บาท
 () 22,001 – 34,000 บาท () 34,001 – 46,000 บาท
 () มากกว่า 46,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย “√” ลงในช่องหรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการศูนย์จุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

(ตอบได้เพียง 1 ข้อ เท่านั้น)

- () สถานที่สะดวกในการใช้บริการ
 () เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดี
 () จำนวนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการเพียงพอ
 () มีการจัดน้ำดื่มบริการแก่ผู้มาใช้บริการ
 () การให้บริการที่รวดเร็ว
 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ประเภทของการใช้บริการศูนย์จุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

- () บริการยื่นและรับเรื่อง () บริการงานทะเบียนราษฎร
 () บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน () บริการชำระเงิน

3. ความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ครั้งต่อ 1 ปี (กรุณาระบุเป็นตัวเลข)

4. วันที่ท่านมาใช้บริการบ่อยที่สุด

- () วันจันทร์ () วันอังคาร
 () วันพุธ () วันพฤหัสบดี
 () วันศุกร์ () วันเสาร์

5. ช่วงเวลาที่ท่านมักจะมาใช้บริการ

- () 08.00 – 10.00 น. () 10.01 – 12.00 น.
 () 12.01 – 14.00 น. () 14.01 – 16.00 น.

ส่วนที่ 3 : ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท

คำชี้แจง ท่านมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จมากน้อยเพียงใด

โปรดทำเครื่องหมาย “√” ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านลงในตารางข้างล่างนี้

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท	ระดับความพึงพอใจ				
	ต่ำกว่า ความ คาดหวัง อย่างมาก 1	ต่ำกว่า ความ คาดหวัง 2	เป็นไป ตาม ความ คาดหวัง 3	สูงกว่า ความ คาดหวัง 4	สูงกว่า ความ คาดหวัง อย่างมาก 5
ด้านสถานที่					
1. สถานที่ตั้งของสำนักงานมีป้ายบอกชัดเจน ง่าย					
2. สถานที่จอดรถ					
3. ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่					
4. ความเพียงพอของสถานที่นั่งรอสำหรับผู้มาใช้บริการ					
ด้านขั้นตอนและกระบวนการ					
5. ขั้นตอนการให้บริการ					
6. กระบวนการในการทำงาน					
7. การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง					
8. เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เช่น เครื่องกวดบัตรคิว					
ด้านบุคลากร					
9. ความเอาใจใส่และเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
10. อธิบายคำไม่ตรีของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ใช้บริการ					
11. ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ					
12. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนในเรื่องที่มาติดต่อ					
13. กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ให้บริการ					
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ					
14. บรรยากาศภายในสำนักงานเขต เช่น เสียง กลิ่น					
15. การตกแต่งภายใน					
16. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ					
17. การจัดทำป้ายบอกสถานที่บริการแต่ละงาน					
18. ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตพญาไท					

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามการวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา	ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาคิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์	อาจารย์พิเศษประจำภาคิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

ภาคผนวก ง
หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	กันยารัตน์ เสวตนันท์กุล
วันเดือนปีเกิด	28 กันยายน 2523
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	184/667 ถ.รัชพระ แขวงคลองรัชพระ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2541	มัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนสตรีวิทยา
พ.ศ. 2545	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการโรงแรม จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. 2552	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ