ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

ENTREPRENEURS' SATISFACTION IN USING THE SERVICES OF INDUSTRIAL PROMOTION CENTER REGION 9, DEPARTMENT OF INDUSTRY PROMOTION

ขวัญฤทัย ศิลปภร

KHWANRUETHAI SINLAPAPON

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ENTREPRENEURS' SATISFACTION IN USING THE SERVICES OF INDUSTRIAL PROMOTION CENTER REGION 9, DEPARTMENT OF INDUSTRY PROMOTION

KHWANRUETHAI SINLAPAPON

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG BUSINESS SCHOOL KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2022

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

COPYRIGHT 2022

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG BUSINESS SCHOOL

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ
นักศึกษา	นางสาวขวัญฤทัย ศิลปภร
รหัสนักศึกษา	63611035
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2565
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. วอนชนก ไชยสุนทร

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ รวมทั้งศึกษาปัจจัยคุณภาพของการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ สำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการที่เคยใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำนวน 400 คน สุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น และสุ่มแบบวิธีการคัดเลือกแบบตามสะดวก โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน One-way ANOVA และ Multiple Regression Analysis

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแบบนิติบุคคลมีความพึงพอใจในการรับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 ที่แตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการอื่น ๆ ในที่นี้คือ รูปแบบวิสาหกิจชุมชนและรูปแบบตามที่พระราชบัญญัติกำหนดเป็นการเฉพาะ โดยผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการอื่น ๆ มีระดับความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอื่นเนื่องจากกลุ่มนี้มีกิจการร่วมกันดำเนินการในรูปแบบชุมชนหรือเครือข่ายที่สามารถเข้าร่วมโครงการได้ตลอดหลักสูตรเพราะมีบุคลากรค่อนข้างมากที่สามารถเข้ารับบริการได้ต่อเนื่อง และสามารถนำทรัพยากรในพื้นที่มาขยายผลลัพธ์และเชื่อมโยงผลลัพธ์ไปยังเครือข่ายได้อีกด้วย ในส่วนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการ ได้แก่ การเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การตอบสนองต่อลูกค้า ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ และความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยรวมสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจในการรับบริการ ได้ร้อยละ 68 ซึ่งปัจจัยด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการรับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยรวมในเชิงเส้นตรงที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	Entrepreneurs' Satisfact in Using the Services of Industrial Promotion Center Region 9, Department of Industry Promotion
Student	Miss Khwanruethai Sinlapapon
Student ID	63611035
Degree	Master of Business Administration
Major	Business Administration
Year	2022
Advisor	Associate Professor Dr. Wornchanok Chaiyasoonthorn

ABSTRACT

This study aimed to examine the difference of the satisfaction level of entrepreneurs toward the services of Industrial Promotion Center Region 9, Department of Industrial Promotion, classified by business characteristics of entrepreneurs; and to examine the factors of service quality affecting satisfaction of entrepreneurs. The questionnaire was used for the survey in the samples, i.e., 400 entrepreneurs using the services of Industrial Promotion Center Region 9, obtained by nonprobability sampling and convenience sampling. The statistics used were frequency, percentage, mean, SD, One-way ANOVA, and multiple Regression Analysis

The findings revealed that entrepreneurs of business establishments as registered juristic persons had different levels of satisfaction with the services of the Industrial Promotion Center Region 9, from the entrepreneurs of other business establishment forms, i.e., community enterprises and other forms specifically regulated by the related acts. Entrepreneurs forms had higher levels of satisfaction than the other groups of entrepreneurs because this group operates businesses together. Therefore, they can join a project of the agency throughout its course. Also, they are able to use local resources for further extension until the desired outcomes are achieved. These outcomes could be connected with networks for actual local benefits. As for the linear regression analysis of the factors affecting entrepreneur satisfaction, i.e., empathy, assurance, responsiveness, trust, and tangibility, it described the overall satisfaction variation as being at 68%. To clarify, empathy and assurance positively affected overall linear satisfaction with the services of the Industrial Promotion Center Region 9, with a significance level of 0.01, respectively.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก รศ.ดร.วอนชนก ไชยสุนทร อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้สละเวลาในการอ่านงานค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ตลอดจนให้คำชี้แนะ ให้คำปรึกษา การแก้ไขข้อบกพร่องในงาน จนงานวิจัยครั้งนี้มีความครบถ้วนสมบูรณ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ นางวิลาวัลย์ วงศ์กลม และนายฐานพัฒน์ ศิลปกร คุณแม่และสามีที่คอยให้คำปรึกษาเพื่อเป็นแรงผลักดันในการพัฒนาตนเองเสมอมา และขอบคุณ PookPick แมวที่คอยมาเฝ้าเป็นเพื่อนและให้กำลังใจตั้งแต่เริ่มศึกษาตั้งแต่แรกมา

ขอขอบพระคุณเพื่อน ๆ ชาว MBA25 ทุกคน ที่คอยช่วยเหลือให้ข้อมูลด้านการเรียนตลอดระยะเวลา 2 ปี ที่คอยให้กำลังใจมาตลอด

ขอขอบพระคุณผู้ให้บริการฐานข้อมูลงานวิจัยต่าง ๆ เช่น Google Scholar, Digital Research Information Center ศูนย์ข้อมูลการวิจัย Digital “วช.” ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานวิจัยฉบับนี้

ขอขอบพระคุณงานวิจัยทุกงานที่เป็นแนวทางในการศึกษา รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามจนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ด้วยความกรุณาของทุก ๆ ท่านที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขวัญฤทัย ศิลปกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย I

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ II

กิตติกรรมประกาศ III

สารบัญ IV

สารบัญตาราง VI

สารบัญภาพ IX

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา 3

1.3 ขอบเขตของการศึกษา 3

1.4 สมมติฐานของการศึกษา 4

1.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา 5

1.6 นิยามศัพท์ 6

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 9

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ 9

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการ 16

2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและความพึงพอใจในการให้บริการ 22

2.4 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 30

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 34

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 38

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 38

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 40

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล 44

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล 45

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 50

4.1 คุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม 50

4.2 คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 53

4.3 ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ 58

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน 61

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 68

5.1 สรุปผลการวิจัย 68

5.2 อภิปรายผล 74

5.3 ข้อเสนอแนะ 85

บรรณานุกรม 87

ภาคผนวก 91

ประวัติผู้เขียน 98

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

2.1 ประเด็นที่ใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยบูรณาการจากการศึกษาของ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) 21

2.2 การประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับฐานของมาสโลว์ (Abraham Maslow).....27

2.3 ประเด็นที่ใช้ประเมินความต้องการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการโดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับฐานของมาสโลว์และแนวคิดเชอร์ริงตัน (Cherrington, 1994) 29

3.1 จำนวนตัวอย่างที่สุ่มในแต่ละกลุ่ม LINE Official Account.....40

3.2 เกณฑ์การให้คะแนนและตัวเลือกตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality).....42

3.3 เกณฑ์การให้คะแนน และตัวเลือกตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ 42

3.4 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม..... 44

3.5 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน.....45

3.6 ตารางค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว.....48

4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม 51

4.2 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการในภาพรวม.....53

4.3 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) 54

4.4 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) 55

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4.5 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) 56

4.6 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance).....56

4.7 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการในด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy).....57

4.8 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจและลำดับที่ของความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ 59

4.9 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งกิจการ 61

4.10 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งกิจการด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) 62

4.11 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม 63

4.12 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามระดับการดำเนินงาน 63

4.13 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามจำนวนการจ้างงาน..... 64

4.14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกจำนวนปีในการดำเนินงาน.....65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4.15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ 65

4.16 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) 66

5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 72

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดของการศึกษา	5
2.1	ตัวแบบคุณภาพการให้บริการที่เสนอโดย Ziethaml, Parasuraman,and Berry (1985)	19
2.2	โครงสร้างศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	32

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 เป็นหน่วยงานในสังกัดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมมีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาอุตสาหกรรม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรม ให้มีสมรรถนะและขีดความสามารถในการประกอบการที่มีความยั่งยืนสู่สากล โดยให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด 9 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดระยอง จังหวัดสระแก้ว จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดจันทบุรี จังหวัดตราด และจังหวัดนครนายก โดยทุกจังหวัดถือได้ว่าเป็นเขตพื้นที่ภาคตะวันออกของประเทศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจประเทศไทยอย่างมาก เนื่องจากเป็นที่รู้จักในฐานะศูนย์กลางอุตสาหกรรมของประเทศ เนื่องจากมีนิคมอุตสาหกรรมมากที่สุดในประเทศไทย (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2564) ส่งผลให้มีฐานการผลิตของอุตสาหกรรมที่หลากหลายขนาด จึงเป็นผลให้มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนที่หลากหลาย ซึ่งได้ขยายตัวตามขนาดการผลิตภายในพื้นที่ภาคตะวันออก

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานที่ให้บริการโดยตรงต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในการให้คำปรึกษาแนะนำ การบริการข้อมูล การให้บริการการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบ่มเพาะธุรกิจ เพื่อให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านการบริหารจัดการ ด้านเทคโนโลยีการผลิต ด้านคุณภาพมาตรฐาน ด้านการต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ ด้านการพัฒนานวัตกรรม ด้านการตลาด เป็นต้น

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) และวิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise: SMCE) มีความสำคัญและมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการขยายตัวและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ครอบคลุมกิจการในภาคการผลิตสินค้า การให้บริการ และการค้าส่งและค้าปลีก ช่วยให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมดีขึ้น เนื่องจากเป็นแหล่งสร้างงาน ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 หรือโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อภาคการผลิตและภาคการบริการเป็นอย่างมาก แต่บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เศรษฐกิจของประเทศยังคงมีความสำคัญ จากข้อมูลสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ในปี 2563 มีมูลค่าเท่ากับ 15,703,021 ล้านบาท ซึ่งเป็น GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจขนาดย่อย ซึ่งในที่นี้หมายรวมถึงวิสาหกิจชุมชน มูลค่า 5,376,066 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.2 ของ GDP และในส่วนของจำนวนและการจ้างงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี 2563 พบว่า มีจำนวนทั้งสิ้น 12,714,916 คน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564)

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินการของธุรกิจ เนื่องจากเป็นผู้ที่เลือกทำธุรกิจขึ้นตามความเชี่ยวชาญหรือความสนใจ โดยเป็นทั้งผู้ลงทุนในธุรกิจพร้อมกับเป็นผู้กำหนดโครงสร้างการดำเนินงานของธุรกิจ รวมถึงเป็นผู้ตัดสินใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการในปัจจุบันได้มีการจดทะเบียนประกอบกิจการในหลายรูปแบบ ประกอบด้วย การจดนิติบุคคล การจดทะเบียนพาณิชย์ การจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน การจดทะเบียนตามกฎหมายอื่น ๆ หรือกิจการของบุคคลธรรมดาที่ยังไม่ได้มีการจดทะเบียน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564)

ซึ่งจากการให้บริการผู้ประกอบการที่ผ่านมา พบว่า ผู้ประกอบการแต่ละธุรกิจหรือแต่ละสถานประกอบการมีความต้องการการบริการจากหน่วยงานที่แตกต่างกัน หรือต้องการความช่วยเหลือเฉพาะด้านที่ธุรกิจประสบปัญหาอยู่ ส่งผลให้โครงการของหน่วยงานในบางโครงการที่จัดทำขึ้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาที่เฉพาะเจาะจงกับสถานประกอบการใดสถานประกอบการหนึ่ง อีกทั้งในการเข้ารับบริการจากทางหน่วยงานภาครัฐในแต่ละครั้ง ผู้ประกอบการต้องเผื่อเวลาในการมาติดต่อหน่วยงานเป็นเวลานานหรือเกิดการรอคิวเข้ารับบริการจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการเสียเวลาในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการแก้ปัญหาในเหตุจำเป็นที่เกิดขึ้นกับธุรกิจได้รับการแก้ไขที่ล่าช้าตามไปด้วย ดังนั้น คุณภาพการบริการจึงถือได้ว่าเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการหรือผู้เข้ารับบริการจากหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ วรัชยา ศิริวัฒน์ (2547) กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึง ความรู้ความเชี่ยวชาญของการให้บริการ ความถูกต้องแม่นยำของการให้บริการ เพื่อให้ได้รับความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจจากผู้ให้บริการ ให้บริการตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็ว ระบบการให้บริการครบถ้วนสมบูรณ์และทันสมัยในการบริการ โดยการศึกษาของ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1998) ที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรในการประเมินคุณภาพการบริการ (Service Quality) สามารถพิจารณาได้ทั้ง 5 ด้าน อันประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า ซึ่งเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการเป็นข้อมูลสำคัญที่จะสะท้อนให้เห็นถึงระบบบริการของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน่วยงาน ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถึงแม้ว่าเสียงสะท้อนจากความเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อคุณภาพบริการที่ได้รับ อาจไม่สะท้อนถึงคุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่โดยตรง แต่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพในด้านใดด้านหนึ่ง และยังเห็นถึงจุดที่เป็นปัญหาในการให้บริการ ซึ่งเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

จากข้อความข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ เพื่อทราบถึงปัญหาคุณภาพการให้บริการสำหรับใช้เป็นแนวการจัดทำแผนกลยุทธ์ในการปรับปรุงการให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพของการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

งานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาปัจจัยข้อมูลคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) และความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ โดยขอบเขตการศึกษาของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการที่เคยใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในที่นี้ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตรของคอแครน (Cochran) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตของพื้นที่ที่ทำการศึกษากระทำในพื้นที่ 9 จังหวัด คือ จังหวัดชลบุรี สมุทรปราการ ระยอง สระแก้ว ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี จันทบุรี ตราด และนครนายก ซึ่งเป็นพื้นที่ให้บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

1.3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาคุณภาพของการบริการ (Service Quality) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการตามแนวคิดของ Parasuraman et al. (1988) ซึ่งมีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1.3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independence Variable) คือ

1.3.3.1.1 ปัจจัยข้อมูลคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

- รูปแบบการจัดตั้งกิจการ
- ประเภทอุตสาหกรรม
- ระดับการดำเนินงาน
- จำนวนการจ้างงาน
- จำนวนปีในการดำเนินงาน

1.3.3.1.2 ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) ประกอบด้วย

- ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)
- ความน่าเชื่อถือ (Reliability)
- การตอบสนองลูกค้า (Responsive)
- การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)
- การเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy)

1.3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependence Variable) คือ ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาเริ่มตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ถึง เมษายน พ.ศ. 2565

1.4 สมมติฐานของการศึกษา

1.4.1 สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยข้อมูลคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน

1.4.1.1 สมมติฐานที่ 1.1 : ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

1.4.1.2 สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ประกอบการที่มีประเภทอุตสาหกรรมแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

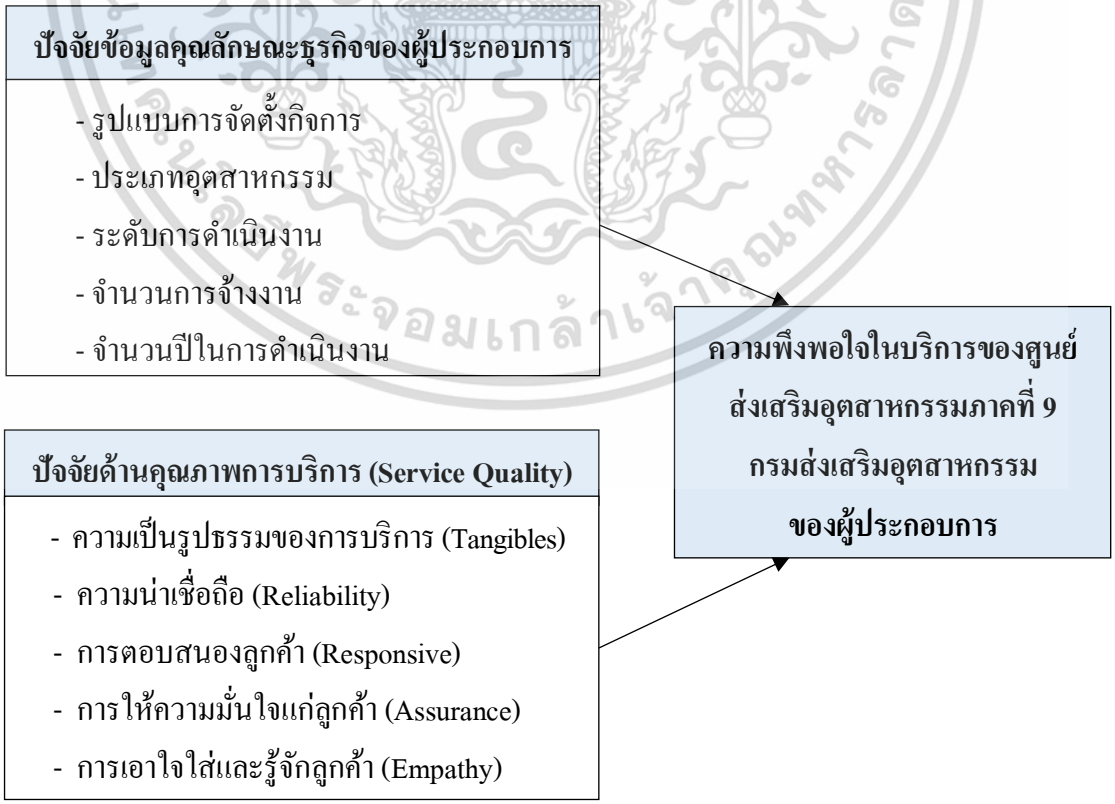
1.4.1.3 สมมติฐานที่ 1.3 : ผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

1.4.1.4 สมมติฐานที่ 1.4 : ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

1.4.1.5 สมมติฐานที่ 1.5 : ผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

1.4.2 สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

1.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 ข้อมูลคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ หมายถึง รูปแบบการจัดตั้งกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ระดับการดำเนินงาน จำนวนการจ้างงาน และรายได้รวมต่อปีของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่เข้ารับบริการหรือเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ซึ่งจัดขึ้นโดยศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด 9 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดระยอง จังหวัดสระแก้ว จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดจันทบุรี จังหวัดตราด และจังหวัดนครนายก

1.6.2 รูปแบบการจัดตั้งกิจการ หมายถึง รูปแบบความเป็นเจ้าของกิจการหรือรูปแบบการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชน โดยแบ่งเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1.6.2.1 รูปแบบนิติบุคคล

1.6.2.2 รูปแบบบุคคลธรรมดา

1.6.2.3 รูปแบบการจัดตั้งกิจการอื่น ๆ ตามกฎระเบียบ และ พรบ. (อาทิ วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ชุมชน พรบ. โรงแรม และพรบ. โรงเรียนเอกชน)

1.6.3 ประเภทอุตสาหกรรม หมายถึง ประเภทของอุตสาหกรรมที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนดำเนินการอยู่ โดยแบ่งเป็น 3 ประเภทอุตสาหกรรม ประกอบด้วย อุตสาหกรรมการผลิตและการแปรรูป อุตสาหกรรมการบริการ และอุตสาหกรรมค้าส่งและค้าปลีก

1.6.4 ระดับการดำเนินงาน หมายถึง ระดับการดำเนินการของผู้ประกอบการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ได้จำแนกระดับออกเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชน โดยในแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ ธุรกิจขนาดกลาง ธุรกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชน

1.6.5 จำนวนการจ้างงาน หมายถึง จำนวนของพนักงานที่ธุรกิจหรือสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนมีการจ้างงานอยู่ โดยแบ่งระดับการวัดออกเป็น 4 กลุ่ม คือ จำนวน 1 - 5 คน จำนวน 6 - 30 คน จำนวน 31 - 50 คน และจำนวนมากกว่า 51 คน โดยใช้เกณฑ์ตามกฎกระทรวงว่าด้วยการกำหนดจำนวนการจ้างงานหรือรายได้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี พ.ศ. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.6 จำนวนปีในการดำเนินงาน หมายถึง จำนวนปีหรือระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ โดยแบ่งระดับการวัดออกเป็น 4 กลุ่ม คือ เริ่มต้นดำเนินงาน - 1 ปี ตั้งแต่ 1 ปี - 3 ปี ตั้งแต่ 3 ปี - 5 ปี และมากกว่า 5 ปีขึ้นไป โดยใช้เกณฑ์การแบ่งตามการจัดทำแผนบริหารจัดการของธุรกิจตามการจัดทำแผนธุรกิจของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

1.6.7 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ หมายถึง การส่งมอบการบริการที่ดีมีความเหมาะสมทั้งเวลา สถานที่ รูปแบบลักษณะ เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้ประกอบการที่ใช้บริการ ทำให้ผู้ประกอบการที่ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการ อีกทั้งมีความประทับใจในด้านบวกอยากกลับมาใช้บริการอีกและมีการบอกต่อไปยังผู้อื่นในทางที่ดี โดยในที่นี้แบ่งปัจจัยด้านคุณภาพการบริการออกเป็น 5 ด้าน คือ

1.6.7.1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ประกอบด้วย หน่วยงานมีสถานที่ให้บริการเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีความสะอาด หน่วยงานมีอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการบริการที่ครบถ้วน หน่วยงานมีป้ายหรือบอร์ดแสดงข้อมูลพื้นฐานและขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน และหน่วยงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น น้ำดื่ม ที่จอดรถ ห้องสุขา อินเตอร์เน็ต เป็นต้น

1.6.7.2 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) ประกอบด้วย หน่วยงานให้ข้อมูลคำแนะนำที่ถูกต้องตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับเกี่ยวกับอุตสาหกรรม และเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด หน่วยงานให้บริการตรงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ กรณีที่เกิดข้อผิดพลาดขึ้นในการให้บริการหน่วยงานสามารถแก้ไขปัญหาทันที เพื่อให้ดำเนินตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ได้อย่างต่อเนื่อง และหน่วยงานมีการเก็บรักษาความลับข้อมูลธุรกิจของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี

1.6.7.3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) ประกอบด้วย หน่วยงานมีการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดีแม้กรณีเร่งด่วน ผู้รับบริการสามารถติดต่อประสานงานกับหน่วยงานได้ตลอดเวลาแม้นอกเวลาราชการด้วยความเต็มใจ และหน่วยงานปรับการบริการตามความต้องการการช่วยเหลือของผู้ประกอบการ

1.6.7.4 การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) ประกอบด้วย หน่วยงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เรียกเก็บเงินไม่รับสินบนจากผู้มาใช้บริการ กระบวนการบริการของหน่วยงานมีมาตรฐาน และเจ้าหน้าของหน่วยงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการทำให้ท่านเชื่อมั่นในบริการที่ท่านได้รับว่าเป็นบริการที่ดีที่สุด

1.6.7.5 การเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) ประกอบด้วย หน่วยงานมีการบันทึกข้อมูลของผู้รับบริการและสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และเป็นพื้นฐานสำหรับการรับบริการในครั้งถัดไป หน่วยงานมีการสำรวจความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นระยะ เพื่อนำมาพัฒนาโครงการต่าง ๆ สำหรับการให้บริการที่ตอบสนองได้ดียิ่งขึ้นต่อไป หน่วยงานมีช่องทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับให้ผู้มารับบริการเสนอความคิดเห็น หรือร้องทุกข์ได้ บุคลากรของหน่วยงานสามารถจดจำรายละเอียดผู้รับบริการได้ เช่น ความต้องการของผู้ประกอบการครั้งสุดท้ายที่เข้ารับบริการ เป็นต้น และหน่วยงานมีความห่วงใยผู้ประกอบการและติดตามการดำเนินการของธุรกิจทุกระยะ

1.6.8 ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการชุมชนแต่ละธุรกิจที่มีผลต่อการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในที่นี้ประเด็นที่ใช้ประเมินความต้องการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจนั้นได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับฐานของมาสโลว์และแนวคิดเชอร์ริงตัน (Cherrington, 1994) ซึ่งความต้องการของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจตามประเด็น ดังนี้

1.6.8.1 การให้บริการของหน่วยงานช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำประโยชน์ที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการได้จริง

1.6.8.2 การให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่าน เกิดผลลัพธ์ในทิศทางที่ดี เช่น การลดต้นทุนการผลิต การมีรายรับรวมเพิ่มขึ้น

1.6.8.3 การให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่าน เกิดการพัฒนาสร้างสรรค์สินค้า นวัตกรรมใหม่ได้

1.6.8.4 หน่วยงานให้บริการพร้อมทั้งมีการติดตาม แนะนำ และกระตุ้นให้สถานประกอบการของท่านมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนนำไปสู่การเป็นสถานประกอบการที่มีการได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

1.6.8.5 หน่วยงานได้ให้บริการที่ดี มีการติดตามผลลัพธ์อย่างใกล้ชิด ทำให้สถานประกอบการมีการพัฒนาสู่ทิศทางที่ดีขึ้น

1.6.8.6 หน่วยงานช่วยเหลือผู้ประกอบการได้เป็นรูปธรรม เช่น การพาผู้ประกอบการออกงานนิทรรศการต่าง ๆ

1.6.9 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หมายถึง หน่วยงานหลักในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคตะวันออก เขตเศรษฐกิจพิเศษ ภาคกลาง (สมุทรปราการ) ให้มีสมรรถนะและขีดความสามารถในการประกอบการที่มีความยั่งยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้วิจัยได้มีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มีแนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการ

2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและความพึงพอใจในการบริการ

2.4 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ

ในการประกอบธุรกิจผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เป็นบุคคลที่สำคัญในการก่อตั้งกิจการธุรกิจของตนเอง และมีการพัฒนาอย่างเจริญก้าวหน้า สามารถดำรงรักษากิจการโดยผ่านประสบการณ์ในด้านความเสี่ยง การควบคุมการตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนได้รับความเชื่อถือและการยกย่องจากสังคม จนกลายมาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและมีส่วนร่วมทำให้สังคมเจริญเติบโตด้วย (วุฒิชัย จงคำนึงศีล, 2547)

โดยการที่จะประกอบธุรกิจใดนั้นผู้ประกอบการต้องทราบคุณลักษณะธุรกิจว่าอยู่ในลักษณะใด เพื่อที่จะได้บริหารจัดการธุรกิจและจดทะเบียนการค้าได้ถูกต้อง รวมถึงจะสามารถคำนวณภาษีได้ถูกประเภทด้วย นอกจากนี้ยังส่งผลต่อเรื่องการลงทุนว่าหุ้นส่วนแต่ละคนจะลงทุนคนละเท่าไหร่ ได้กำไรหรือรับผิดชอบร่วมกันอย่างไร รวมถึงการขายหุ้นให้คนทั่วไปสามารถร่วมลงทุนกับบริษัทได้อีกด้วย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563)

จากข้อมูลการจดทะเบียนพาณิชย์ตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 ผู้มีหน้าที่ในการจดทะเบียนพาณิชย์ตามลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการนั้น การที่รู้จักประเภทธุรกิจของตนเองจะทำให้การบริหารดำเนินงานเป็นไปได้ดีขึ้น มีความเป็นมืออาชีพและดูน่าเชื่อถือ ส่งผลให้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ด้วยข้อมูลการจดทะเบียนพาณิชย์ตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 ผู้มีหน้าที่ในการจดทะเบียนพาณิชย์ตามลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการหรือกิจการค้าที่เป็นพาณิชยกิจ ผู้วิจัยจึงดำเนินการศึกษาคุณลักษณะธุรกิจจำแนกตามตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2499 และพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 สำหรับการศึกษาความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ดังนี้

2.1.1 รูปแบบการจัดตั้งกิจการ

การประกอบธุรกิจการค้าอาจดำเนินการได้หลายรูปแบบ ทั้งโดยบุคคลคนเดียวเป็นเจ้าของกิจการโดยลำพัง หรืออาจดำเนินการโดยร่วมลงทุนกับบุคคลอื่นเป็นกลุ่มคณะก็ได้ การที่จะตัดสินใจเลือกดำเนินธุรกิจการค้าในรูปแบบใดนั้น ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญหลายประการด้วยกัน เช่น ลักษณะของกิจการค้า เงินทุน ความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้การประกอบธุรกิจนั้นประสบผลสำเร็จนำมาซึ่งผลประโยชน์และกำไรสูงสุด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563)

สุธี พนาวร และอภิชาต สิริผาต (2548) รูปแบบความเป็นเจ้าของกิจการหรือรูปแบบการจัดตั้งกิจการ ซึ่งเป็นส่วนเริ่มต้นของกิจการโดยมีการพิจารณาลักษณะของกิจการ ดังนี้

1. เจ้าของคนเดียว (Sole Proprietorship) เป็นรูปแบบที่สามารถจัดตั้งได้ง่ายได้ทุกเมื่อไม่จำเป็นต้องมีการขออนุญาตหรือจดทะเบียนจัดตั้ง เหมือนห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทและไม่จำเป็นต้องมีการจัดทำบัญชีหรืองบการเงินใด ๆ ส่งกรมสรรพากร เมื่อครบรอบปีภาษีก็เพียงแต่แสดงรายรับพร้อมหลักฐาน โดยการกรอกฟอร์มภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและหักค่าใช้จ่ายในการดำเนินการแบบเหมาในอัตราตั้งแต่ 60 จนถึง 85% ของยอดรายรับ ทั้งนี้แล้วแต่ประเภทของกิจการ ส่วนที่เหลือจึงนำไปคิดภาษีโดยที่สามารถหักลดหย่อนค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลต่าง ๆ ได้ การขออนุญาตจะเป็นการขออนุญาตเฉพาะในส่วนของธุรกิจที่กำหนดให้ต้องขออนุญาตประกอบการก่อน เช่น ร้านอาหาร โรงงาน อุตสาหกรรม เป็นต้น

2. ห้างหุ้นส่วน (Partnerships) เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการก่อตั้งกิจการโดยห้างหุ้นส่วนจะเป็นการร่วมกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 3 แบบ ดังนี้

1) ห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ไม่จำเป็นต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล และเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

2) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซึ่งต้องจดทะเบียนนิติบุคคลและเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล

3) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้องยื่นจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เป็นนิติบุคคล โดยมีหุ้นส่วนคนเดียวหรือหลายคนก็ได้

3. บริษัท (Company Limited corporation) เป็นรูปแบบของธุรกิจที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มีลักษณะเป็นนิติบุคคล โดยจะมีการแบ่งทุนออกเป็นหุ้นจำนวนหนึ่ง ซึ่งแต่ละหุ้นจะมีมูลค่าเท่า ๆ กัน โดยผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบโดยจำกัด เพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนถือหุ้นเท่านั้น ทั้งนี้รวมถึงหุ้นที่ยังไม่ได้ชำระด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับรูปแบบธุรกิจของผู้ประกอบการที่ขอใช้บริการหรือยื่นคำขอเข้าร่วมโครงการ รวมถึงยื่นคำขอสมัครเป็นสมาชิกสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประกอบด้วย

1. กรณีเป็นนิติบุคคล ประกอบด้วย บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน และบริษัทจำกัดมหาชน

2. กรณีเป็นบุคคลธรรมดา (ไม่เป็นนิติบุคคลแต่จดทะเบียนตาม พรบ. ทะเบียนพาณิชย์) ประกอบด้วย กิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนสามัญไม่จดทะเบียน และกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งหมายรวมถึงบุคคลธรรมดาไม่จดทะเบียนตาม พรบ. ทะเบียนพาณิชย์และไม่จดทะเบียนตามกฎหมายอื่น ๆ อีกด้วย

3. กรณีได้รับการจดทะเบียนตามกำหนดของหน่วยงานราชการอื่น อาทิเช่น วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ชุมชน กิจการที่จดทะเบียนตาม พรบ. โรงแรม กิจการที่จดทะเบียนตาม พรบ. การสาธารณสุข และกิจการที่จดทะเบียน พรบ. โรงเรียนเอกชน เป็นต้น

2.1.2 ประเภทอุตสาหกรรม

ในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จะทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนตามที่ระบุในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ได้แก่ ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์การเอกชน โดยกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้การสนับสนุนและส่งเสริมจะครอบคลุมเฉพาะประเภทของกิจการในอุตสาหกรรมการผลิตสินค้า อุตสาหกรรมการบริการ และอุตสาหกรรมค้าส่งและค้าปลีก โดยความหมายของแต่ละกิจการอุตสาหกรรม มีดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

1. อุตสาหกรรมการผลิตสินค้า หมายความครอบคลุมถึง การผลิตที่เป็นลักษณะของการประกอบการอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยความหมายที่เป็นสากลของการผลิต คือ การเปลี่ยนรูปวัตถุให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรกลหรือเคมีภัณฑ์ โดยไม่คำนึงว่างานนั้นทำโดยเครื่องจักรหรือด้วยมือ ทั้งนี้กิจการผลิตสินค้าในที่นี้รวมถึงการแปรรูปผลิตผลการเกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นการอุตสาหกรรมการผลิตที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้วย

2. อุตสาหกรรมการบริการ หมายความครอบคลุมถึง การศึกษา การสุขภาพ การบันเทิง การขนส่ง การก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ การโรงแรมและหอพัก การภัตตาคาร การขายอาหารเครื่องดื่มของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ การให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการในครัวเรือน บริการที่ให้กับธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิด และการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว รวมถึงธุรกิจผู้ให้บริการดิจิทัลและสารสนเทศ

3. อุตสาหกรรมค้าส่งและค้าปลีก หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการค้า โดยที่การค้าส่ง หมายถึง การขายสินค้าใหม่/สินค้าใช้แล้วให้แก่ผู้ค้าปลีก ผู้ใช้ในงานอุตสาหกรรม งานพาณิชยกรรม สถาบัน ผู้ใช้ในงานวิชาชีพ รวมทั้งการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยกันเอง ส่วนการค้าปลีก หมายถึง การขายโดยไม่มีการเปลี่ยนรูปสินค้าทั้งสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้กับประชาชนทั่วไปเพื่อการบริโภคหรือการใช้ประโยชน์เฉพาะส่วนบุคคลในครัวเรือน การค้าในที่นี้มีความหมายรวมถึง การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการซื้อขาย สถานีบริการน้ำมัน และสหกรณ์ผู้บริโภค

2.1.3 ระดับการดำเนินงาน

ระดับการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 มาตรา 4 ได้จำแนกระดับออกเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นคำที่มีผู้ให้คำจำกัดความแตกต่างกันมาก โดยสำหรับความหมายของระดับการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้

1. ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 มาตรา 4 หมายรวมถึงลักษณะธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) 4 ธุรกิจ ดังนี้ 1. กิจการผลิตสินค้า 2. กิจการค้าส่ง 3. กิจการค้าปลีก 4. กิจการให้บริการหรือกิจการอื่นตามที่รัฐมนตรีกำหนด (กฎกระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

ดนัย เทียนพุฒ (2545) ได้กล่าวถึงธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) ว่าสามารถแบ่งประเภทของกิจการธุรกิจออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ กิจการอุตสาหกรรมการผลิต กิจการค้าส่งและค้าปลีก และกิจการบริการ การกำหนดขนาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นนิยมใช้เกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ถาวร เงินลงทุน ยอดขาย จำนวนการจ้างงาน

ตุลา มหาพสุธานนท์ (2554) ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) เป็นการประกอบการโดยเจ้าของคนเดียวหรือห้างหุ้นส่วน สามารถพิจารณาจากขนาดธุรกิจและเงินทุนในการลงทุน อาจแบ่งออกได้เป็น ธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม แต่หากแบ่งตามลักษณะของผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งประเภทของธุรกิจออกเป็น 3 ประเภท คือ 1. ธุรกิจอุตสาหกรรม เป็นการดำเนินงานด้านการผลิต โดยการแปรสิ่งนำเข้าจากวัตถุดิบที่ได้จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่หรือหามาได้ให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูปในระบบโรงงานอุตสาหกรรม 2. ธุรกิจการค้า เป็นการดำเนินงานในด้านการจัดหาและจำหน่ายสินค้าที่ผลิตจากธุรกิจอุตสาหกรรมให้แก่ผู้อุปโภคและบริโภค เช่น การค้าส่งการค้าปลีก ในรูปของกิจการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค้าแบบเจ้าของคนเดียว หรือห้างหุ้นส่วน 3. ธุรกิจให้บริการ เป็นการดำเนินธุรกิจในด้านการให้บริการแก่ผู้บริโภคทางด้านความสะดวกสบาย เช่น ธุรกิจการโรงแรม ธุรกิจร้านเสริมสวย เป็นต้น

2. ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรืออื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548)

วิชิต นันทสุวรรณ (ม.ป.ป. อ้างถึงใน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548) ให้นิยามคำว่าวิสาหกิจชุมชนว่าเป็นการประกอบการซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การวัดผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอนโดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนของชุมชน ซึ่งมิได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชน และความสุขของสังคมด้วย

วิสาหกิจชุมชนเกิดจากการที่คนกลุ่มหนึ่งในชุมชนร่วมมือกันทำอะไรบางอย่างเกี่ยวกับการผลิต การแปรรูป การจัดการทรัพยากร การจัดการทุน การจัดการตลาด โดยมีการซื้อขายในลักษณะสหกรณ์แต่แตกต่างกันที่ระเบียบและกฎเกณฑ์ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเน้นการแบ่งปันการช่วยเหลือกันมากกว่าการแข่งขัน วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นหน่วยที่ทำให้เกิดความร่วมแรงร่วมใจ ไม่แตกแยก แบ่งพวก และไม่ต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของตนและพวกพ้อง เพราะวิสาหกิจชุมชนคือการเน้นการช่วยเหลือกัน (เสรี พงศ์พิศ, 2552) โดยวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนถือเป็นพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ยังไม่มีความพร้อมในการทำธุรกิจให้สามารถพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งต่อไป

จากการที่ราชกิจจานุเบกษาได้ประกาศกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 กำหนดคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือนิยาม SME ของประเทศใหม่ ในการใช้จำนวนการจ้างงานและรายได้เป็นเกณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ขนาดของวิสาหกิจและโครงสร้างทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป และเป็นไปตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2561 ที่ให้นำ “จำนวนรายได้” มาใช้เป็นเกณฑ์กำหนดขนาดของวิสาหกิจ

กฎกระทรวง พ.ศ. 2562 กำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2561 และมาตรา 5 วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 99/2557 เรื่องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ลงวันที่ 21 กรกฎาคม พุทธศักราช 2557 นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ยกเลิกกฎกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545

ข้อ 2 วิสาหกิจขนาดย่อม ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้

(1) กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินห้าสิบคนหรือมีรายได้ต่อปีไม่เกินหนึ่งร้อยล้านบาท

(2) กิจการให้บริการ กิจการค้าส่งหรือกิจการค้าปลีกที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินสามสิบคน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกินห้าสิบล้านบาท

ข้อ 3 วิสาหกิจขนาดกลาง ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้

(1) กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคน หรือมีรายได้ต่อปีเกินกว่าหนึ่งร้อยล้านบาทแต่ไม่เกินห้าร้อยล้านบาท

(2) กิจการให้บริการ กิจการค้าส่งหรือกิจการค้าปลีกที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าสามสิบคนแต่ไม่เกินหนึ่งร้อยคน หรือมีรายได้ต่อปีเกินกว่าห้าสิบล้านบาทแต่ไม่เกินสามร้อยล้านบาท

ข้อ 4 จำนวนการจ้างงานและรายได้ ตามข้อ 2 และข้อ 3 ให้พิจารณาจากหลักฐานดังต่อไปนี้

(1) จำนวนการจ้างงาน ให้พิจารณาจากหลักฐานแสดงจำนวนการจ้างงานที่ได้จัดทำขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด

(2) จำนวนรายได้ ให้พิจารณาจากรายได้รวมที่ระบุไว้ในงบการเงินที่ได้จัดทำขึ้นตามที่กฎหมายว่าด้วยการบัญชีกำหนดหรือเอกสารบัญชีแสดงรายได้

ข้อ 5 ในกรณีที่กิจการมีจำนวนการจ้างงานที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจประเภทหนึ่งแต่มีรายได้ที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจอีกประเภทหนึ่ง ให้ถือรายได้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

จากความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) และวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ระดับการดำเนินการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprises) วิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprises) และวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise)

2.1.4 จำนวนการจ้างงาน

จำนวนการจ้างงานเป็นข้อมูลที่สำคัญตั้งแต่การเริ่มต้นขึ้นทะเบียนเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชน โดยต้องทำการระบุในระบบขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ (SME

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Registration) เพื่อเป็นฐานข้อมูลหลักของประเทศและใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดขนาดธุรกิจ อีกทั้งภาครัฐสามารถเข้าถึงข้อมูล ตลอดจนกระจายความช่วยเหลือลงสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชน ทั้งภาคการผลิต การค้าบริการ และการค้าปลีกและค้าส่งได้อย่างทั่วถึงและตรงตามความต้องการ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องระบุจำนวนการจ้างงานหรือจำนวนคนทำงาน

รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2562 ระบุว่า อัตราการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชน มีจำนวน 13,950,241 คน คิดเป็นสัดส่วน 85.47% ของการจ้างงานรวมทั้งหมด (กระทรวงแรงงาน, 2563) ดังนั้น จำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจประเทศไทย

จากกฎกระทรวงว่าด้วยการกำหนดจำนวนการจ้างงานหรือรายได้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2562 กำหนดให้นิยามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้จำนวนการจ้างงานและรายได้ของกิจการเป็นเกณฑ์ในการกำหนดขนาดกิจการ โดยวิสาหกิจรายย่อยจะใช้แรงงาน 1-5 คน รายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท ทั้งกิจการผลิตสินค้า และกิจการให้บริการและการค้า วิสาหกิจขนาดย่อมได้นิยามไว้ว่าจะต้องใช้แรงงาน 6-50 คน และรายได้มากกว่า 1.8-100 ล้านบาท ในกิจการผลิตสินค้า ส่วนกิจการให้บริการและการค้าจะต้องใช้แรงงาน 6-30 คน และรายได้มากกว่า 1.8-50 ล้านบาท ซึ่งมีเงื่อนไขการกำหนดขนาดวิสาหกิจในกรณีที่จำนวนการจ้างงานเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดหนึ่ง แต่จำนวนรายได้เข้าลักษณะของวิสาหกิจอีกขนาดหนึ่ง ให้ถือจำนวนการจ้างงานหรือรายได้ที่มากกว่าเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาว่าเป็นวิสาหกิจขนาดใด

2.1.5 จำนวนปีในการดำเนินงาน

จากข้อมูลจำนวนปีหรือระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ ในการจัดทำแผนบริหารจัดการของธุรกิจตามการจัดทำแผนธุรกิจของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ซึ่งเป็นการแสดงรายละเอียดที่เกี่ยวกับข้อมูลของกิจการ อาทิเช่น ลักษณะหน้าที่และการดำเนินการเช่นไร ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการของสถานที่ประกอบการ หนังสือรับรองฉบับล่าสุดที่คัดจากสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น โดยข้อมูลรายละเอียดการดำเนินการดังกล่าวสามารถนำมากำหนดและแสดงเป้าหมายของกิจการที่จะดำเนินการให้บรรลุ โดยการแสดงควรแบ่งออกเป็น

เป้าหมายระยะสั้น คือ การดำเนินการตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงให้บรรลุภายใน 1 ปีข้างหน้า รวมถึงตั้งแต่ 1 ปีข้างหน้าแต่ไม่เกิน 3 ปี

เป้าหมายระยะกลาง คือ การดำเนินการที่จะทำให้บรรลุถึงภายใน 3-5 ปีข้างหน้า

เป้าหมายระยะยาว คือ การดำเนินการที่จะทำให้บรรลุถึงต่อจาก 5 ปีข้างหน้าเป็นต้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับเป้าหมายควรแสดงเป็นหน่วยที่สามารถวัดได้ (Measurable) ซึ่งต้องสอดคล้องกับพันธกิจที่กำหนดไว้ก่อนหน้า ตัวอย่างเช่น ยอดรายได้ จำนวนลูกค้า จำนวนการผลิต สาขาที่เปิด ระยะเวลาที่จะได้มาตรฐานต่าง ๆ

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งเกี่ยวกับรูปแบบการจัดตั้งกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ระดับการดำเนินงาน จำนวนการจ้างงาน และจำนวนปีในการดำเนินงาน มีผลต่อผู้ประกอบการในแต่ละธุรกิจหรือสถานประกอบการที่ต่างกัน วิธีการแบ่งลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการนั้นจะมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการของหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้วิจัยควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนให้ตรงกับเรื่องที่ผู้วิจัยทำการศึกษา ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการศึกษาปัจจัยข้อมูลคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ รูปแบบการจัดตั้งกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ระดับการดำเนินงาน จำนวนการจ้างงาน และจำนวนปีในการดำเนินงาน มีความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันหรือไม่

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการ

2.2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การบริการถือเป็นหัวใจหลักของหน่วยงานที่มีผลต่อการตอบสนองของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ต้องการไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ต้องการให้ประชาชนในประเทศเกิดความพึงพอใจในการบริการหรือภาคธุรกิจที่สามารถตอบสนองลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการบริการนำสู่ผลประกอบการที่ดี โดยการบริการที่ดีผู้รับบริการจะได้รับความประทับใจและเกิดความชื่นชมต่อองค์กรอันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร เบื้องหลังความสำเร็จของทุกงานมักจะมีงานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นงานประชาสัมพันธ์ งานบริการข้อมูลวิชาการต่าง ๆ (สำนักงานคลังจังหวัดนครนายก, 2560) ดังนั้น จึงมีผู้ให้ความหมายที่เกี่ยวข้องกับการ “บริการ” ไว้หลายท่าน ดังนี้

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539) ให้ความหมายของบริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำ ที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบอีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบอันนั้น

สมิต สัชฌุกร (2542) ให้ความหมายว่าการบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่งทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้บุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น การอำนวยความสะดวก การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก็เป็นการให้บริการ การให้บริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญคือเป็นการช่วยเหลือและอำนวยประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการ

ไพรพนา ศรีเสน (2544) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุขและความสะดวกสบาย หรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรมและไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค

สรุปได้ว่า การบริการคือการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้มากที่สุดอันนำมาซึ่งความประทับใจหรือความพึงพอใจกับผู้รับบริการและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน รวมถึงการให้บริการที่ได้รับการปรับปรุงให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

2.2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการเป็นตัวชี้วัดของวิธีการที่ดีของการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า (Joewono & Kubota, 2007) โดยคุณภาพการให้บริการจะนำไปสู่ความพึงพอใจดังงานวิจัยของเวนและชิง (Wen & Ching, 2011) ที่กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าพร้อมกับการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าในการเข้ารับบริการและการให้บริการแก่ลูกค้า ดังนั้น การให้บริการของหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อทำให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดี ตรงต่อความต้องการของประชาชนหรือผู้รับบริการ ทำให้เกิดความประทับใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร โดยแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพการบริการมีผู้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่การศึกษา ดังนี้

วรัชยา ศิริวัฒน์ (2547) ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง ความรู้ ความเชี่ยวชาญของการให้บริการ ความถูกต้องแม่นยำของการให้บริการ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากผู้ให้บริการที่ให้บริการตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็ว มีระบบการให้บริการครบถ้วนสมบูรณ์และทันสมัยในการบริการ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2549) ได้กล่าวถึงคุณภาพบริการ คือ บริการที่มาจากผู้ให้บริการที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถดี มีเครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัยและมีคุณภาพ จะส่งผลให้บริการนั้นมีคุณภาพดี ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ต้นทุนของการบริการสูงตามไปด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ณัฐพัชร์ ล้อประเสริฐ (2549) ให้ความหมายของคุณภาพการบริการไว้ว่า สิ่งใดก็ตามที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจและพูดถึงอยู่เสมอเมื่อได้ใช้สินค้าและบริการ ซึ่งไม่ได้คำนึงถึงประโยชน์การใช้สอยแต่รวมถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ความประทับใจ ความพึงพอใจไปจนถึงความภักดีของลูกค้า องค์กรต่าง ๆ จึงพยายามสร้างหรือหากลยุทธ์ทางการตลาดขึ้นมาเพื่อให้ตอบสนองความต้องการและเกิดความพึงพอใจ แต่การที่จะทำให้กลยุทธ์สำเร็จได้ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้รับบริการ เพื่อให้เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่ธุรกิจจัดให้ ว่ามีความแตกต่างมากน้อยเพียงใดแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

พลฤทธิ์ จิระเสวี (2550) คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การส่งมอบการบริการที่ดีมีความเหมาะสมทั้งเวลา สถานที่ รูปแบบลักษณะทางจิตวิทยา โดยใช้แรงงานมนุษย์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการมีความประทับใจในด้านบวกอยากกลับมาใช้บริการอีกและมีการบอกต่อไปยังผู้อื่นทางที่ดี

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่าเป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ถึงผลการดำเนินงานภายหลังจากการได้การบริการ โดยเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการ Parasuraman, Zeithaml และ Berry ได้ทำการพัฒนารูปแบบของการบริการโดยนำแนวคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ คำนึงถึงการยอมรับของผู้ใช้บริการในคุณภาพบริการที่ดีที่สุด คุณภาพบริการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างของการบริการ โดยมีเกณฑ์บ่งชี้คุณภาพการบริการ (Determinant of Service Quality) 10 ประการ ดังนี้

1. ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้นั้นจะต้องมีความถูกต้องแม่นยำและเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรก รวมทั้งต้องมีความสม่ำเสมอ (Consistency) คือ บริการทุกครั้งต้องได้ผลเช่นเดิม ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าผู้ให้บริการพึ่งได้

2. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการต้องมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันท่วงที

3. สมรรถภาพในการให้บริการ (Competence) ผู้ให้บริการต้องมีทักษะ และมีความรู้ความสามารถในการบริการ สามารถแสดงให้ผู้ใช้บริการได้ประจักษ์ และตอบสนองความต้องการผู้ใช้บริการได้

4. การเข้าถึงบริการ (Access) ผู้ใช้บริการจะต้องเข้าถึงบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ การให้บริการนั้นจะต้องกระจายไปอย่างทั่วถึง

5. ความสุภาพอ่อนโยนมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุภาพ ใช้วาจาที่เหมาะสม มีบุคลิกภาพดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

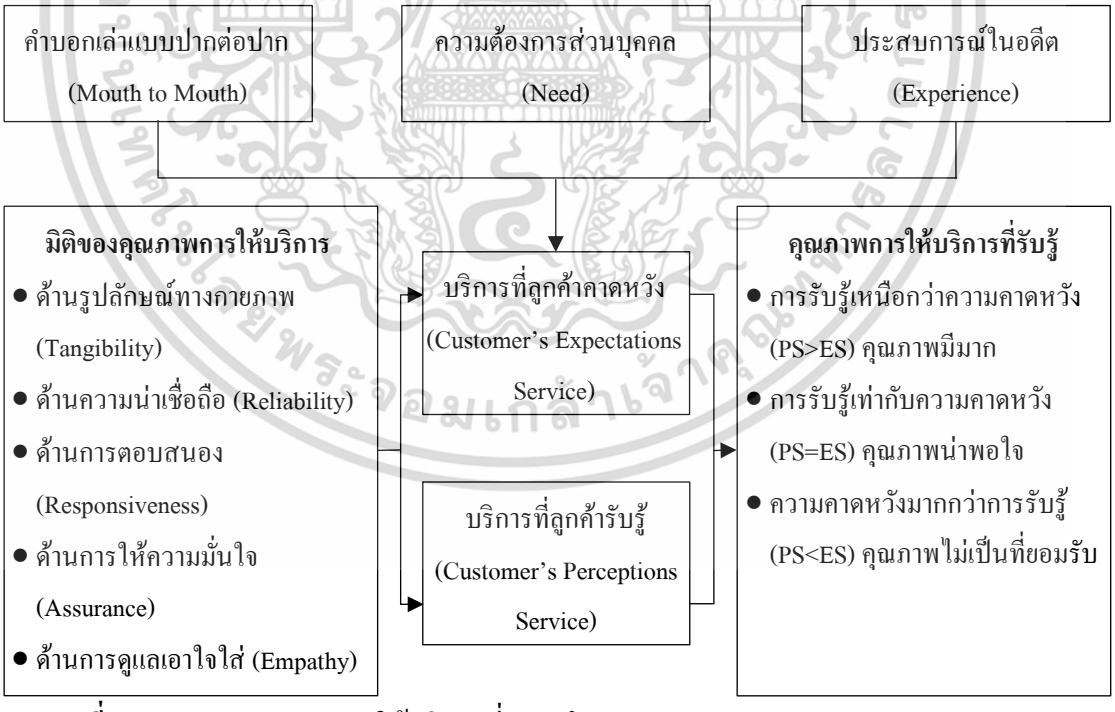
6. การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารมีความสำคัญมากต่อคุณภาพบริการ นอกจากจะเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการให้บริการแล้ว ยังจัดเป็นการบริการอีกลักษณะหนึ่ง ดังนั้นผู้ให้บริการควรมีการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่ผู้ใช้บริการ

7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถืออันเกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดประการหนึ่ง สำหรับการให้บริการทางสุขภาพ และส่งผลให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้นมีการพูดปากต่อปาก ความเชื่อถือของผู้มารับบริการที่มีผลต่อผู้ให้บริการนั้นอาจเกิดปัจจัยเสริมอื่น ๆ

8. ความปลอดภัยมั่นคง (Security) ได้แก่ ความรู้สึกที่มั่นใจว่าความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน รวมทั้งชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ

9. ความเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ (Understanding/knowing The Customer) ผู้ให้บริการจะต้องมีความเข้าใจ และรู้จักผู้มารับบริการ

10. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) เป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ รวมถึงลักษณะทางกายภาพคุณภาพของบริการจะถูกประเมิน โดยการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจริง บริการที่นำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนและง่ายขึ้น



ภาพที่ 2.1 ตัวแบบคุณภาพการให้บริการที่เสนอโดย Ziethaml, Parasuraman,and Berry (1985)

ที่มา: Ziethaml, Parasuraman, and Berry, 1985

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อมา Zeithaml, Parasuraman, and Berry (1990) พบว่า ตัวกำหนดคุณภาพบริการ 10 ประการดังที่กล่าวข้างต้นมีความซับซ้อนกัน จึงได้ทำการศึกษาพัฒนาเครื่องมือที่จะใช้เป็นมาตรวัดคุณภาพบริการและได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) ซึ่งผลจากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้เครื่องมือที่จะใช้วัดคุณภาพการให้บริการ เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาเป็นตัววัดองค์ประกอบของคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน แต่ยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการข้างต้น ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ การบริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆได้อย่างชัดเจน ผู้รับบริการรับรู้ถึงการบริการที่มีคุณภาพนำสู่การทำให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจและพึงพอใจในบริการตามมา

2. ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม แม่นยำในทุกจุดของการบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้ เพราะฉะนั้นหน่วยงานควรมีมาตรฐานในการปฏิบัติงาน เพราะมาตรฐานถือเป็นจุดตั้งต้นและเป็นเครื่องมือสำคัญในการให้บริการ นำมาใช้เป็นหลักหรือแนวทางในการบริการ เพื่อให้การบริการนั้นเกิดผลดีต่อผู้รับบริการได้มากที่สุด โดยมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด รวมทั้งใช้เป็นพื้นฐานในการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

3. การตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการบริการ ผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับบริการ เคารพความเป็นบุคคลของผู้รับบริการ บุคคลมีความต้องการที่แตกต่างกัน

4. การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurances) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพนุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้ทักษะการติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าการบริการที่ให้นั้นผู้รับบริการจะได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของแต่ละบุคคล ใส่ใจรับฟังปัญหาความคิดเห็น มีสัมพันธภาพที่ดีต่อการรับฟังปัญหาของผู้รับบริการ จดจำผู้รับบริการในสิ่งที่เฉพาะกับบุคคล และการให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพบริการเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารจัดการองค์กรในปัจจุบัน เนื่องจากในปัจจุบันนั้นทุกองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพการให้บริการอย่างมาก และคุณภาพการบริการยังส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งในการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้นำแนวคิดของ Zeithaml Parasuraman และ Berry ในปี 1990 ซึ่งเป็นเครื่องมือใช้วัดคุณภาพการให้บริการ เรียกว่า SERVQUAL วัดองค์ประกอบของคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) การตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurances) และความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) สำหรับใช้ในการวัดคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้วิจัยจึงบูรณาการจากการศึกษาของ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) เป็นกรอบแนวคิดด้านตัวแปรต้นในการวิจัย รายละเอียดดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ประเด็นที่ใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชนในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยบูรณาการการศึกษา Zeithaml, Parasuraman (1990)

ตัวแปร	ประเด็นที่ใช้ประเมิน
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	- หน่วยงานมีสถานที่ให้บริการเป็นระเบียบ และมีความสะอาด - หน่วยงานมีอุปกรณ์ เทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการบริการที่ครบถ้วน - หน่วยงานมีป้ายแสดงข้อมูลขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน - หน่วยงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น น้ำดื่ม, ที่จอดรถ, ห้องสุขา เป็นต้น
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	- หน่วยงานให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ - ข้อมูลเอกสารที่หน่วยงานจัดเตรียมไว้ให้ผู้รับบริการ มีความถูกต้องตามกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม - กรณีที่เกิดปัญหาหรือข้อผิดพลาดในบริการหน่วยงานสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที เพื่อให้การบริการเป็นไปตามเวลาและข้อตกลงที่ได้กำหนดไว้ - หน่วยงานมีการเก็บรักษาความลับข้อมูลธุรกิจของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ตัวแปร	ประเด็นที่ใช้ประเมิน
การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive)	- หน่วยงานมีการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดีแม้กรณีเร่งด่วน - ผู้รับบริการสามารถติดต่อ ประสานงานกับหน่วยงานได้ตลอดเวลา แม้นอกเวลาราชการด้วยความเต็มใจ - หน่วยงานมีการปรับปรุงคุณภาพบริการสม่ำเสมอทุกครั้งที่ผู้รับบริการร้องขอ
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	- หน่วยงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องเป็นไปตามกฎระเบียบมาตรฐานอุตสาหกรรม - หน่วยงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เรียกเก็บเงิน ไม่รับสินบนจากผู้มาใช้บริการ - หน่วยงานให้บริการด้วยความเสมอภาค เท่าเทียม และไม่เลือกปฏิบัติกับผู้มารับบริการ
การเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy)	- หน่วยงานมีการบันทึกข้อมูลของผู้รับบริการและสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และเป็นพื้นฐานสำหรับการรับบริการในครั้งถัดไป - หน่วยงานมีการบูรณาการงานบริการที่หลากหลาย ทำให้ผู้ที่มารับบริการมีความสะดวกในการเดินทางมาเพียงรอบเดียวแต่ได้รับบริการหลากหลายด้าน - หน่วยงานมีช่องทางให้ผู้มารับบริการสามารถ แสดงความคิดเห็น เสนอแนะ หรือเรื่องราวร้องทุกข์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย

ที่มา: Ziethaml, Parasuraman,and Berry, 1990

2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและความพึงพอใจในการให้บริการ

2.3.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจหรือความพอใจตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน (2542) โดยแยกเป็น พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ รวมถึงจากพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยาโดยแชปลิน (Chaplin, 1968) ให้คำจำกัดความว่าเป็นความรู้สึกของผู้รับบริการตามสถานประกอบการตามประสบการณ์ที่ได้รับจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การที่ได้เข้าไปติดต่อขอรับการบริการในสถานบริการนั้น ๆ ทั้งนี้ความพึงพอใจยังมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหมายกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

อุกกฤษฎ์ ทรงชัยสงวน (2543) ได้รวบรวมกลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในรูปแบบของแรงจูงใจไว้ 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory motivation) ทฤษฎีนี้เขาได้เสนอความต้องการในด้านต่าง ๆ กันของมนุษย์เรียงลำดับจากความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อการอยู่รอดไปจนถึงความต้องการทางสังคม และความต้องการยอมรับนับถือจากกลุ่มว่าตนมีคุณค่าและพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น มาสโลว์ถือว่าการเรียงลำดับความต้องการนี้มีความสำคัญ โดยมนุษย์จะมีความต้องการในระดับสูง ๆ ได้ต่อเมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้ว

2. ทฤษฎีการจูงใจ การบำรุงรักษาของ Herz berg ได้กล่าวถึงปัจจัยการจูงใจ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานด้านความพึงพอใจ ได้แก่ โอกาส ความสำเร็จ การยอมรับ ความรับผิดชอบ ความเจริญก้าวหน้า และปัจจัยการบำรุงรักษา ซึ่งเป็นตัวขัดขวางความพึงพอใจ ได้แก่ นโยบายขององค์กร สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

3. ทฤษฎีแรงจูงใจของ Mc celland ซึ่งแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ประเภท คือ ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการมีอำนาจ และความต้องการความสัมพันธ์ โดยความต้องการความสำเร็จหรือเรียกว่าแรงจูงใจใฝ่สำเร็จนั้น ถ้าบุคคลใดมีสูงจะมีความปรารถนาที่จะทำสิ่งหนึ่งให้ลุล่วงไปด้วยดี

4. ทฤษฎีการคาดหวังของ Vroom ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคลจะประเมินความเป็นไปได้ของผลที่บังเกิดขึ้นแล้ว จึงดำเนินการปฏิบัติตามที่ตนคาดหวังไว้ การจูงใจขึ้นอยู่กับการคิดของมนุษย์ต่อผลที่เกิดขึ้น

กาญจนา อรุณสุขรุจี (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคลจึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น การสร้างสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

อารี พันธ์มณี (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือเป็นไปตามที่ตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการ ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือเป็นไปตามที่ตนเองต้องการและความรู้สึกดังกล่าวนี้จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น ถ้าหากความต้องการหรือเป้าหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกันย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของการบริการ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการสรุปข้อมูลข้างต้นได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่บุคคลนั้นต้องการหรือเกินกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของบุคคลนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ซึ่งการตอบสนองในที่นี้เกิดจากการรับรู้ ความนิยมหรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

2.3.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการให้บริการนั้นเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการและการนำเสนอการบริการ โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างการบริการ ผู้ให้บริการจะต้องตระหนักเสมอว่าการให้บริการมีส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจ ซึ่งการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการมีอยู่หลายวิธีด้วยกัน ซึ่งทุกวิธีล้วนตั้งอยู่บนพื้นฐานความคิดเดียวกันคือการให้บริการที่ตรงกับสิ่งที่คาดหวังของผู้รับบริการจนกลายเป็นความพึงพอใจในที่สุด (อนงค์นาฏ แก้วไพฑูรย์, 2554) โดยความพึงพอใจในการให้บริการยังมีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลายความหมาย ดังนี้

ศรีประภา หันกาวงษ์ (2545) ได้กล่าวถึงลักษณะความพึงพอใจในการบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ จะเกิดได้เมื่อสัมพันธภาพในการให้ความรู้ของบุคลากร ผู้ให้บริการซึ่งเป็นสัมพันธภาพที่มุ่งเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางความคิดของผู้มารับบริการ เช่น การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในประเด็นต่าง ๆ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในการติดต่อกับหน่วยงานอื่น ๆ การตอบคำถาม การให้คำอธิบาย การให้ความรู้ขณะรอติดต่อกับแผนกอื่น ๆ การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนในการยื่นแบบเอกสารต่าง ๆ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงหรือความเคลื่อนไหวของงานส่วนท้องถิ่นตลอดจนการที่บุคลากรให้โอกาสในการซักถามเพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทางความคิด

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545) ได้ให้องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการไว้ 2 ประการ คือ 1) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่น แขกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักในห้องพักที่จองไว้ ลูกค้าที่เข้าไปในภัตตาคารควรจะได้รับอาหารตามที่สั่ง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นบริการที่ผู้รับบริการควรจะรับตามลักษณะของการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการแต่ละประเภท 2) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอการบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิกิริยาตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมาย และการปฏิบัติตนในการให้บริการ เป็นต้น ดังนั้น การให้บริการต่อผู้มารับบริการของหน่วยงานราชการถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญทั้งด้านการสนองตอบต่อนโยบายของรัฐบาล การอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและให้ประชาชนได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ จากรัฐโดยเสมอภาคกัน ตลอดจนเพื่อเป็นการปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพเหมาะกับการพัฒนาความเจริญของประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนที่มีต่อการบริหารราชการต่อไป

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา (2547) ได้กล่าวถึงแนวคิดความพึงพอใจในการบริการว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากประสบการณ์จากการให้บริการอย่างเต็มที่จนสุดความสามารถ ลูกค้าจะรู้สึกว่าคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ความพึงพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้า เนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการบริการขึ้นกับพนักงานซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจมีความต้องการเฉพาะที่มากเกินความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจ ดังนั้น ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจในการบริการมี 3 ประการ ดังนี้

1. ผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวังสำหรับการบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน รวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง เช่น คนที่นวดแผนโบราณในครั้งแรกย่อมต้องการการนวดที่ไม่แรงนักแต่การนวดครั้งต่อไปต้องแรงขึ้น

2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลจากความรู้ ความสามารถ ความพร้อมในด้านร่างกายและอารมณ์ในขณะให้บริการของผู้ให้บริการ รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน

3. สภาพแวดล้อมอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น อากาศ แสงแดด เก้าอี้ โต๊ะ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับประทานอาหารหรือเข้ามาใช้บริการในสถานที่ที่มาใช้บริการ ยิ่งไปกว่านั้นความพึงพอใจของลูกค้ายังมีผลจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้วยแถวที่ยาวเหยียดของธนาคารในวันศุกร์ย่อมสร้างความไม่อยากใช้บริการ หรือหากจำเป็นต้องใช้บริการธนาการในวันนั้นลูกค้าจะมีแนวโน้มของความไม่พอใจสูงกว่าปกติ สิ่งที่ทำได้คือต้องจัดการแถวอย่างมีประสิทธิภาพ

อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการว่าเป็นเป้าหมายที่ผู้ประกอบการทั้งหลายต่างคิดค้นหาวิธีหรือกลยุทธ์ทางการจัดการ กลยุทธ์ทางการตลาดมากมายมาประยุกต์ใช้ โดยมีจุดมุ่งหวังที่จะธำรงผู้รับบริการให้เกิดความประทับใจในการบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่าย ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการเป็นสิ่งผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงในการจัดให้เกิดการบริการแก่ผู้มารับบริการ โดยต้องยึดถือสิ่งต่อไปนี้

(1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ รูปแบบการบริการที่ดีจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้โดยผู้ให้บริการจะต้องทำการสำรวจหรือศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายเสียก่อน จากนั้นจึงจะสามารถกำหนดรูปแบบการบริการที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการบริการที่ประทับใจผู้มารับบริการได้

(2) ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนและส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริการ โดยทั่วไปองค์การธุรกิจบริการจะทำการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในหลาย ๆ ด้าน

(3) ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ เนื่องจากการบริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการ ซึ่งการปฏิบัติงานบริการจะมีคุณภาพนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีความพึงพอใจในการบริการของตน จึงจะทุ่มเทในการทำงาน และเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และสุดท้ายจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการของกิจการบริการด้วย

2. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการจะได้จากการมารับบริการนั้น โดยผู้รับบริการมุ่งหวังความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการของบริการนั่นเอง

(1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้รับบริการ ผู้รับบริการมุ่งหวังการได้รับบริการที่ดีเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนเองจากการไปรับบริการต่าง ๆ ความพึงพอใจที่ได้จากการไปรับบริการนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการบริการจะต้องตระหนักถึงและจัดให้มี ทำให้เกิดการแข่งขันนำเสนอสิ่งที่ดีกว่าแก่ผู้รับบริการ ผลสุดท้ายคือผู้รับบริการจะได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพมากขึ้นไปเรื่อย ๆ นั่นเอง

(2) ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของการบริการและอาชีพบริการเนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงานจะทำงานด้วยความเต็มใจทุ่มเทสร้างสรรค์และส่งเสริมมาตรฐานในการให้บริการแก่ผู้บริการ ส่งผลให้คุณภาพในการบริการสูงขึ้นและงานบริการกลายเป็นงานแพร่หลายมากขึ้น มีบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถเข้าสู่วงการธุรกิจบริการมากขึ้นทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการ และสุดท้ายส่งผลต่อลักษณะการบริการทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพสูงยิ่งขึ้นต่อไป

Abraham Maslow (1950) ได้ทำการค้นหาความต้องการของมนุษย์ ซึ่งเกิดเป็นลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's Hierarchy of Needs) โดยเป็นทฤษฎีที่ระบุว่ามนุษย์มีความต้องการทั้งหมด 5 ขั้นด้วยกัน ซึ่งเรียงลำดับจากขั้นต่ำสุดไปหาสูงสุดจนนำมาซึ่งการกระตุ้นให้เกิดความพึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พอใจในที่สุด ในปัจจุบันมีการประยุกต์การเรียงลำดับความต้องการซึ่งเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อการให้บริการเพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการของบุคคลซึ่งจะเกิดขึ้น 5 ขั้นเป็นลำดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

5. ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยในระยะต่อมา พบว่า การยกระดับความต้องการของคนอาจจะข้ามฐานความต้องการจากระดับหนึ่งสู่อีกระดับหนึ่งโดยไม่ต้องรอการตอบสนองความต้องการระดับล่างก่อนก็ได้ เชอร์ริงตัน (Cherrington, 1994) ได้เสนอแนวทางการประยุกต์ใช้ทฤษฎีของมาสโลว์ไว้ดัง ตารางที่ 2.2 ดังนี้

ตารางที่ 2.2 การประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับฐานของมาสโลว์ (Abraham Maslow)

ความต้องการ	สิ่งที่ตอบสนองโดยทั่วไป	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์การ
ความต้องการปัจจัยพื้นฐานหรือความต้องการทางกาย	อาหาร น้ำ ความต้องการทางเพศ การนอน	- ค่าตอบแทน - สภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี - อาคารต่าง ๆ
ความต้องการความปลอดภัย	ความปลอดภัย ความมั่นคงและการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม	- ที่ทำงานปลอดภัย - ผลกำไรของบริษัท - ความมั่นคงในหน้าที่การงาน
ความต้องการทางสังคม	ความรัก ความห่วงใยและการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม	- มีกลุ่มงานที่สนิทสนม - การนิเทศที่เป็นมิตร - สมาคมวิชาชีพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ความต้องการ	สิ่งที่ตอบสนองโดยทั่วไป	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์การ
ความต้องการการยอมรับ	การยอมรับและเคารพตนเอง ความภาคภูมิใจในตนเองและหน่วยงาน	- สังคมยอมรับ - ตำแหน่งระดับสูงในองค์การ - การติชมเกี่ยวกับงาน
ความต้องการความสำเร็จแห่งตน	ความเจริญก้าวหน้าและความคิดสร้างสรรค์	- งานที่ท้าทาย - โอกาสที่จะได้แสดงความคิดสร้างสรรค์ - ผลสำเร็จของงาน

ที่มา: Cherrington, 1994 อ้างถึงในสมาน อัศวภูมิ, 2551

ดังนั้น การศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ ผู้วิจัยจึงทำการสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการเป็นความต้องการของผู้รับบริการแต่ละบุคคลและเกิดการตอบสนองของผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจากการบริการกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการบริการหรือไม่พึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ ขึ้นอยู่กับการให้บริการของหน่วยงาน เมื่อพิจารณาจากทัศนะของผู้รับบริการจากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ปัจจัยจูงใจที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ คือ ปัญหาหรือความต้องการได้รับการตอบสนองเป็นผลสำเร็จ ผู้วิจัยสรุปว่าความพึงพอใจจะมีความสัมพันธ์กับปัญหาหรือความต้องการของผู้รับบริการที่ได้รับการแก้ไขและการให้บริการเป็นไปตามความคาดหวัง อีกทั้งเนื่องจากองค์กรมากมายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างคิดค้นหาวิธีหรือกลยุทธ์ทางการจัดการนำมาประยุกต์ใช้ โดยมีจุดมุ่งหวังที่จะรักษาหรือธำรงผู้รับบริการไว้ให้เกิดความประทับใจในการบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น ความพึงพอใจในการบริการจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างยิ่ง

โดยในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ได้นำทฤษฎีมาสโลว์ (Abraham Maslow) มาประยุกต์ใช้สำหรับการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยนี้ว่าปัญหาหรือความต้องการนั้นได้ถูกแก้ไขหรือตอบสนองจนนำมาซึ่งการเกิดความพึงพอใจในการบริการของหน่วยงานมากน้อยเพียงใด โดยเป็นการวัดความพอใจในการบริการจากการได้รับการแก้ไขปัญหาหรือความต้องการของผู้ประกอบการตามทฤษฎีของมาสโลว์ ที่แบ่งความต้องการของบุคคลที่จะนำมาซึ่งความพึงพอใจในการบริการ 5 ความต้องการ นั่นคือ ความต้องการทางกาย (physiological needs) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) ความต้องการทางสังคม (social

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

needs) ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self-actualization needs) สำหรับใช้ในการวัดความพึงพอใจจากการที่หน่วยงานตอบสนองต่อความต้องการทั้ง 5 ความต้องการเหล่านี้ ผู้วิจัยจึงบูรณาการจากการศึกษาของ Abraham Maslow ในปี ค.ศ. 1950 เป็นแนวคิดด้านความต้องการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ รายละเอียดดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 ประเด็นที่ใช้ประเมินความต้องการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับฐานของมาสโลว์และแนวคิดเชอร์ริงตัน (Cherrington, 1994)

ความต้องการ Abraham Maslow (1950)	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์การ Cherrington (1994)	ประเด็นที่ใช้ประเมินความต้องการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อหน่วยงาน
ความต้องการปัจจัยพื้นฐานหรือความต้องการทางกาย (physiological needs)	ค่าตอบแทน, สภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี, อาคารต่าง ๆ	การให้บริการของหน่วยงานช่วยให้ผู้ประกอบการนำบริการที่ได้รับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือการประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการของท่านได้จริง
ความต้องการความปลอดภัย (safety needs)	ที่ทำงานปลอดภัย, ผลกำไรของบริษัท, ความมั่นคงในหน้าที่การงาน	การให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่านเกิดผลลัพธ์นำไปสู่การลดต้นทุนการผลิต หรือมีรายรับรวมเพิ่มขึ้นจากเดิมก่อนรับบริการ
ความต้องการทางสังคม (social needs)	มีกลุ่มงานที่สนิทสนม, การนิเทศที่เป็นมิตร, สมาคมวิชาชีพ	หน่วยงานสามารถกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่มทางอุตสาหกรรม หรือการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมประเภทเดียวกันเพื่อให้เกิดการติดต่อ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อสถานประกอบการของท่านได้
ความต้องการการยกย่อง (esteem needs)	สังคมยอมรับ, ตำแหน่งระดับสูงในองค์การ, การติชมเกี่ยวกับงาน	หน่วยงานให้บริการพร้อมทั้งมีการติดตาม แนะนำ และกระตุ้นให้สถานประกอบการของท่านมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนนำไปสู่การเป็นสถานประกอบการที่มีการได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ความต้องการ Abraham Maslow (1950)	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์การ Cherrington (1994)	ประเด็นที่ใช้ประเมินความต้องการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อหน่วยงาน
ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self-actualization needs)	งานที่ท้าทาย, โอกาสที่จะได้แสดงความคิดสร้างสรรค์, ผลสำเร็จของงาน	หน่วยงานให้การสนับสนุนและเป็นผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง โดยทำให้สถานประกอบการของท่านเกิดการพัฒนาสร้างสรรค์สินค้า หรือนวัตกรรมใหม่ให้เกิดขึ้นเป็นจริง

ที่มา: Abraham Maslow, 1950 และ Cherrington, 1994 อ้างถึงในสมาน อัศวภูมิ, 2551

2.4 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคตะวันออก อันประกอบด้วย 9 จังหวัด คือ จังหวัดชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา จันทบุรี ตราด นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว และภาคกลาง (สมุทรปราการ) ให้มีสมรรถนะและขีดความสามารถในการประกอบการที่เป็นเลิศและมีความยั่งยืนสู่สากล โดยมีแนวทางการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนากลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ทั้งในภาคเกษตร การขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต รวมทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยอาคารศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ตั้งอยู่ที่ 67 ม.1 ถนนสุขุมวิท ต.เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000 (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2563)

สำหรับวิสาหกิจชุมชนเป็นหนึ่งในกลุ่มเป้าหมายที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญโดยนำทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาอัตลักษณ์ในพื้นที่มาเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งร่วมกับการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านต่าง ๆ อาทิ การพัฒนาทักษะการผลิต การบริหารจัดการ และการพัฒนาช่องทางการตลาด โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยกระดับศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้สามารถเติบโตสู่สากล พัฒนามิติเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง โดยสมาชิกของกลุ่มสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ รวมทั้งเชื่อมโยงกับการขยายช่องทางทางการตลาดและการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพสำหรับผู้ประกอบการต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การดำเนินโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้แผนปฏิบัติราชการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนสามารถลดต้นทุน เพิ่มยอดขาย เพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ รวมถึงสามารถช่วยสร้างรายได้ สร้างอาชีพ โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแก่ภาคอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันให้บรรลุเป้าหมายที่ให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน และประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

2.4.1 อำนาจหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีอำนาจหน้าที่ในเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบดังต่อไปนี้

1. เป็นหน่วยงานวิชาการในการเสนอความเห็น ข้อเสนอแนะ สำหรับการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมระดับภูมิภาค เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคให้เกิดการเชื่อมโยงเชิงยุทธศาสตร์ในกลุ่มจังหวัดและจังหวัดที่รับผิดชอบ

2. ดำเนินการเกี่ยวกับการผลักดันนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมในภูมิภาคไปสู่การปฏิบัติ

3. ศึกษา ค้นคว้า พัฒนาองค์ความรู้ รูปแบบ หลักสูตร ระบบ และเทคนิควิธีการในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ และบุคลากรภาคอุตสาหกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่

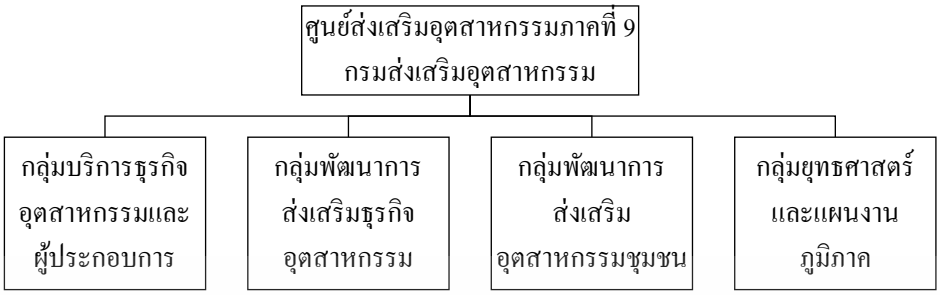
4. เป็นศูนย์กลางในการให้คำปรึกษาแนะนำการบริการข้อมูล การออกแบบและพัฒนาเทคโนโลยี บ่มเพาะธุรกิจและสร้างต้นแบบอุตสาหกรรมในระดับพื้นที่ที่เชื่อมโยงการดำเนินงานกับสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

5. ส่งเสริม สนับสนุน ให้บริการ และประสานการดำเนินงานตามนโยบาย แนวทาง และมาตรการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ

6. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2 โครงสร้างศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

โครงสร้างศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มงาน โดยมีรายละเอียดหน้าที่ความรับผิดชอบแต่ละกลุ่มงาน ดังนี้

1. กลุ่มบริการธุรกิจอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1) เป็นศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรม (Business Service Center) ในการให้บริการข้อมูลสารสนเทศ (Information) และข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้กับผู้ประกอบการพื้นที่

2) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network) ผู้ประกอบการ และบุคลากรในพื้นที่รับผิดชอบ ทั้งระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัด

3) ศึกษา วิเคราะห์ และวางกรอบแนวทางการพัฒนา เพื่อสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ทั้งผู้ประกอบการรายเดิมและรายใหม่ รวมทั้งบุคลากรภาคอุตสาหกรรม พร้อมจัดทำเป็นต้นแบบที่เหมาะสม

4) ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาให้เกิดการสร้างเครือข่ายการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม (Industrial Business Service Provider Network) โดยการบูรณาการหน่วยงานเครือข่าย

5) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

2. กลุ่มพัฒนาการส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรม มีหน้าที่ความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1) ศึกษา วิเคราะห์ และวางกรอบแนวทางการพัฒนา เพื่อสร้างขีดความสามารถการแข่งขัน การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ของธุรกิจอุตสาหกรรม พร้อมจัดทำเป็นต้นแบบ (Model) ที่เหมาะสมกับศักยภาพของจังหวัดและกลุ่มจังหวัด

2) ให้คำปรึกษาแนะนำและบริการข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแนวทางการพัฒนาเพื่อสร้างขีดความสามารถการแข่งขัน การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ของธุรกิจอุตสาหกรรมที่ได้จัดทำเป็นต้นแบบ (Model) แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมในพื้นที่รับผิดชอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) ให้คำปรึกษาแนะนำและบริการข้อมูลผ่านกระบวนการหรือเครื่องมือต่าง ๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เช่น ด้านการบริหารจัดการ ด้านเทคโนโลยีการผลิต ด้านคุณภาพมาตรฐาน ด้านการต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ ด้านการพัฒนานวัตกรรม ด้านการตลาด และช่องทางการลงทุน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

4) กำกับ ติดตาม ประสานงานการส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรมในพื้นที่รับผิด ชอบ

5) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

3. กลุ่มพัฒนาการส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรม มีหน้าที่ความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1) ศึกษา วิเคราะห์ และวางกรอบแนวทางการพัฒนา เพื่อสร้างขีดความสามารถของอุตสาหกรรมชุมชน พร้อมจัดทำเป็นต้นแบบที่เหมาะสมกับศักยภาพของจังหวัดและกลุ่มจังหวัด

2) ให้คำปรึกษาแนะนำและบริการข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแนวทางการพัฒนาเพื่อสร้างขีดความสามารถการแข่งขัน การสร้างมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมชุมชน

3) ให้บริการสินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมชุมชนและหัตถกรรมในภูมิภาค รวมทั้งการให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชุมชนในการขอรับบริการเงินทุนหมุนเวียนฯ

4) ให้คำปรึกษาแนะนำและบริการข้อมูลผ่านกระบวนการหรือเครื่องมือต่าง ๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

5) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

4. กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงานภูมิภาค มีหน้าที่ความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1) จัดทำยุทธศาสตร์และแผนงานการพัฒนาอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและอุตสาหกรรมชุมชนในระดับกลุ่มจังหวัดที่รับผิดชอบ โดยการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม สภาวะอุตสาหกรรม นโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ระดับกระทรวง กรม กลุ่มจังหวัดและจังหวัด

2) ประสานและร่วมจัดทำยุทธศาสตร์ และแผนงานการส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและอุตสาหกรรมชุมชนในระดับจังหวัดที่รับผิดชอบ

3) ประสาน เร่งรัด และติดตามประเมินผล พร้อมจัดทำรายงานการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมชุมชน พร้อมนำมาถ่ายทอดเผยแพร่แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย เพื่อการนำเสนอให้สอดคล้องกับภารกิจของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสอดรับกับตัวชี้วัดทั้งของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จังหวัด และกลุ่มจังหวัดที่รับผิดชอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) กำกับ พิจารณา ควบคุม ดูแลด้านอำนวยการจัดการงานต่าง ๆ เช่น งานธุรการ งานสารบรรณงานบุคคล งานจัดระบบ งานการเงินและบัญชี งานพัสดุ ให้เป็นไปตามระเบียบราชการอย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามหลักเกณฑ์และระเบียบที่กำหนด และสามารถตรวจสอบได้

5) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมายปฏิบัติงาน

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภวิชญ์ นพรัตน์ (2563) ศึกษาถึงปัจจัยนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการใช้บริการศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรม (Industry Transformation Center: ITC) เพื่อยกระดับศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการใช้บริการศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรม (ITC) โดยการวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีระเบียบวิธีวิจัยประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ (1) การทบทวนวรรณกรรม (2) การพัฒนาแนวคิดและโมเดลงานวิจัย (3) การพัฒนาเครื่องมือในการเก็บข้อมูล (4) การทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และ (5) การวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปผลการวิจัย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการ SME ที่เคยรับบริการ จำนวน 400 คน ทั้งนี้จากผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) ชี้ให้เห็นว่า องค์ประกอบของปัจจัยนวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย (1) รูปแบบศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรม (ITC concept) (2) ส่วนปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (client interface) และ (3) การส่งมอบบริการ (service delivery) ร่วมกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ SME ที่ร้อยละ 67 ทั้งนี้ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ SME ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ประกอบการ SME ที่ร้อยละ 33 ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์และกำหนดแนวทางการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการอย่างแท้จริง

เวทยา ใฝ่ใจดี และขวัญกมล ดอนขวา (2561) ได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา จากการใช้บริการภายนอกด้านการขนส่งสินค้า มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณภาพบริการจำแนกตามประเภทของธุรกิจ SMEs จากการใช้บริการภายนอกด้านการขนส่งสินค้า รวมถึงเพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้คุณภาพบริการภายนอกด้านการขนส่งสินค้าจากการใช้บริการของ SMEs และ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจรวมของ SMEs จากการใช้บริการภายนอกด้านการขนส่งสินค้า การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จากกลุ่มตัวอย่างคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนครราชสีมาใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน F-test และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณภาพบริการของธุรกิจ SMEs ภาคการผลิต ภาคการค้าส่งและภาคการค้าปลีก พบว่า ธุรกิจ SMEs ประเภทต่างๆ มีระดับการรับรู้คุณภาพการใช้บริการภายนอกด้านการขนส่งสินค้าไม่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมผู้ประกอบการ SMEs มีความคาดหวังค่อนข้างมาก และมีการรับรู้ค่อนข้างมาก นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจรวมของ SMEs จากการใช้บริการภายนอกด้านการขนส่งสินค้าพบว่า ปัจจัยความเป็นรูปธรรม มีผลต่อความพึงพอใจรวมของ SMEs ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนปัจจัยความน่าเชื่อถือ และการให้ความสำคัญ มีผลต่อความพึงพอใจรวมของ SMEs แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ยอมรับได้ และยังพบว่า ความผันแปรของปัจจัยความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ และการให้ความสำคัญเป็นสาเหตุให้ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ประกอบการ SMEs

ชัญญ์ชิชญา นันท์นารัตน์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิภาพการให้บริการของศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SME Support & Rescue Center) ของกระทรวงอุตสาหกรรม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SME Support & Rescue Center) ของกระทรวงอุตสาหกรรม และเพื่อให้ได้แนวทางการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SME Support & Rescue Center) ของกระทรวงอุตสาหกรรมที่เหมาะสม ทันสมัย และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างตรงจุด ผู้ศึกษาเลือกใช้การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร จำนวน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้รับบริการ จำนวน 333 คน ด้วยแบบสอบถาม และกลุ่มที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการให้บริการ จำนวน 5 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการมีระดับความเห็นต่อการให้บริการของศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SME Support & Rescue Center) ของกระทรวงอุตสาหกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อแยกเป็นรายด้านจำนวน 3 ด้าน พบว่า ในด้านกระบวนงาน/ขั้นตอนการให้บริการ ผู้รับบริการมีระดับความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของสำนักงานและสถานที่อยู่ในระดับมาก โดยตัวแปรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในสถานประกอบการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อระดับความเห็นของผู้รับบริการในทุกด้าน ขณะที่ตัวแปรลักษณะทางธุรกิจมีผลต่อระดับความเห็นในการให้บริการด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของสำนักงานและสถานที่ ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SME Support & Rescue Center) ของกระทรวงอุตสาหกรรมใน 3 ด้าน คือ (1) ด้านกระบวนงาน/ขั้นตอนการให้บริการ ควรพัฒนาประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของช่องทางการให้บริการที่มีอยู่ให้สามารถใช้ได้จริง พร้อมทั้งกำหนดขอบเขตการให้บริการของศูนย์ให้ชัดเจนและครอบคลุมทุกประเภทกิจการ ควรแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อในระดับจังหวัดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการประชาชนได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น (2) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ควรให้บริการด้วยความเห็นอกเห็นใจในความเดือดร้อนของผู้ประกอบการ ควรใช้ระบบพี่เลี้ยง (Big Brother) มาเป็นผู้ให้ความรู้หรือให้คำปรึกษาแนะนำ ส่วนในระดับจังหวัดควรมีการประสานงานกันอย่างต่อเนื่องเพื่อเชื่อมต่อการให้บริการภายในพื้นที่ให้เป็นระบบ และประสานการทำงานกับส่วนกลางได้อย่างครบวงจร และ (3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของสำนักงานและสถานที่ ควรจัดหาที่จอดรถบริเวณใกล้เคียงให้สามารถรองรับการใช้บริการของประชาชน

พานุดา สีบุนยา (2560) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อการบริการของหน่วยงานขั้นตอนการแจ้งภาษีด่านภาษีสากลวังเต่า แขวงจำปาสัก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อการบริการของหน่วยงานขั้นตอนการแจ้งภาษีด่านภาษีสากลวังเต่า แขวงจำปาสัก โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่มารับบริการหน่วยงาน ขั้นตอนการแจ้งภาษีด่านภาษีสากลวังเต่า แขวงจำปาสัก ในปี พ.ศ. 2560 ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าระดับมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 1.76 ถึง 6.573 และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ 0.91 แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อการบริการของหน่วยงาน ขั้นตอนการแจ้งภาษีด่านภาษีสากลวังเต่า แขวงจำปาสัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านความสะดวกของอาคารสถานที่ ด้านความเสมอภาคของการบริการ และด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อการบริการของหน่วยงานขั้นตอนการแจ้งภาษีด่านภาษีสากลวังเต่า แขวงจำปาสัก พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการบริการไม่แตกต่างกัน แต่ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อการบริการของหน่วยงาน ขั้นตอนการแจ้งภาษีด่านภาษีสากลวังเต่า แขวงจำปาสัก ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านความสะดวกของอาคารสถานที่ และด้านความเสมอภาคของการบริการ ส่วนด้านความรวดเร็วในการบริการมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แนวทางการพัฒนาความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อการบริการของหน่วยงาน ขั้นตอนการแจ้งภาษีด่านภาษีสากลวังเต่า แขวงจำปาสัก คือ เพิ่มเติมเครื่องมืออำนวยความสะดวก เช่น คอมพิวเตอร์ และปริ้นเตอร์ ควรเพิ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เจ้าหน้าที่ตรวจตราเอกสารเพื่อให้เกิดความรวดเร็วขึ้น อยากให้ลดขั้นตอนในการแจ้งภาษีลงเสนอให้มีการกดบัตรคิวด้วยเครื่องกดบัตรคิวอิเล็กทรอนิกส์ เจ้าหน้าที่ควรปฏิบัติงานตรงต่อเวลาอย่างเคร่งครัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย คือ ผู้ประกอบการที่ใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผลผ่านโปรแกรมทางสถิติ ซึ่งผู้วิจัยได้มีการกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการที่เคยใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งในที่นี้ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

3.1.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการที่ใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งยังไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงทำการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอแครน (Cochran) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าคลาดเคลื่อนอยู่ที่ ± 5%

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{d^2} \qquad (3.1)$$

โดยที่ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการ กำหนด P = 0.5

Z = ค่าความมั่นใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z เท่ากับ 1.96)

d = สัดส่วนความคลาดเคลื่อน กำหนด d = 0.05

แทนค่าในสมการที่ 3.1 จะได้

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$= \frac{0.5(0.5)(3.8416)}{0.0025}$$

$$= \frac{0.25(3.8416)}{0.0025}$$

$$= \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$= 384.16$$

เมื่อแทนค่าดังกล่าวจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างประมาณ 385 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ผล ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาขนาดของกลุ่มตัวอยู่จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยสำรวจจากการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์

3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้ใช้คำถามในการคัดกรอง (Screening Question) ว่าท่านเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ และท่านเคยใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมหรือไม่ รวมถึงผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Random) และใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการสุ่มแบบเจาะจง คือ ผู้ใช้บริการซึ่งเป็นสมาชิกในกลุ่ม LINE Official Account โดยคัดเลือกกลุ่มไลน์ LINE Official Account ที่มีจำนวนผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกในกลุ่มมากที่สุดตั้งแต่ 100 สมาชิก ถึง 1000 สมาชิกขึ้นไป เรียงลำดับ ดังนี้ 1. กลุ่ม คพอ. 2. กลุ่ม ITC 3. กลุ่ม NEC 4. กลุ่ม RISMEP 5. กลุ่ม Food truck 6. กลุ่ม SME IPC9 7. กลุ่มสร้างผู้ประกอบการมืออาชีพ และ 8. กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โดยต้องเป็นกลุ่มที่มีความเคลื่อนไหวอัพเดตข่าวสารอยู่สม่ำเสมอ โดยเรียงตามลำดับกลุ่มไลน์ LINE Official Account ดังตารางที่ 3.1

ผลจากการเจาะจงทำให้สามารถคัดเลือกได้จำนวน 9 กลุ่ม LINE Official Account โดยผู้วิจัยได้ทำการขออนุญาตหน่วยงานศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในการให้กลุ่มตัวอย่างที่อาสาสมัครตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งจะต้องผ่านคำถามคัดกรองในแบบสอบถาม เมื่อกลุ่มตัวอย่างที่อาสาสมัครอยู่ในกลุ่มเป้าหมายจึงสามารถตอบแบบสอบถามข้อต่อไปได้ โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่สุ่มในแต่ละกลุ่ม LINE Official Account

ลำดับที่	กลุ่ม LINE Official Account	จำนวนตัวอย่าง
1	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (คพอ.)	50
2	ITC Industry Transformation Center - ศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรม	50
3	การเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation: NEC)	50
4	RISMEP DIP & PIO (Regional Integrated SME Promotion Mechanism)	50
5	IPC9 Food truck	50
6	พัฒนาศักยภาพ SME IPC9	50
7	สร้างผู้ประกอบการมืออาชีพ ศภ.9 กสอ.	50
8	ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ศภ.9 กสอ.	50
	รวม	400

จำนวนตัวอย่างที่สุ่มในแต่ละกลุ่ม LINE Official Account ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มแบบวิธีการคัดเลือกแบบตามสะดวก (Convenience Selection) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากกลุ่มของ LINE Official Account จำนวน 50 ผู้ประกอบการ อีกทั้งเป็นผู้ที่มีความสนใจและเต็มใจให้ข้อมูลเพื่อการศึกษาครั้งนี้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คำถามจะเป็นคำถามแบบปิดที่กำหนดคำตอบให้ผู้ตอบเลือกตอบ โดยผู้วิจัยได้ทำการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคัดกรองและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ

แบบสอบถามคัดกรอง: เป็นคำถามคัดกรองถึงการเป็นผู้ประกอบการและเคยใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือไม่ โดยเป็นคำตอบแบบมีตัวเลือก (Multiple Choices) นั่นคือ ใช่ และไม่ใช่ เพื่อเป็นการคัดกรองก่อนการทำแบบสอบถามนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ: คำถามเกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยมีคำตอบแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choices) ซึ่งเลือกตอบได้เพียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1 ข้อ คำถามประกอบด้วย รูปแบบการจัดตั้งกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ระดับการดำเนินงาน จำนวนการจ้างงาน และจำนวนปีในการดำเนินงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม แบ่งออกตาม 5 มิติของคุณภาพการบริการ คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) แบ่งระดับความเห็นเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังตาราง 3.2

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจคุณภาพของผู้ประกอบการ ได้กำหนดประเด็นที่ใช้ประเมินความต้องการ โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีของมาสโลว์และแนวคิดเชอร์ริงตัน (Cherrington, 1994) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ 5 ประเด็นตามความต้องการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) แบ่งระดับความเห็นเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังตาราง 3.3 สำหรับประเด็นตามความต้องการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ดังนี้

1. ความต้องการปัจจัยพื้นฐานหรือความต้องการทางกาย (Physiological Needs) ประเด็นที่ใช้ประเมินคือ การให้บริการของหน่วยงานช่วยให้ผู้ประกอบการนำบริการที่ได้รับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือการประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการของท่านได้จริง

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ประเด็นที่ใช้ประเมินคือ การให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่าน เกิดผลลัพธ์ในทิศทางที่ดี เช่น การลดต้นทุนการผลิต การมีรายรับรวมเพิ่มขึ้น

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) ประเด็นที่ใช้ประเมินคือ หน่วยงานสามารถกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่ม หรือสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการได้

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ประเด็นที่ใช้ประเมินคือ หน่วยงานได้ให้บริการที่ดีมีการติดตามผลลัพธ์อย่างใกล้ชิด ทำให้สถานประกอบการมีการพัฒนาสู่ทิศทางที่ดีขึ้น

5. ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-Actualization Needs) ประเด็นที่ใช้ประเมินคือ การให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่าน เกิดการพัฒนาสร้างสรรค์สินค้า นวัตกรรมใหม่ได้ และหน่วยงานช่วยเหลือผู้ประกอบการได้เป็นรูปธรรม เช่น การพาผู้ประกอบการออกงานนิทรรศการต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การให้คะแนนและตัวเลือกตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ	คะแนนของตัวเลือก
เห็นด้วยมากที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 5
เห็นด้วยมาก	กำหนดให้เท่ากับ 4
เห็นด้วยปานกลาง	กำหนดให้เท่ากับ 3
เห็นด้วยน้อย	กำหนดให้เท่ากับ 2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 1

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้สูตรการหาความกว้างของชั้น (บุณยาพร วุฒิธรรมคุณ, 2560) รายละเอียดดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \quad (3.2)$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

สามารถแปลความหมายของการวัดความความคิดเห็น ดังนี้

4.21 - 5.00 คะแนน	คือ	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.41 - 4.20 คะแนน	คือ	ระดับความคิดเห็นมาก
2.61 - 3.40 คะแนน	คือ	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
1.81 - 2.60 คะแนน	คือ	ระดับความคิดเห็นน้อย
1.00 - 1.80 คะแนน	คือ	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตารางที่ 3.3 เกณฑ์การให้คะแนน และตัวเลือกตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	คะแนนของตัวเลือก
ความพึงพอใจมากที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 5
ความพึงพอใจมาก	กำหนดให้เท่ากับ 4
ความพึงพอใจปานกลาง	กำหนดให้เท่ากับ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	คะแนนของตัวเลือก
ความพึงพอใจน้อย	กำหนดให้เท่ากับ 2
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 1

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้สูตรการหาความกว้างของชั้น (บุณยาพร วุฒิธรรมคุณ, 2560) รายละเอียดดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \quad (3.2)$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

สามารถแปลความหมายของการวัดความความคิดเห็น ดังนี้

4.21 - 5.00 คะแนน คือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

3.41 - 4.20 คะแนน คือ ระดับความพึงพอใจมาก

2.61 - 3.40 คะแนน คือ ระดับความพึงพอใจปานกลาง

1.81 - 2.60 คะแนน คือ ระดับความพึงพอใจน้อย

1.00 - 1.80 คะแนน คือ ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดสอบ (Tryout) โดยการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด แล้วนำไปหาค่าโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k - 1}\left(1 - \frac{\Sigma S_t^2}{S_t^2}\right) \quad (3.3)$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่น

k แทน จำนวนข้อของเครื่องมือ

ΣS_t^2 แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่อยู่ในเกณฑ์ ค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ คือค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ซึ่งในแบบสอบถามจะต้องได้ค่าแอลฟา (α) ไม่ต่ำกว่า 0.70 จึงจะถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น
คุณภาพการบริการ (Service Quality)	
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	0.822
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability)	0.802
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive)	0.798
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	0.726
5. การเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy)	0.855
ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	
ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ	0.915
รวมทั้งฉบับ	0.947

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 ส่วน คือ

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บข้อมูลตามความต้องการ ซึ่งผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทางออนไลน์ด้วย Google Forms ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 ผ่านกลุ่มตัวอย่างจาก LINE Official Account คือ กลุ่มโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (คพอ.) กลุ่ม ITC Industry Transformation Center - ศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรม กลุ่มการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation : NEC) กลุ่ม RISMEP DIP & PIO (Regional Integrated SME Promotion Mechanism) กลุ่ม IPC9 Foodtruck กลุ่มพัฒนาศักยภาพ SME IPC9 กลุ่มสร้างผู้ประกอบการมืออาชีพ ศภ.9 กสอ. และกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ศภ.9 กสอ.

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมงานวิจัย บทความ วารสาร หนังสือ สถิติใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐ และเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบของเนื้อหา

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบกลับเรียบร้อยแล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำมาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ และนำมาตรวจการให้คะแนนและนำผลคะแนนที่ได้มาประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยข้อมูลที่ได้นั้นนำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ เพื่อศึกษาความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ว่าตัวเปรใดเป็นตัวแปรสำคัญ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์และจำนวนของแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์และแปรผลโดยการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งออกเป็นตามส่วนของแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการและได้นำข้อมูลที่ได้มาหาความถี่และค่าร้อยละของตัวแปร

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ ว่าส่วนใดมีผลต่อผู้ประกอบการในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การทดสอบสมมติฐาน สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ประกอบด้วย รูปแบบการจัดตั้งกิจการ ประเภทของกิจการธุรกิจ สาขาอุตสาหกรรม ระดับการดำเนินงาน จำนวนการจ้างงาน และจำนวนปีในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.5 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.1 : ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.2 : ผู้ประกอบการที่มีประเภทอุตสาหกรรมแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.3 : ผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.4 : ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.5 : ผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ	Multiple Regression Analysis

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้แก่ ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, ค่าแจกแจงความถี่, One-Way ANOVA และ Multiple Regression Analysis

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตรดังนี้

$$P = \frac{f \times 100}{N} \tag{3.4}$$

โดยที่ P คือ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

f คือ จำนวนของข้อมูลแต่ละข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ

N คือ จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

2. การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรดังนี้

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} \tag{3.5}$$

โดยที่ $\bar{x}$ คือ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

x_i คือ ค่าสังเกตของหน่วยสังเกตแต่ละหน่วยสังเกต (ข้อมูลแต่ละชุด)

$\sum x_i$ คือ ผลรวมของค่าข้อมูลทั้งหมด

n คือ จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

3. การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ใช้สูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum(x_i - \bar{x})^2}{(n - 1)}} \tag{3.6}$$

โดยที่ S.D. คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{x}$ คือ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

x_i คือ ค่าสังเกตของหน่วยสังเกตแต่ละหน่วยสังเกต (ข้อมูลแต่ละชุด)

n คือ จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

4. ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ผู้วิจัยสามารถหาค่าแจกแจงความถี่ได้จากจำนวนค่าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่สัมพันธ์กันให้เป็นกลุ่มเดียวกัน ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. One-Way Analysis of Variance - ANOVA

สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (Mean) ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป

รูปแบบของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance model)

$$X_{ij} = \mu + \alpha_j + \varepsilon_{ij} \tag{3.7}$$

โดยที่ X_{ij} คือ ค่าของข้อมูลตัวที่ i ในกลุ่มที่ j

μ คือ ค่าเฉลี่ยทั้งหมด (Grand mean) ซึ่งเป็นค่าคงที่

α_j คือ ผลกระทบที่เกิดจากตัวแปรอิสระ (Treatment-effect)

ε_{ij} คือ ความคลาดเคลื่อนหรือความแตกต่างระหว่างบุคคลคนที่ i ในกลุ่มที่ j

สมมติฐานทางสถิติ One-way analysis of variance – ANOVA เป็นดังนี้

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 \ldots = \mu_k$ (เมื่อ k คือ จำนวนกลุ่ม)

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3 \ldots \neq \mu_k$

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}, df_1 = k - 1, df_2 = n - k \tag{3.8}$$

โดยที่ F คือ ค่าสถิติในการแจกแจงแบบเอฟ (F-Distribution)

MS_B คือ ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w คือ ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

จากนั้นนำค่าที่คำนวณได้ใส่ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

ตารางที่ 3.6 ตารางค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

Source of variation	Degree of freedom (Df)	Sum of square (SS)	Mean square (MS)	F
Between groups	k - 1	$SSB = \sum_{j=1}^{k} \left(\frac{T_j^2}{n_j}\right) - \frac{T^2}{n}$	$MS_B = \frac{SS_B}{k - 1}$	$F = \frac{MS_B}{MS_W}$
Within group	n - k	$SS_w = SS_T - SS_B$	$MS_W = \frac{SS_W}{n - k}$	
Total	n - 1	$SST = \sum_{j=1}^{k}\sum_{i=1}^{nj} X_{ij}^2 - \frac{T^2}{N}$		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยที่ $\sum_{j=1}^{k}\sum_{i=1}^{nj} X_{ij}^2$ คือ ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสองทุก ๆ ค่าในทุกกลุ่มตัวอย่าง

T คือ ผลรวมคะแนนทั้งหมด

T_j คือ ผลรวมคะแนนทุกตัวในกลุ่มตัวอย่างที่ j

n คือ จำนวนคะแนนทั้งหมด

n_j คือ จำนวนคะแนนในกลุ่มที่ j

k คือ จำนวนกลุ่ม

n คือ จำนวนคะแนนทั้งหมด

2. Multiple Regression Analysis

เป็นการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) จำนวน 1 ตัว กับตัวแปรอิสระ (X) ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป เป็นเทคนิคทางสถิติที่อาศัยความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงในรูป (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2553)

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \ldots + e \qquad (3.9)$$

โดยที่ Y คือ ตัวแปรตาม

X คือ ตัวแปรต้น

b คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (regression coefficient)

โดยการตั้งสมมติฐาน ดังนี้

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \ldots = \beta_k = 0$$

$$H_A : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \ldots \neq \beta_k \neq 0$$

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยกับตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 95%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ซึ่งทางผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการที่เคยเข้ารับบริการ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 คุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

4.2 คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

4.3 ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

เพื่อความเข้าใจในการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\overline{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณามีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ F (F-distribution)
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลโดยรวมกำลังสอง (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมกำลังสอง (Mean Square)
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significances)
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 คุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ ผู้ประกอบการที่เคยเข้ารับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำนวน 400 คน มีคุณลักษณะธุรกิจของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย รูปแบบการจัดตั้งกิจการ ประเภทของกิจการธุรกิจ สาขาอุตสาหกรรม ระดับการดำเนินงาน จำนวนการจ้างงาน และรายได้รวมต่อปี โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นจำนวนและร้อยละ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปแบบการจัดตั้งกิจการ		
รูปแบบนิติบุคคล	172	43.00
รูปแบบบุคคลธรรมดา	155	38.75
รูปแบบการจัดตั้งกิจการอื่น ๆ ตาม พรบ. กำหนด (อาทิ สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน มูลนิธิ โรงแรม)	73	18.25
รวม	400	100.00
ประเภทอุตสาหกรรม		
อุตสาหกรรมการผลิตและแปรรูป	244	61.00
อุตสาหกรรมการบริการ	111	27.80
อุตสาหกรรมค้าส่งและค้าปลีก	45	11.20
รวม	400	100.00
ระดับการดำเนินงาน		
ธุรกิจขนาดย่อม	245	61.25
วิสาหกิจชุมชน	93	23.25
ธุรกิจขนาดกลาง	62	15.50
รวม	400	100.00
จำนวนการจ้างงาน		
1 - 5 คน	213	53.25
6 - 30 คน	106	26.50
31 - 50 คน	30	7.50
มากกว่า 51 คน	51	12.75
รวม	400	100.00
จำนวนปีในการดำเนินงาน		
เริ่มต้นดำเนินงาน - 1 ปี	50	12.50
ตั้งแต่ 1 ปี - 3 ปี	86	21.50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

คุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนปีในการดำเนินงาน		
ตั้งแต่ 3 ปี - 5 ปี	55	13.75
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	209	52.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีข้อมูลทั่วไปดังนี้

รูปแบบการจัดตั้งกิจการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการจัดตั้งแบบนิติบุคคล โดยมีจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาคือรูปแบบบุคคลธรรมดา จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 และรูปแบบการจัดตั้งกิจการอื่น ๆ ตามกฎระเบียบและ พรบ. กำหนด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 (โดยเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 83.56 ผู้ประกอบการสหกรณ์ชุมชน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.58 ผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.84) ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินกิจการประเภทอุตสาหกรรมการผลิตและแปรรูป จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาคือประเภทอุตสาหกรรมการบริการ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 และผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการประเภทอุตสาหกรรมค้าส่งและค้าปลีก จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 ตามลำดับ

ระดับการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการดำเนินงานธุรกิจขนาดย่อม จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมา คือ วิสาหกิจชุมชน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 และธุรกิจขนาดกลาง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ

จำนวนการจ้างงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนการจ้างงานอยู่ในช่วง 1 - 5 คน จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมา คือ 6 - 30 คน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 จำนวนการจ้างงานมากกว่า 51 คน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 และน้อยที่สุดอยู่ในช่วง จำนวน 31 - 50 คน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

จำนวนปีในการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดำเนินงานอยู่ในช่วงมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมา คือ ตั้งแต่ 1 ปี - 3 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 อยู่ในช่วงตั้งแต่ 3 ปี - 5 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และจำนวนปีในการดำเนินงานในช่วงเริ่มต้นดำเนินงาน - 1 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ข้อมูลคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม โดยคุณภาพการบริการ (Service Quality) ทั้งหมด 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) นำเสนอผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ดังตารางที่ 4.2 ถึงตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการในภาพรวม

คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	4.34	0.58	มากที่สุด	5
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability)	4.45	0.56	มากที่สุด	2
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive)	4.35	0.67	มากที่สุด	4
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	4.60	0.53	มากที่สุด	1
ด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy)	4.41	0.59	มากที่สุด	3
เฉลี่ยรวม	4.43	0.58	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ จะเห็นได้ว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) มีผลต่อคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60) รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45) ด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) มีผลต่อคุณภาพการบริการน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาเฉลี่ยรวมระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการซึ่งตอบแบบสอบถาม พบว่า คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21 - 5.00) อีกทั้งมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 0.58 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.53 - 0.67)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	n = 400		ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
1. หน่วยงานมีสถานที่ให้บริการเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีความสะอาด	4.48	0.61	มากที่สุด	1
2. หน่วยงานมีอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการบริการที่ครบถ้วน	4.27	0.69	มากที่สุด	3
3. หน่วยงานมีป้ายหรือบอร์ดแสดงข้อมูลพื้นฐานและขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน	4.26	0.74	มากที่สุด	4
4. หน่วยงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น น้ำดื่ม ที่จอดรถ ห้องสุขา อินเตอร์เน็ต เป็นต้น	4.35	0.64	มากที่สุด	2
เฉลี่ยรวม	4.34	0.67	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.34 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21 - 5.00) อีกทั้งมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 0.67 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.61 - 0.74) โดยระดับความคิดเห็นมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ หน่วยงานมีสถานที่ให้บริการเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความสะอาด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.48 (S.D. = 0.61) รองลงมา ได้แก่ หน่วยงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น น้ำดื่ม ที่จอดรถ ห้องสุขา อินเตอร์เน็ต เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.35 (S.D. = 0.64) ในส่วนของหน่วยงานมีอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการบริการที่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 4.27 (S.D. = 0.69) และหน่วยงานมีป้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือบอร์ดแสดงข้อมูลพื้นฐานและขั้นตอนการให้ บริการที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.26 (S.D. = 0.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability)

คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	n = 400		ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ ที่
	$\overline{X}$	S.D.		
1. หน่วยงานให้ข้อมูล คำแนะนำ ที่ถูกต้องตามกฎระเบียบ ข้อบังคับเกี่ยวกับอุตสาหกรรม และเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด	4.47	0.61	มากที่สุด	2
2. หน่วยงานให้บริการตรงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้	4.45	0.64	มากที่สุด	3
3. กรณีที่เกิดข้อผิดพลาดขึ้นในการให้บริการหน่วยงานสามารถแก้ไขปัญหาทันที เพื่อให้ดำเนินตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ได้อย่างต่อเนื่อง	4.38	0.66	มากที่สุด	4
4. หน่วยงานมีการเก็บรักษาความลับข้อมูลของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี	4.49	0.63	มากที่สุด	1
เฉลี่ยรวม	4.45	0.64	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.45 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21 - 5.00) และมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 0.64 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.61 - 0.66) โดยระดับความคิดเห็นมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ หน่วยงานมีการเก็บรักษาความลับข้อมูลของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.49 (S.D. = 0.63) รองลงมา ได้แก่ หน่วยงานให้ข้อมูล คำแนะนำ ที่ถูกต้องตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับเกี่ยวกับอุตสาหกรรม และเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด มีค่าเฉลี่ย 4.47 (S.D. = 0.61) หน่วยงานให้บริการตรงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ย 4.45 (S.D. = 0.64) และกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดขึ้นในการให้บริการหน่วยงานสามารถแก้ไขปัญหาทันที เพื่อให้ดำเนินตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ได้อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.38 (S.D. = 0.66) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive)

คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	n = 400		ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
1. หน่วยงานมีการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการแม้กรณีเร่งด่วนได้เป็นอย่างดี	4.32	0.75	มากที่สุด	3
2. ผู้รับบริการสามารถติดต่อกับหน่วยงานได้ตลอดเวลา แม้นอกเวลาราชการด้วยความเต็มใจ	4.36	0.76	มากที่สุด	2
3. หน่วยงานปรับการบริการตามความต้องการการช่วยเหลือของผู้ประกอบการ	4.37	0.69	มากที่สุด	1
เฉลี่ยรวม	4.35	0.73	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.35 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21 - 5.00) และมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 0.73 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.69 - 0.76) โดยระดับความคิดเห็นมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ หน่วยงานปรับการบริการตามความต้องการการช่วยเหลือของผู้ประกอบการ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.37 (S.D. = 0.69) รองลงมาได้แก่ ผู้รับบริการสามารถติดต่อกับหน่วยงานได้ตลอดเวลา แม้นอกเวลาราชการด้วยความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ย 4.36 (S.D. = 0.76) และหน่วยงานมีการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการแม้กรณีเร่งด่วนได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.32 (S.D. = 0.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)

คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	n = 400		ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
1. หน่วยงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เรียกเก็บเงิน ไม่รับสินบนจากผู้มาใช้บริการ	4.69	0.55	มากที่สุด	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	n = 400		ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
2. กระบวนการบริการของหน่วยงานมีมาตรฐาน	4.60	0.60	มากที่สุด	2
3. เจ้าหน้าของหน่วยงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ ทำให้ท่านเชื่อมั่นในบริการที่ท่านได้รับว่าเป็นบริการที่ดีที่สุด	4.50	0.67	มากที่สุด	3
เฉลี่ยรวม	4.60	0.61	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.60 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21 - 5.00) และมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 0.61 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.55 - 0.67) โดยระดับความคิดเห็นมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ หน่วยงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เรียกเก็บเงิน ไม่รับสินบนจากผู้มาใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.69 (S.D. = 0.55) รองลงมา ได้แก่ กระบวนการบริการของหน่วยงานมีมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.60 (S.D. = 0.60) และเจ้าหน้าของหน่วยงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ ทำให้ท่านเชื่อมั่นในบริการที่ท่านได้รับว่าเป็นบริการที่ดีที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 (S.D. = 0.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการในด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy)

คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	n = 400		ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
1. หน่วยงานมีการบันทึกข้อมูลของผู้รับบริการและสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และเป็นพื้นฐานสำหรับการรับบริการในครั้งถัดไป	4.43	0.65	มากที่สุด	2
2. หน่วยงานมีการสำรวจความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นระยะ เพื่อนำมาพัฒนาโครงการต่าง ๆ สำหรับการให้บริการที่ตอบสนองได้ดียิ่งขึ้นต่อไป	4.44	0.64	มากที่สุด	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	n = 400		ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
3. หน่วยงานมีช่องทางสามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับให้ผู้มารับบริการเสนอความคิดเห็น หรือร้องทุกข์ได้	4.40	0.67	มากที่สุด	4
4. บุคลากรของหน่วยงานสามารถจดจำรายละเอียดผู้รับบริการได้ เช่น ความต้องการของผู้ประกอบการครั้งสุดท้ายที่เข้ารับบริการ เป็นต้น	4.39	0.69	มากที่สุด	5
5. หน่วยงานมีความห่วงใยผู้ประกอบการและติดตามการดำเนินการของธุรกิจทุกระยะ	4.41	0.69	มากที่สุด	3
เฉลี่ยรวม	4.41	0.67	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.41 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21 - 5.00) และมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 0.67 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.64 - 0.69) โดยระดับความคิดเห็นมากที่สุดลำดับแรก คือ หน่วยงานมีการสำรวจความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นระยะ เพื่อนำมาพัฒนาโครงการ สำหรับการให้บริการที่ตอบสนองได้ดียิ่งขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.44 (S.D. = 0.64) รองลงมา ได้แก่ หน่วยงานมีการบันทึกข้อมูลของผู้รับบริการและสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เป็นพื้นฐานสำหรับการรับบริการในครั้งถัดไป มีค่าเฉลี่ย 4.43 (S.D. = 0.65) ในส่วนของหน่วยงานมีความห่วงใยผู้ประกอบการและติดตามการดำเนินการของธุรกิจทุกระยะ มีค่าเฉลี่ย 4.41 (S.D. = 0.69) หน่วยงานมีช่องทางสามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับให้ผู้มารับบริการเสนอความคิดเห็น ร้องทุกข์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.40 (S.D. = 0.67) และบุคลากรของหน่วยงานสามารถจดจำรายละเอียดผู้รับบริการได้ มีค่าเฉลี่ย 4.39 (S.D. = 0.69) ตามลำดับ

4.3 ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

ข้อมูลความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ได้กำหนดประเด็นที่ใช้ประเมินความต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ 5 ประเด็น โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีของมาสโลว์และแนวคิดเชอร์ริงตัน (Cherrington, 1994) ดังนี้

1. การให้บริการของหน่วยงานช่วยให้ผู้ประกอบการนำบริการที่ได้รับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือการประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการของท่านได้จริง

2. การให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่าน เกิดผลลัพธ์ในทิศทางที่ดี เช่น การลดต้นทุนการผลิต การมีรายรับรวมเพิ่มขึ้น

3. หน่วยงานสามารถกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่ม หรือสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการได้

4. หน่วยงานได้ให้บริการที่ดี มีการติดตามผลลัพธ์อย่างใกล้ชิด ทำให้สถานประกอบการมีการพัฒนาสู่ทิศทางที่ดีขึ้น

5. การให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่าน เกิดการพัฒนาสร้างสรรค์สินค้า นวัตกรรมใหม่ได้ และหน่วยงานช่วยเหลือผู้ประกอบการได้เป็นรูปธรรม เช่น การพาผู้ประกอบการออกงานนิทรรศการต่าง ๆ

โดยเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้ประกอบการจากค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นั้น ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจและลำดับที่ของความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	n = 400		ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
	$\overline{X}$	S.D.		
1. การให้บริการของหน่วยงานช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำประโยชน์ที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการได้จริง	4.45	0.64	มากที่สุด	1
2. การให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่าน เกิดผลลัพธ์ในทิศทางที่ดี เช่น การลดต้นทุนการผลิต การมีรายรับรวมเพิ่มขึ้น	4.43	0.65	มากที่สุด	2
3. การให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่าน เกิดการพัฒนาสร้างสรรค์สินค้า นวัตกรรมใหม่ได้	4.43	0.68	มากที่สุด	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	n = 400		ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
	$\overline{X}$	S.D.		
4. หน่วยงานสามารถกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่ม หรือสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการได้	4.37	0.71	มากที่สุด	5
5. หน่วยงานได้ให้บริการที่ดี มีการติดตามผลลัพธ์อย่างใกล้ชิด ทำให้สถานประกอบการมีการพัฒนาสู่ทิศทางที่ดีขึ้น	4.39	0.68	มากที่สุด	4
6. หน่วยงานช่วยเหลือผู้ประกอบการได้เป็นรูปธรรม เช่น การพาผู้ประกอบการออกงานนิทรรศการต่าง ๆ	4.31	0.74	มากที่สุด	6
เฉลี่ยรวม	4.40	0.68	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด จะเห็นได้ว่าประเด็นความพึงพอใจในเรื่องการให้บริการของหน่วยงานช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำประโยชน์ที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการได้จริง มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45) รองลงมาคือการให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่านเกิดผลลัพธ์ในทิศทางที่ดี เช่น การลดต้นทุนการผลิต การมีรายรับรวมเพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43) การให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่าน เกิดการพัฒนาสร้างสรรค์สินค้า นวัตกรรมใหม่ได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43) หน่วยงานได้ให้บริการที่ดี มีการติดตามผลลัพธ์อย่างใกล้ชิด ทำให้สถานประกอบการมีการพัฒนาสู่ทิศทางที่ดีขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39) หน่วยงานสามารถกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่ม หรือสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37) และหน่วยงานช่วยเหลือผู้ประกอบการได้เป็นรูปธรรม เช่น การพาผู้ประกอบการออกงานนิทรรศการต่าง ๆ มีผลต่อความพึงพอใจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเฉลี่ยรวมระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการซึ่งตอบแบบสอบถาม พบว่า ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.40 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21 - 5.00) และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 0.68 (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.64 - 0.74)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยข้อมูลคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 : ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งกิจการ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.29	2	1.15	3.190	0.042*
ภายในกลุ่ม	142.87	397	0.36		
รวม	145.17	399			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งกิจการ โดยใช้สถิติทดสอบแบบ One-way ANOVA พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.04 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (Sig. < 0.05) จึงยอมรับ H_1 หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เนื่องจากต้องการทราบว่าคู่ใดที่แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) ดังตารางที่ 4.10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งกิจการ ด้วยวิธี Least Significant Different (LSD)

รูปแบบการจัดตั้งกิจการ	นิติบุคคล	บุคคลธรรมดา	รูปแบบการจัดตั้งกิจการอื่น ๆ
	n = 172 $\bar{x}$ = 4.32	n = 155 $\bar{x}$ = 4.43	n = 73 $\bar{x}$ = 4.51
นิติบุคคล	-	0.083	0.019*
บุคคลธรรมดา	-	-	0.338
รูปแบบการจัดตั้งกิจการอื่น ๆ (อาทิเช่น สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน มูลนิธิ เป็นต้น)	-	-	-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งกิจการ พบว่า มีผลการประเมินเฉลี่ยแตกต่างกันจำนวน 1 คู่ นั่นคือ

ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแบบนิติบุคคลมีความพึงพอใจในการรับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่แตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการรูปแบบอื่น ๆ ในที่นี้หมายรวมถึง รูปแบบการจัดตั้งสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน มูลนิธิ หรือตามที่พระราชบัญญัติกำหนดเป็นการเฉพาะ โดยมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ประกอบการที่มีการจัดตั้งกิจการรูปแบบการจัดตั้งกิจการอื่น ๆ ตามกำหนดของหน่วยงานราชการอื่นนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ซึ่งมากกว่าผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแบบนิติบุคคล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

เมื่อพิจารณาถึงระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการอื่น ๆ ที่มีการจดทะเบียนตามกำหนดของหน่วยงานราชการอื่น มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามอยู่ที่ 4.51 รองลงมาคือ บุคคลธรรมดา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และรูปแบบนิติบุคคลมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 4.32 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.2 : ผู้ประกอบการที่มีประเภทอุตสาหกรรมแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ประกอบการที่มีประเภทอุตสาหกรรมแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_1 : ผู้ประกอบการที่มีประเภทอุตสาหกรรมแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.201	2	0.60	1.655	0.192
ภายในกลุ่ม	143.96	397	0.36		
รวม	145.17	399			

จากตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม โดยใช้สถิติทดสอบแบบ One-way ANOVA พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.192 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (Sig. > 0.05) จึงยอมรับ H0 หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีประเภทอุตสาหกรรมแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 : ผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามระดับการดำเนินงาน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.52	2	0.26	0.715	0.490
ภายในกลุ่ม	144.65	397	0.36		
รวม	145.17	399			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามระดับการดำเนินงาน โดยใช้สถิติทดสอบแบบ One-way ANOVA พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.490 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (Sig. > 0.05) จึงยอมรับ H_0 หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 : ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามจำนวนการจ้างงาน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.71	3	0.90	2.514	0.058
ภายในกลุ่ม	142.45	396	0.36		
รวม	145.17	399			

จากตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามจำนวนการจ้างงาน โดยใช้สถิติทดสอบแบบ One-way ANOVA พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.058 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (Sig. > 0.05) จึงยอมรับ H_0 หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 : ผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามจำนวนปีในการดำเนินงาน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.46	3	0.152	0.415	0.742
ภายในกลุ่ม	144.71	396	0.365		
รวม	145.17	399			

จากตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่รับบริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามจำนวนปีในการดำเนินงาน โดยใช้สถิติทดสอบแบบ One-way ANOVA พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.742 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (Sig. > 0.05) จึงยอมรับ H_0 หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

H_0 : ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการไม่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

H_1 : ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการมีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression (การถดถอย)	99.78	5	19.957	173.256	0.000**
Residual (ความคลาดเคลื่อน)	45.38	394	0.115		
รวม	145.17	399			

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรต้น นั่นคือ ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ ซึ่งประกอบด้วยความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม นั่นคือ ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ เนื่องจากพบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (Sig. < 0.05) จึงยอมรับ H_1 หมายถึง ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการมีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปรต้น (คุณภาพของการบริการ)	β (Beta)	Std Error	T	Sig
(Constant)		0.155	1.959	0.051
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	0.061	0.053	1.214	0.225
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ(Reliability)	0.071	0.065	1.192	0.234
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive)	0.095	0.048	1.774	0.077
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	0.149	0.061	2.768	0.006**
ด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy)	0.520	0.055	9.584	0.000**

Multiple R = 0.829a R Square = 0.687 Adjusted R Square = 0.683 Std. Error = 0.339

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) ในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) (Sig. = 0.006) และด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) (Sig. = 0.000) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) (Sig. = 0.225) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) (Sig. = 0.234) และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) (Sig. = 0.077) ซึ่งทั้ง 3 ด้านนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณภาพของการบริการ (Service Quality) ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์นี้ เมื่อจำแนกคุณภาพของการบริการในด้านที่มีอำนาจในการพยากรณ์ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการได้ดีที่สุด คือ ด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.520 โดยมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.149 โดยมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ มีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ±0.155 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

Y (ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ) = 0.155 + 0.520 (ด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy)) + 0.149 (ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance))

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า หากด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ จะเพิ่มขึ้น 0.520 หน่วย หากด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการจะเพิ่มขึ้น 0.149 หน่วย

ผลการวิเคราะห์มีค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.829 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.687 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.683 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการตัดสินใจ (Standard Error) เท่ากับ 0.339

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ

2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพของการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

โดยมีระยะเวลาในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2565 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการที่เคยใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำนวน 400 คน แล้วใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ One-way ANOVA และ Multiple Regression จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการวิจัยโดยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์คุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามด้วยสถิติพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งแบบนิติบุคคล ซึ่งส่วนมากเป็นอุตสาหกรรมการผลิตและแปรรูปสินค้า ซึ่งดำเนินการในระดับธุรกิจขนาดย่อม โดยส่วนใหญ่มีจำนวนการจ้างงานในสถานประกอบการอยู่ระหว่าง 1 - 5 คน และมีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 5 ปีขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

จากการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ซึ่งตอบแบบสอบถามในส่วนของสถิติพรรณนา อันประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ โดยคุณภาพการบริการในที่นี้มีจำนวนทั้งหมด 5 ด้าน พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดต่อคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน อันได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy)

โดยเมื่อวิเคราะห์คุณภาพการบริการจากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการนั้น ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในทุกด้านดังที่กล่าวข้างต้น ซึ่งเมื่อทำการเรียงลำดับด้านที่ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีผลต่อคุณภาพการบริการมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตามลำดับ ซึ่งระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการในแต่ละด้านนั้นสามารถเรียงลำดับระดับความคิดเห็นพร้อมทั้งจำแนกรายละเอียด ดังนี้

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) ในด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าซึ่งในที่นี้คือผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด นั่นคือการที่หน่วยงานได้ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เรียกเก็บเงินหรือไม่รับสินบนจากผู้ประกอบการที่มาใช้บริการทุกบริการภายในหน่วยงาน โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการมากที่สุดในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 รองลงมาคือการที่หน่วยงานมีกระบวนการบริการที่มีมาตรฐาน อาทิเช่น ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 มีการดำเนินงานตามหลักการ SPrING (Standard, Productivity, Innovation, Network, Global) และ New Model Business เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการให้ครบทุกด้านและรวบรวมนำไปจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการ (Action plan) เป็นต้น โดยในการที่หน่วยงานมีกระบวนการที่มีมาตรฐานนี้ ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และในระดับความคิดเห็นอันดับสุดท้ายคือการที่เจ้าหน้าของหน่วยงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ ทำให้ผู้ประกอบการเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับว่าเป็นบริการที่ดีที่สุด เช่น เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานมีวุฒิการศึกษาและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการ และมีนักวิชาการด้านต่าง ๆ อาทิ นักวิชาการอุตสาหกรรมด้านอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักวิชาการด้านการออกแบบ เป็นต้น พร้อมช่วยเหลือผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) ในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจต่อศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งผู้ประกอบการได้มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ การที่หน่วยงานมีการเก็บรักษาความลับข้อมูลของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.49 รองลงมาคือ หน่วยงานให้ข้อมูล คำแนะนำ ที่ถูกต้องตามกฎและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับอุตสาหกรรม พร้อมทั้งเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.47 อีกทั้งการที่หน่วยงานให้บริการตรงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.45 และลำดับสุดท้ายของระดับความคิดเห็นนั่นคือกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดขึ้นในการให้บริการหน่วยงานสามารถแก้ไขปัญหาทันที เพื่อให้ดำเนินตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ได้อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.38 ตามลำดับ

ด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ การที่หน่วยงานมีการสำรวจความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นระยะ เพื่อนำมาพัฒนาโครงการต่าง ๆ สำหรับการให้บริการที่ตอบสนองได้ดียิ่งขึ้นต่อไป โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.44 รองลงมาคือการที่หน่วยงานมีการบันทึกข้อมูลของผู้รับบริการและสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และเป็นพื้นฐานสำหรับการรับบริการในครั้งถัดไป เช่น หน่วยงานมีระบบฐานข้อมูลผู้รับบริการผ่านระบบที่มีชื่อว่า Member เพื่อนำข้อมูลที่ผู้ประกอบการสนใจเข้าร่วมโครงการหรือบริการนั้นมาพัฒนาโครงการในปีต่อไป เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 สำหรับในส่วนของหน่วยงานมีความห่วงใยผู้ประกอบการและติดตามการดำเนินการของธุรกิจทุกระยะ มีค่าเฉลี่ย 4.41 รวมทั้งหน่วยงานมีช่องทางสามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับให้ผู้มารับบริการเสนอความคิดเห็นหรือร้องทุกข์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.40 และลำดับสุดท้ายคือการที่บุคลากรของหน่วยงานสามารถจดจำรายละเอียดผู้รับบริการได้ เช่น ความต้องการของผู้ประกอบการครั้งสุดท้ายที่เข้ารับบริการ เป็นต้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.39 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ หน่วยงานปรับการบริการตามความต้องการในการช่วยเหลือของผู้ประกอบการ เช่น ทุกครั้งที่มีการสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการทางหน่วยงานนำความคิดเห็นมาปรับโครงการให้สอดคล้องความต้องการในปีต่อไป เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.37 รองลงมา ได้แก่ ผู้รับบริการสามารถติดต่อกับหน่วยงานได้ตลอดเวลา แม้นอกเวลาราชการด้วยความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ย 4.36 และหน่วยงานมีการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการแม้กรณีเร่งด่วนได้เป็นอย่างดี เช่น เมื่อผู้ประกอบการต้องการคำปรึกษาแนะนำด้านการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง ทางหน่วยงานให้ข้อมูลและแนะนำผู้ประกอบการอย่างรวดเร็วและช่วยดำเนินการเพื่อให้การขอรับรองเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หรือการที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ประกอบการขอเข้ามาใช้เครื่องจักรในการทดลองต้นแบบผลิตภัณฑ์ ทางหน่วยงานมีการจองคิวการใช้งานและแนะนำเครื่องจักรที่เหมาะสมในการใช้งานกับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งจัดเตรียมอุปกรณ์รองรับผู้ประกอบการภายในศูนย์ ITC (Industry Transformation Center) ที่อยู่ภายในหน่วยงานอย่างรวดเร็ว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.32 ตามลำดับ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการที่ผู้ประกอบการมีต่อศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ หน่วยงานมีสถานที่ให้บริการเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความสะอาด เช่น สถานที่รองรับผู้ประกอบการมีการจัดให้สะดวกสบาย ลานจอดรถ หรือห้องทดลองในการใช้เครื่องจักรอุปกรณ์มีความสะอาด เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.48 รองลงมา ได้แก่ หน่วยงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น น้ำดื่ม ที่จอดรถ ห้องสุขา อินเตอร์เน็ต เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.35 ในส่วนของหน่วยงานมีอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการบริการที่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 4.27 และหน่วยงานมีป้ายหรือบอร์ดแสดงข้อมูลพื้นฐานและขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.26 ตามลำดับ

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ด้วยสถิติพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในบริการ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดประเด็นที่ใช้ในการประเมินทั้งหมดจำนวน 5 ประเด็น พบว่า โดยรวมระดับพึงพอใจของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกประเด็นที่ศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วยประเด็น ดังนี้ ประเด็นแรกคือการที่หน่วยงานช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำประโยชน์ที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการได้จริง ยกตัวอย่างเช่น เมื่อผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของสินค้า ผู้ประกอบการสามารถมีผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาแตกต่างจากเดิมและนำไปใช้ในการขายสินค้าได้จริง เป็นต้น ซึ่งมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมาคือประเด็นด้านการให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่านเกิดผลลัพธ์ในทิศทางที่ดี เช่น การลดต้นทุนการผลิต การมีรายรับรวมเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ประเด็นต่อมาคือการให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่านให้เกิดการพัฒนาสร้างสรรค์สินค้าและนวัตกรรมใหม่ได้ เช่น ผู้ประกอบการมีบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ มีการพัฒนารูปทรงของตัวสินค้าให้ทันสมัยตอบสนองการใช้งานของลูกค้าได้มากขึ้น เป็นต้น โดยในประเด็นนี้มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 4.43 ต่อมาคือประเด็นที่หน่วยงานได้ให้บริการที่ดี มีการติดตามผลลัพธ์อย่างใกล้ชิด ทำให้สถานประกอบการมีการพัฒนาสู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 อีกทั้งประเด็นการที่หน่วยงานสามารถกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่ม หรือสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และประเด็นสุดท้ายคือการที่หน่วยงานช่วยเหลือผู้ประกอบการได้เป็นรูปธรรม เช่น การพาผู้ประกอบการออกงานนิทรรศการต่าง ๆ มีผลต่อความพึงพอใจน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตามลำดับ

5.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ประกอบด้วย รูปแบบการจัดตั้งกิจการ ประเภทของกิจการธุรกิจ สาขาอุตสาหกรรม ระดับการดำเนินงาน จำนวนการจ้างงาน และจำนวนปีในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ที่แตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 : ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 1.2 : ผู้ประกอบการที่มีประเภทอุตสาหกรรมแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 1.3 : ผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 1.4 : ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 1.5 : ผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ	ทั้ง 5 ปัจจัยมีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

จากตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย One-way ANOVA และ Multiple Regression Analysis ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ประกอบด้วย รูปแบบการจัดตั้งกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ระดับการดำเนินงานจำนวนการจ้างงาน และจำนวนปีในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทอุตสาหกรรมแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.4 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.5 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) โดยภาพรวมมีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับกรณีที่วิเคราะห์คุณภาพการบริการรายด้านทั้ง 5 ด้านคุณภาพบริการ โดยเรียงลำดับด้านที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ เรียงลำดับได้ดังนี้

ด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นในด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 อภิปรายผลการวิเคราะห์คุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการจัดตั้งแบบนิติบุคคล โดยเป็นประเภทกิจการผลิตและแปรรูปสินค้า ซึ่งดำเนินงานอยู่ในระดับธุรกิจขนาดย่อม มีจำนวนการจ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานอยู่ในช่วง 1 - 5 คน โดยจำนวนปีดำเนินงานส่วนใหญ่มากกว่า 5 ปีขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัญญ์ชิชญา นันท์นรารัตน์ (2560) ที่ศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SME Support & Rescue Center) ของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ประกอบกิจการในประเภทธุรกิจด้านการผลิตมากที่สุด โดยลักษณะธุรกิจเป็นการผลิตส่วนใหญ่ที่มีมากกว่าลักษณะธุรกิจบริการ ซึ่งเหมือนกับคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามของการศึกษาในครั้งนี้

5.2.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ซึ่งเมื่อเรียงลำดับของระดับความคิดเห็นคุณภาพบริการของผู้ประกอบการต่อบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียงลำดับโดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.2.1 ด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy)

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดของระดับความคิดเห็นในเรื่องของการที่หน่วยงานมีการสำรวจความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นระยะ เพื่อนำมาพัฒนาโครงการต่าง ๆ สำหรับการให้บริการที่ตอบสนองได้ดียิ่งขึ้นต่อไป เพราะว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เมื่อมีสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น อาทิเช่น ภัยพิบัติธรรมชาติ สงคราม การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ธุรกิจขนาดย่อมจะได้รับผลกระทบที่มากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีเงินทุนหมุนเวียนและทรัพยากรที่พร้อมกว่า ซึ่งต่างจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องมีการปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อดำเนินธุรกิจต่อไปได้ การที่หน่วยงานมีการสำรวจความต้องการผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ ดังนั้น หน่วยงานควรมีการเอาใจใส่ผู้ประกอบการนอกจากการสำรวจความต้องการผู้ประกอบการแล้วนั้น ควรมีการจัดเก็บข้อมูล จดจำรายละเอียดผู้รับบริการ และสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อจัดลำดับความสำคัญเพื่อสามารถพัฒนาโครงการให้สอดรับกับความต้องการที่ทันสถาณการณ์ปัจจุบัน ควบคู่ไปกับความห่วงใยผู้ประกอบการ โดยการหมั่นติดตามการดำเนินการของธุรกิจทุกระยะ ซึ่งเมื่อผู้ประกอบการมีคำถามหรือต้องการติดต่อทางหน่วยงานต้องมีช่องทางสามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แก้วลำพัน แสงนวนจัน (2560) ที่ศึกษาความพึงพอใจการให้บริการด่านศุลกากรละไล แขวงสาละวัน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจการให้บริการด่านศุลกากรละไลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านการเอาใจใส่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และรู้จักผู้รับบริการ นั่นคือเจ้าหน้าที่ควรกระตือรือร้นเอาใจใส่ผู้มารับบริการและเจ้าหน้าที่ควรให้บริการที่ดีโดยไม่เลือกปฏิบัติส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในการรับบริการ

5.2.2.2 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดของระดับความคิดเห็นในเรื่องของการที่หน่วยงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เรียกเก็บเงิน ไม่รับสินบนจากผู้มาใช้บริการ นั้นคือผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต่างต้องการเข้ารับบริการจากหน่วยงานภาครัฐที่เสมอภาคเช่นเดียวกับผู้ประกอบการรายอื่นที่เข้ารับบริการ โดยไม่มีการเรียกเก็บสินบนจากหน่วยงานภาครัฐหรือแม้กระทั้งเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานเอง รวมถึงต้องการให้หน่วยงานปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใสและเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติกับผู้ประกอบการคนใดเป็นพิเศษ ดังนั้น ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ควรมีการดำเนินงานภายใต้แนวทางการป้องกันการทุจริต โดยต้องมีการจัดทำแผนปฏิบัติการป้องกันการทุจริตและมีคณะทำงานที่คอยตรวจสอบสลับกันในแต่ละฝ่ายในหน่วยงาน อีกทั้งควรมีประกาศนโยบายที่ชัดเจนเพื่อให้ทุกครั้งที่ผู้ประกอบการเข้ารับบริการเกิดความมั่นใจมั่นใจในการได้รับบริการ

5.2.2.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive)

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดของระดับความคิดเห็นคือการที่หน่วยงานปรับการบริการตามความต้องการการช่วยเหลือของผู้ประกอบการ เนื่องจาก ผู้ประกอบการที่มารับบริการต่างมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันแต่ละธุรกิจ เป็นผลให้ความต้องการในการแก้ปัญหาไม่เหมือนกันและไม่จำเพาะอยู่ในสถานที่ใดที่หนึ่ง หน่วยงานจึงต้องมีการส่งผู้เชี่ยวชาญไปสำรวจและเก็บข้อมูลเพื่อเป็นการวินิจฉัยสถานประกอบการก่อนที่จะให้คำแนะนำธุรกิจว่าต้องมีการปรับปรุงหรือแก้ไข ตลอดจนต้องเข้ารวมโครงการใดอันจะเป็นผลประโยชน์ต่อธุรกิจสูงสุด หรือการที่หน่วยงานควรมีศูนย์รับข้อร้องเรียนหรือรับทราบปัญหาสถานประกอบการที่พร้อมสำหรับการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SME Support & Rescue Center) ที่ให้ความเห็นว่า ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ นอกจากต้องมีทักษะความสามารถที่สามารถให้คำปรึกษาที่ดีและเป็นประโยชน์ แนะนำช่องทางการพัฒนาให้แก่ผู้ประกอบการได้ ต้องสามารถที่จัดการกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้โดยอาศัยประสบการณ์ และความชำนาญงานในการให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องต่อไป

5.2.2.4 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability)

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดของระดับความคิดเห็นคือการที่หน่วยงานมีการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เก็บรักษาความลับข้อมูลของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี สาเหตุจากการที่บางธุรกิจซึ่งมีการแข่งขันกันในตลาดรวมถึงมีการขโมยข้อมูลหรือความลับกันทางธุรกิจ เช่น การขโมยสูตรอาหาร การถนอมอาหาร หรือการแพ็คเกจสินค้า เป็นต้น การที่หน่วยงานมีนโยบายและวิธีการที่รักษาความลับธุรกิจของผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะหน่วยงานมีระบบการจัดเก็บที่เจ้าหน้าที่ทุกคนต้องมีรหัสถึงจะสามารถเข้าระบบหาข้อมูลได้ ตลอดจนมีการทำสัญญากับผู้เชี่ยวชาญก่อนการปฏิบัติงานทุกครั้งเพื่อป้องกันข้อมูลที่ได้รับต้องมีเพียงหน่วยงานเท่านั้นที่เป็นผู้เก็บรักษา ดังนั้นเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ หน่วยงานควรมีการจัดบริการที่แยกตามแต่ละประเด็นการส่งเสริมที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้ประกอบการที่มีความต้องการคล้ายกันสามารถเข้าร่วมได้โดยไม่รู้สึกว่าปัญหาที่ตนเองพบเจอถ้าต้องให้ข้อมูลกับทางหน่วยงานจะเกิดการรั่วไหลของข้อมูลความลับในการดำเนินงานได้ เช่น การจัดโครงการด้านการยกระดับมาตรฐานสินค้าอาหารแห่งอนาคต ซึ่งจะมีผู้เข้าร่วมโครงการที่อยากพัฒนานวัตกรรมอาหารเข้าร่วมโครงการ โดยไม่มีการปะปนกับกลุ่มโครงการด้านอื่นเพื่อป้องความลับทางธุรกิจ และผู้เชี่ยวชาญที่ให้การส่งเสริมก็เป็นผู้ที่มีความรู้ด้านนี้โดยตรง ผู้ประกอบการจึงสามารถมั่นใจได้เมื่อมาเข้ารับการอบรมในสถานที่ซึ่งทางหน่วยงานจัดเตรียมและสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ข้อคิดเห็นหรือแนวทางการพัฒนากับผู้เชี่ยวชาญได้อย่างมั่นใจและไว้วางใจในบริการ

5.2.2.5 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดของระดับความคิดเห็นคือการที่หน่วยงานมีสถานที่ให้บริการเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความสะอาด รวมถึงหน่วยงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น น้ำดื่ม ที่จอดรถ ห้องสุขา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เนื่องจากผู้ประกอบการที่มารับบริการนั้นต้องใช้ระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป อาทิ การอบรมการใช้เครื่องจักรกลางที่อาคารปฏิบัติการ การเข้าร่วมพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งต้องใช้เวลาอยู่ในหน่วยงานตลอดทั้งวัน ซึ่งแตกต่างจากการรับบริการจากหน่วยงานรัฐด้านการต่อสัญญาเอกสารอื่นทั่วไป เพราะกว่าหน่วยงานจะส่งเสริมทักษะ ความรู้ ตลอดจนวิธีการดำเนินงานในกระบวนการของผู้ประกอบการจนสามารถถ่ายทอดหรือการนำไปประยุกต์ใช้ยังสถานประกอบการต้องใช้เวลา ดังนั้น การที่หน่วยงานมีสถานที่ให้บริการเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความสะอาด รวมถึงหน่วยงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันจึงเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ โดยหน่วยงานควรมีการจัดเตรียมสถานที่เพื่อรองรับผู้ประกอบการที่มาใช้บริการและมีการจัดเวรยามแม่บ้านและผู้รักษาความปลอดภัย (รปภ.) คอยตรวจสอบความเรียบร้อยแต่ละจุด รวมถึงการย้ำเตือนเจ้าหน้าที่ให้จัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือรวมถึงเครื่องจักรกลางที่ให้บริการให้มีความพร้อมเสมอและเพียงพอต่อคิวของผู้มาใช้บริการในแต่ละวัน อีกทั้งควรมีทีมงานซ่อมบำรุงรักษาตามระยะเพื่อไม่ให้ขาดช่วงในการรับบริการของผู้ประกอบการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.3 อภิปรายผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ในภาพรวมของประเด็นที่ทำการศึกษาทั้งหมดนั้น ผู้ประกอบการมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อหน่วยงานอยู่ในระดับความพึงพอใจที่มากที่สุด โดยประเด็นที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือการที่หน่วยงานช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำประโยชน์ที่ได้ นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการได้จริง เนื่องจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 ช่วยส่งเสริมและแก้ไขปัญหาที่ผู้ประกอบการพบเจอ อาทิเช่น การส่งเสริมให้ธุรกิจดำเนินงานในรูปแบบใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับการผลิตสินค้า การสร้างสรรค์สินค้าที่ตอบสนองผู้บริโภค แนวทางการขอรับรองมาตรฐานสินค้า การปรับเปลี่ยนการขายจากเดิมสู่การขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงการพาออกงานแสดงสินค้า โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำส่งเสริม อันส่งผลให้ผู้ประกอบการเกิดผลลัพธ์การดำเนินธุรกิจที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุนในการผลิต การรักษามาตรฐาน การมียอดขายที่เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ทางหน่วยงานยังมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านลงพื้นที่เข้าไปยังสถานประกอบการเพื่อติดตามผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งมีแบบประเมินให้ทางผู้ประกอบการสามารถชี้แจงประเด็นถึงการที่เข้ารับโครงการแล้วเกิดประโยชน์ขึ้นจริงอย่างไรหรือต้องการปรับปรุงโครงการเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาโครงการปีถัดไปอย่างไรอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548) ที่กล่าวถึงความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการว่าเป็นเป้าหมายที่ผู้ประกอบการทั้งหลายต่างคิดค้นหาวิธีหรือกลยุทธ์ทางการจัดการ กลยุทธ์ทางการตลาดมากมายมาประยุกต์ใช้ โดยมีจุดมุ่งหวังที่จะธำรงผู้รับบริการให้เกิดความประทับใจในการบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่ายทั้งผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญที่ให้คำปรึกษาแนะนำ รวมถึงในหน่วยงานผู้ให้บริการอีกด้วย

5.2.4 อภิปรายผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ จำแนกตามคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ ดังนี้

รูปแบบการจัดตั้งกิจการ ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน โดยจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการในรูปแบบอื่น ๆ อาทิ รูปแบบการจัดตั้งสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน มูลนิธิ เป็นต้น ซึ่งมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด อันเนื่องจากผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีกิจการร่วมกันของชุมชนหรือกลุ่มเครือข่าย โดยสามารถเข้าร่วมโครงการกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน่วยงานได้เป็นระยะเวลาหลายวันตลอดหลักสูตร อีกทั้งสามารถนำทรัพยากรในท้องที่ที่มีมาขยายผลเกิดผลลัพธ์ที่ได้จากการรับบริการอย่างชัดเจน อาทิ การปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ให้เกิดขึ้นได้จริง

ดังนั้น ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงต้องพัฒนารูปแบบโครงการที่มีระยะเวลาการรับสมัครตลอดจนระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการที่แตกต่างกันตามรูปแบบการจัดตั้งกิจการ นั่นคือ รูปแบบการจัดตั้งในรูปแบบพิเศษ เช่น สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน อาจมีเวลารับสมัครเข้าร่วมโครงการที่นานขึ้นเพื่อให้สมาชิกในกลุ่มลงมติหรือระดมความคิดเห็นเพื่อตัดสินใจในการเข้าร่วมรับบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม แม้กระทั่งการที่หน่วยงานควรคำนึงถึงช่วงเวลาในการเข้าร่วมรับบริการ เช่น ระยะเวลาในการอบรม ระยะเวลาในการดำเนินการหลักสูตรให้ผู้ประกอบการที่จัดตั้งในรูปแบบนิติบุคคลนั้น ควรมีเวลาไม่เกิน 3 วันต่อ 1 หลักสูตร เนื่องจากผู้ประกอบการไม่สามารถหยุดการดำเนินงานเพื่อมาเข้ารับบริการหลักสูตรใดที่ยาวนานเกินไป เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปกรณ์ ปรียากร (2561) ที่ให้แนวคิดเรื่องการวางแผน การวิเคราะห์โครงการ และแนวทางในการบริหารและการจัดการโครงการให้ประสบผลสำเร็จ โดยกล่าวว่าโครงการทุกโครงการควรมีระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดที่แน่นอน (Temporary means that every project has a definite beginning and a definite end) โดยความสำคัญของการกำหนดเวลาการดำเนินการที่ดีว่าโครงการควรจะเริ่มเมื่อใดและควรจะเสร็จเมื่อใด ควรใช้เวลาในการดำเนินงานเท่าไรจึงจะสอดคล้องกับความจำเป็น เหมาะสมกับเนื้อหาและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่จะใช้ประโยชน์จากโครงการอย่างถูกต้อง แม่นตรง และทันกาล

ประเภทอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการที่มีประเภทอุตสาหกรรมที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งประเภทอุตสาหกรรมค้าส่งและค้าปลีกมีระดับของความพึงพอใจต่อบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 อยู่ในระดับที่มากสุด เนื่องจากการที่ในปัจจุบันสถาณการ์ความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่รวดเร็วและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้ผู้ค้าปลีกและค้าส่งหันมายกระดับการดำเนินงานโดยมีช่องทางการจำหน่ายที่มากขึ้นนั้นคือช่องทางออนไลน์ ซึ่งทางหน่วยงานมีโครงการที่เกี่ยวข้องในการยกระดับผู้ประกอบการให้เข้าสู่การแข่งขันระบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ยอดขายผู้ประกอบการค้าปลีกและค้าส่งเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเข้ารับบริการ ดังนั้นหน่วยงานควรมีการส่งเสริมและยกระดับการดำเนินงานบนระบบออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ทางหน่วยงานมีให้กับผู้ประกอบการประเภทอุตสาหกรรมอื่นให้ทั่วถึง และมีกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับแต่ละประเภทอุตสาหกรรม อีกทั้งมีช่องทางการเชื่อมโยงเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอก เช่น แพลตฟอร์มกระทรวงพาณิชย์ สภาหอการค้าไทย เป็นต้น เพื่อเพิ่มช่องทางที่ให้สินค้าผู้ประกอบการเป็นที่รู้จักและจำหน่ายได้กว้างขวางยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับการดำเนินงาน ผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินงานต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกัน สาเหตุเกิดจากระดับการดำเนินงานไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดกลาง ธุรกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชน ต่างมีเป้าประสงค์ในการดำเนินงานในธุรกิจโดยมุ่งหวังในการสร้างมูลค่าหรือคุณค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการที่ดำเนินการอยู่ โดยใช้ต้นทุนหรือทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด แม้จะเป็นทรัพยากรในพื้นถิ่นในรูปแบบของระดับการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนก็ตาม แสดงให้เห็นได้ว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินงานที่แตกต่างกันแต่มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจคล้ายคลึงกันในด้านการใช้ทรัพยากรที่ธุรกิจมีอยู่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้น เมื่อเข้ารับบริการจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 ย่อมมีความสนใจในบริการจากหน่วยงานที่มีบริการหลักครอบคลุมในเป้าหมายพื้นฐานของแต่ละผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินการแตกต่างกัน ทั้งบริการโครงการที่เกี่ยวข้องกับการลดต้นทุน ลดของเสีย เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่มีผู้ประกอบการแต่ละระดับการดำเนินงานสนใจเข้าร่วมจำนวนมาก

จำนวนการจ้างงาน ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกัน สังเกตได้ว่าจำนวนการจ้างงานในธุรกิจหรือสถานประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานมาก อาจมิได้หมายถึงการกำหนดขนาดอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังควบคู่ไปกับการดูรายได้ในธุรกิจด้วย ดังนั้น แม้ธุรกิจที่มีจำนวนการจ้างงานน้อยคน อาจมีการใช้เครื่องจักรทดแทนมนุษย์ จึงทำให้ธุรกิจมีจำนวนการจ้างงานน้อยแต่อาจมีรายได้มาก นั่นคือไม่ว่าธุรกิจจะมีจำนวนการจ้างงานที่แตกต่างกัน แต่การเข้ารับบริการกับทางหน่วยงานกลับมีการเข้ารับบริการที่ไม่แตกต่างกัน เพราะแต่ละธุรกิจสามารถรับบริการที่เหมาะสมจากหน่วยงานได้แม้ว่าบางธุรกิจมีการจ้างงานเพียงไม่กี่คน ยังสามารถเข้ารับบริการในโครงการที่เกี่ยวข้องกับการนำระบบออโตเมชันมาประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการ หรือโครงการพัฒนากระบวนการผลิตด้วยระบบดิจิตอล ดังนั้น ระดับความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการจึงไม่แตกต่างกัน โดยในการจำแนกขนาดธุรกิจนั้นไม่มีเพียงการจำนวนการจ้างงานเพียงอย่างเดียวสอดคล้องกับกฎกระทรวงว่าด้วยการกำหนดจำนวนการจ้างงานหรือรายได้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2562 กำหนดให้นิยามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้จำนวนการจ้างงานและรายได้ของกิจการเป็นเกณฑ์ ในการกำหนดขนาดกิจการ สอดคล้องกับงานวิจัยของชัญญ์ชิชญา นันท์นารัตน์ (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิภาพการให้บริการของศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอีของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยพบว่าการจ้างงานโดยที่ผู้ดำเนินงานในธุรกิจมีตำแหน่งในสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มารับบริการภาครัฐ ซึ่งแตกต่างจากตัวแปรด้านลักษณะของธุรกิจมีผลต่อระดับความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการภาครัฐ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนปีในการดำเนินงาน ผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกัน สังเกตได้ว่าผู้ประกอบการที่มีธุรกิจหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการมานานแล้วซึ่งอาจเคยเข้ารับบริการจากหน่วยงานครั้งแรก เช่นเดียวกับผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานที่พึ่งเริ่มดำเนินการย่อมเกิดขึ้นได้ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์โครงการหรือหลักสูตรการให้บริการของหน่วยงานบางช่องทางเป็นแบบออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น บางครั้งผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานมานานอาจพึ่งพบเห็นหรือสนใจเข้าร่วมโครงการผ่านทางช่องทางออนไลน์พร้อม ๆ กับผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานไม่มากได้ เป็นผลให้ความพึงพอใจต่อหน่วยงานเป็นการแสดงถึงระดับในช่วงขณะเวลาที่รับบริการใกล้เคียงกัน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงบริการที่มีมาตรฐานและเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง หน่วยงานควรมีการประชาสัมพันธ์และนำเสนอผลความสำเร็จในการเข้าร่วมรับบริการกับหน่วยงานหรือ success case ที่ชัดเจนให้ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นและสนใจเข้ารับบริการแม้เป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานยาวนานหรือผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานไม่มากอย่างเท่าเทียมกันต่อไป

จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ พบว่า ปัจจัยคุณภาพของการบริการในด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

ซึ่งในส่วนการทดสอบสมมติฐานในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) พบว่าไม่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ โดยสรุปอภิปรายผลการวิเคราะห์รายละเอียดดังนี้

ด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) ในภาพรวมของด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้ามีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้านั้นอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาระดับของความพึงพอใจผู้ประกอบการที่มีในด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้านั้น พบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดจากการที่หน่วยงานมีการสำรวจความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นระยะ เพื่อนำมาพัฒนาโครงการต่าง ๆ สำหรับการให้บริการที่ตอบสนองผู้ประกอบการได้ดียิ่งขึ้น อาทิ การสำรวจความต้องการผู้ประกอบการโดยการจัดให้มีเวทีการสนทนาในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม (Focus Group Discussion) เพื่อนำไปสู่การ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ กลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มอุตสาหกรรมผลไม้แปรรูป เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดจากการที่หน่วยงานมีความการเอาใจใส่และรู้จักผู้ประกอบการที่มาใช้บริการกับหน่วยงาน โดยมีการบันทึกข้อมูลของผู้รับบริการทุกครั้งในการมารับบริการกับหน่วยงานผ่านระบบที่มีชื่อว่า iSingleForm (www.isingleform.go.th) ของกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อให้สามารถนำข้อมูลผู้ประกอบการมาวิเคราะห์และเป็นพื้นฐานสำหรับการรับบริการในครั้งถัดไป นำไปสู่ความต่อเนื่องของการรับบริการและเกิดความการเอาใจใส่ปัญหาการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการได้อย่างแท้จริง ดังนั้น สิ่งที่หน่วยงานควรคำนึงถึงผู้ประกอบการเพื่อสร้างความพึงพอใจมากยิ่งขึ้นในด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า คือ การที่บุคลากรทุกฝ่ายของหน่วยงานสามารถจดจำรายละเอียดผู้รับบริการได้ไม่จำเป็นว่าต้องเป็นบุคคลากรในด้านต้อนรับเพียงอย่างเดียว อีกทั้งเมื่อรู้จักผู้ประกอบการแล้วควรหมั่นนำข้อมูลที่ได้จากการบันทึกในระบบมาให้บริการผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการซึ่งมีความต้องการแต่ละประเด็นตามแต่ละสถานประกอบการที่แตกต่างกัน พร้อมทั้งการเอาใจใส่และสามารถนำข้อมูลที่มีการบันทึกเชื่อมโยงและบูรณาการกับหน่วยงานภายนอกได้ เช่น กระทรวงพาณิชย์ กรมธุรกิจการค้า กรมควบคุมมลพิษ เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคตอย่างมั่นคงสืบไป สอดคล้องกับงานวิจัยของวิชิตร์ แสงทองล้วน (2561) ที่ศึกษาแนวทางการบูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัด ซึ่งพบว่าด้านนโยบายของหน่วยงานรัฐจะต้องส่งเสริมสนับสนุนให้มีการบูรณาการระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ และพิจารณากฎหมายหรือระเบียบที่มีอยู่ในปัจจุบันที่เอื้อหรือส่งผลต่อการบูรณาการ รวมทั้งการปฏิรูประบบงบประมาณเชิงพื้นที่ที่สามารถบริหารจัดการได้เบ็ดเสร็จในพื้นที่ รวมทั้งพิจารณาตามศักยภาพการพัฒนาของจังหวัดได้ เพื่อให้เกิดการบูรณาการได้หลากหลายมิติและเกิดผลเป็นรูปธรรมอย่างยั่งยืน

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) ในภาพรวมของด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้ามีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณาระดับของความพึงพอใจผู้ประกอบการที่มีในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้านั้น พบว่าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อการที่หน่วยงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เรียกเก็บเงินไม่รับสินบน เพราะว่าศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 ดำเนินการภายใต้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่มีแนวทางการดำเนินงานในการป้องกันการทุจริต ซึ่งมีการจัดทำแผนปฏิบัติการป้องกันการทุจริต โดยเมื่อผู้ประกอบการพบเห็นการเรียกรับผลประโยชน์สามารถร้องเรียนการทุจริตและประพฤติมิชอบได้ทุกช่องทางการติดต่อกรมเสริมอุตสาหกรรม และนอกจากนี้ผู้ประกอบการยังเกิดความมั่นใจในการรับบริการจากหน่วยงาน จากการที่หน่วยงานมีกระบวนการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการที่มีมาตรฐานเป็นไปตามที่กฎระเบียบกำหนด อีกทั้งเจ้าหน้าของหน่วยงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ ทำให้ผู้ประกอบการเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับว่าเป็นบริการที่ดีที่สุด

ดังนั้น เพื่อให้ผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีความเชื่อมั่นในหน่วยงานมากยิ่งขึ้น หน่วยงานควรสร้างความมั่นใจโดยการการันตีผลการดำเนินงานเมื่อผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ เช่น เมื่อผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการกับทางหน่วยงานครบหลักสูตรสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้ โดยสามารถวัดผลจากการสร้างยอดขายที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเท่าใดต่อปี หรือในโครงการพัฒนากระบวนการผลิตโดยส่งเสริมให้สถานประกอบการสามารถลดของเสียในโรงงานลงได้จำนวนเท่าใด รวมไปถึงการที่หน่วยงานมีการติดตามผลควบคู่ไปกับการดำเนินงานทำให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจในหน่วยงานมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชุษณะ เตชคณา (2563) ที่ได้ศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อความสำเร็จระดับสูงที่มีนวัตกรรม โดยพบว่าผู้ประกอบการ SME ที่ประสบความสำเร็จระดับสูงและได้รับรางวัลจากหน่วยงานนั้นเป็นผลมาจากการที่ธุรกิจมีรูปแบบของการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน ดังนั้น ในการระบุแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการก่อนการดำเนินกิจกรรมเหมือนเป็นการรับประกันให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระดับสูงได้

ทั้งนี้จากการพิสูจน์สมมติฐานปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) พบว่าด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ดังนั้น จึงสามารถอภิปรายผลการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าไม่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ โดยเมื่อพิจารณาถึงระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการนั้น พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด อันเนื่องมากจากการที่หน่วยงานปรับการบริการตามความต้องการการช่วยเหลือของผู้ประกอบการ และการที่ผู้ประกอบการสามารถติดต่อกับหน่วยงานได้ตลอดเวลาแม้นอกเวลาราชการด้วยความเต็มใจ ดังนั้น เพื่อให้การให้บริการของหน่วยงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น หน่วยงานควรมุ่งเน้นการพัฒนาบริการในด้านที่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของหน่วยงานก่อน นั่นคือด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้าและด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจนก่อนที่จะปรับปรุงบริการของหน่วยงานในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าต่อไป โดยการที่หน่วยงานควรมีการดึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกิดความร่วมมือกันภายในศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SME Support & Rescue Center : SSRC) เพื่อให้ผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการเฉพาะด้านมีผู้เชี่ยวชาญคอยตอบคำถาม อาทิเช่น หน่วยงานทางด้านการเงิน สภาหอการค้าไทย เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้น เพื่อเชื่อมโยงการบริการพร้อมส่งต่อปัญหาของ SMEs ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในส่วนกลางและภูมิภาคทั่วประเทศ สอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2564) ที่กล่าวถึงการให้บริการของภาครัฐบาลในการดำเนินงานให้เป็นไปตาม Government as a Platform นั่นคือ รัฐบาลจะต้องเป็นช่องทางเชื่อมผสานความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ให้เข้ามาร่วมกัน โดยให้มีความหลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการเพิ่มผลลัพธ์ของบริการที่ประชาชนจะได้รับเป็นหลัก

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) ในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการไม่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ซึ่งเมื่อพิจารณาระดับของความพึงพอใจ พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องมาจากการที่หน่วยงานมีการเก็บรักษาความลับข้อมูลของผู้รับบริการนั่นคือผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี โดยหน่วยงานไม่มีการเปิดเผยข้อมูลทั้งในส่วนของรายละเอียดการรับบริการของตัวผู้ประกอบการและข้อมูลของสถานประกอบการ และการที่หน่วยงานให้ข้อมูล คำแนะนำ ที่ถูกต้องตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับเกี่ยวกับอุตสาหกรรม ดังนั้นเพื่อยกระดับความพึงพอใจที่เพิ่มมากขึ้น หน่วยงานควรที่จะนำกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการดำเนินโครงการในแต่ละครั้งมาประชุมวางแผนประจำปีในหน่วยงานพร้อมทั้งเขียนแผนการแก้ไขปัญหาที่ชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอนในรูปแบบพิมพ์เขียว (Blueprint) เพื่อใช้ดำเนินการเมื่อเกิดปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในการให้บริการผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของยืน ภู่วรวรรณ (2559) ที่กล่าวถึงหน่วยงานภาครัฐกับความท้าท้ายเพื่อขับเคลื่อน โดยกล่าวว่าการดำเนินโครงการของภาครัฐเป็นการที่รัฐดำเนินงานโดยต้องใช้ความรู้ ความชำนาญ เครื่องมือ เทคนิค วิธีการต่าง ๆ ดังนั้น ควรมีการจัดทำการเขียนแบบแผน (Blue print) เพื่อเป้าหมายที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ภาพรวมของด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการไม่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ซึ่งเมื่อพิจารณาระดับของความพึงพอใจ พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากการที่หน่วยงานมีการจัดเตรียมสถานที่ให้บริการที่เป็นระเบียบเรียบร้อยมีความสะอาด รวมถึงหน่วยงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการบริการที่ครบถ้วน ดังนั้น หน่วยงานควรมีการจัดระเบียบที่นั่งพักคอยหรือสวนหย่อมให้ผู้ประกอบการที่มารับบริการได้พักผ่อนและนั่งจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ ก่อนเข้ารับบริการที่สะดวก มีอุปกรณ์พื้นฐานที่เป็นมุมให้บริการไม่ว่าจะเป็นปากกา กาว แบบฟอร์มพร้อมกรอก ตู้แสดงความคิดเห็นที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน รวมไปถึงบริเวณจอดรถที่หน่วยงานควรวางระบบการจอดรถผู้ประกอบการที่เข้ามารับบริการโดยให้สะดวกและมีที่จอดที่เพียงพอโดยจัดเวรยามให้รปภ. หมั่นเดินตรวจสอบเนื่องจากมีรถยนต์เจ้าหน้าที่จำนวนมากที่อาจจอดภายในมากเกินไป เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

5.3.1.1 ด้านคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ

1) รูปแบบการจัดตั้งกิจการ หน่วยงานควรพัฒนารูปแบบโครงการที่มีระยะเวลาการรับสมัครตลอดจนระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการที่แตกต่างกันตามรูปแบบการจัดตั้งกิจการ เพื่อสอดคล้องกับความจำเป็นเหมาะสมกับเนื้อหาและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการได้อย่างถูกต้องและทันกาล

2) ประเภทอุตสาหกรรม หน่วยงานควรให้บริการที่เน้นผลลัพธ์ชัดเจน โดยการมีโมเดลธุรกิจที่ประสบความสำเร็จเมื่อเข้ารับบริการจากหน่วยงาน เพื่อให้ผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการสามารถเห็นผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นชัดเจนเมื่อเข้าร่วมรับบริการกับหน่วยงาน

3) ระดับการดำเนินงาน หน่วยงานควรตอบสนองผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยมีหลักสูตรให้บริการที่ครอบคลุมทั้งโครงการที่เกี่ยวข้องกับการลดต้นทุน ลดของเสีย เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทุกระดับการดำเนินงานไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง ธุรกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชน

4) จำนวนการจ้างงาน หน่วยงานควรมีการให้บริการที่สอดคล้องกับผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานในสถานประกอบการทุกระดับ อาทิ ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานที่จำกัดในบางอาชีพ หน่วยงานควรมุ่งเน้นให้บริการด้านออโตเมชันในการดำเนินงานของผู้ประกอบการนั้น เพื่อทดแทนกำลังการจ้างงานที่มีจำกัดหรือไม่เพียงพอต่อไป

5) ระดับการดำเนินงาน หน่วยงานควรมีการประชาสัมพันธ์และนำเสนอผลความ สำเร็จในการเข้าร่วมรับบริการหรือ success case ที่ชัดเจนให้ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นและสนใจเข้ารับบริการแม้เป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานยาวนานหรือผู้ประกอบการที่มีจำนวนปีในการดำเนินงานไม่มากอย่างเท่าเทียมกัน

5.3.1.2 ด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ พบว่า

1) ด้านการเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy) หน่วยงานควรพัฒนาบุคลากรให้มีการนำข้อมูลของผู้ประกอบการบันทึกเข้าระบบ www.iSingleForm.go.th ทุกครั้งอย่างถูกต้องครบถ้วนและหมั่นนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงการดำเนินงานให้บริการ พร้อมทั้งการฝึกฝนให้เจ้าหน้าที่มีการเอาใจใส่และดูแลผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หน่วยงานควรสร้างความมั่นใจโดยการการันตีผลการเข้าร่วมโครงการ เมื่อครบหลักสูตรที่เข้ารับบริการ ผู้ประกอบการต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือยอดขายที่เพิ่มขึ้นแน่นอน รวมถึงหน่วยงานต้องมีการติดตามผลลัพธ์

3) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) หน่วยงานควรสร้างความร่วมมือให้เกิด ขึ้นเป็นภายใต้ศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SME Support & Rescue Center : SSRC) ทั้งหน่วยงานทางด้านการเงิน สภาหอการค้าไทย พาณิชย์จังหวัด เพื่อเชื่อมโยงการบริการของหน่วยงานสร้างเป็นเครือข่ายที่ส่งเสริมและพัฒนา SMEs

4) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หน่วยงานควรมีการจัดระเบียบที่นั่งพักคอยและสวนหย่อมให้ผู้ประกอบการที่มารับบริการได้พักผ่อนและนั่งจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ ก่อนเข้ารับบริการ รวมไปถึงบริเวณจอดรถยนต์ที่เพียงพอ

5) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) หน่วยงานควรมีส่วนงานในการตรวจสอบการทำงานภายใน เพื่อตรวจสอบระบบการทำงานในหน่วยงานเพื่อให้หน่วยงานเป็นที่เชื่อถือและไว้วางใจว่าทุกครั้งที่ผู้ประกอบการมารับบริการจะได้บริการที่มีมาตรฐานเช่นเดิมทุกครั้ง พร้อมทั้งเขียนการแก้ปัญหาหรือขั้นตอนบริการนั้นในรูปแบบพิมพ์เขียว (Blueprint) เพื่อสร้างกระบวนการให้การบริการผู้ประกอบการที่มีความความเหมาะสม

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

5.3.2.1 การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยมุ่งเน้นด้านการบริการโดยทั่วไปที่ผู้ประกอบการเข้ามาติดต่อยังหน่วยงานเป็นหลัก ดังนั้น ในการศึกษาครั้งถัดไปควรศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ประกอบการในรูปแบบการรับบริการช่องทางออนไลน์รวมถึงการรับบริการวินิจฉัยยังสถานประกอบการว่ามีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

5.3.2.2 การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ หากมีผู้สนใจจะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวในอนาคต ควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ การพูดคุย และสังเกตการณ์ มาประกอบกับงานวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลในมุมมองเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการในมิติด้านอื่นเพิ่มมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2563. **รูปแบบองค์กรธุรกิจ.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก https://www.dbd.go.th/ news_view.php?nid=381.

กระทรวงแรงงาน. 2563. **สถิติแรงงานประจำปี.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก https://hu.ac.th/ conference/conference2013/Proceedings2013/pdf/Book3/Describe1/223_21-23.pdf.

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2559. **ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย4.0 ระยะ20 ปีพ.ศ. 2560 - 2579.** กรุงเทพฯ : กระทรวงอุตสาหกรรม.

กาญจนา อรุณสุขรุจี. 2546. "ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่." วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2564. **รายงานการศึกษาความเหมาะสมการจัดตั้งเขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษเพื่อกิจการอุตสาหกรรม.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก https:// www.eeco.or.th/ web-upload/filecenter/html/establishment/Feasibility/017.pdf.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2539. วิกฤตการณ์ครอบครัวในบริบทของสังคม-วัฒนธรรมไทย. **วารสารคหเศรษฐศาสตร์แห่งประเทศไทย**. 39(3) : 27-36.

จิตติพร พูนสิน. 2558. "ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อบริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดเชียงใหม่." การค้นคว้าแบบอิสระบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ฉัตยาพร เสมอใจ. 2549. **การจัดการและการตลาดบริการ.** กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชฎาพร วรรณแก้ว. 2554. "ความพึงพอใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม." วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชัญญ์ชิชญา นันท์นรารัตน์. 2560. "ประสิทธิภาพการให้บริการของศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SME Support & Rescue Center) ของกระทรวงอุตสาหกรรม." วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการสาธารณะ คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฐพัชร์ ล้อประเสริฐ. 2549. **คู่มือสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า.** กรุงเทพฯ : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.

ดนัย เทียนพุฒ. 2532. **110 ไอเดีย จาก 80 ยอดนักบริหารชั้นนำของเมืองไทย.** กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตุลา มหาพสุธานนท์. 2554. **หลักการจัดการ.** กรุงเทพฯ : พี เอ็น เค แอนด์ สกาย พริ้นติ้งส์.

ธนกร วรกิตติมงคล. 2554. “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่เทศบาลนครเชียงใหม่.” การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. 2544. **การตลาดบริการ.** เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุณยาพร วุฒิธรรมคุณ. 2560. “การรีวิวร้านอาหารผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับการตัดสินใจเลือกร้านอาหารสำหรับการรับประทานนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พลฤทธิ์ จิระเสวี. 2550. “การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล ตา หู คอ จมูก.” วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

พานุดา สีบุนยา. 2560. “แนวทางการพัฒนาความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อการบริการของหน่วยงานขั้นตอนการแจ้งภาษีด่านภาษีสากลวังเต่า แขวงจำปาสัก.” วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนาภูมิภาค คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ไพรพนา ศรีเสน. 2544. “ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการในงานผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริราช คณะแพทย์ศาสตร์ ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล.” วิทยานิพนธ์ พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วรัชยา ศิริวัฒน์. 2547. การประเมินประสิทธิภาพการให้บริการของงานบริการการศึกษาคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. **วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง**. 7(2) : 149.

วิชิต นันทสุวรรณ. 2544. **ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท.** กรุงเทพฯ : มูลนิธิหมู่บ้าน.

วิรุฬ พรรณเทวี. 2542. “ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน.” วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. 2539. **คุณภาพในงานบริการ 1 = Quality in services.** กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วุฒิชัย จงคำนึงศิล. 2547. “การศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ขนาดย่อม.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศรีประภา หันกาวงษ์. 2545. **การบริการเพื่อความพึงพอใจ.** กรุงเทพฯ : คุรุสภาลาดพร้าว.

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2563. **อำนาจหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก https://ipc9.dip.go.th/th/contact.

สมาน อัศวภูมิ. 2551. **การบริหารการศึกษาสมัยใหม่ : แนวคิด ทฤษฎีและการปฏิบัติ.** อุบลราชธานี : อุบลกิจออฟเซทการพิมพ์.

สมิต สัชฌุกร. 2545. **การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สายธาร.

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. 2548. **วิสาหกิจชุมชน.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก https://smce.doae.go.th/smce1/index.php?result=5.

สำนักงานคลังจังหวัดนครนายก. 2560. **คู่มือมาตรฐานการให้บริการ.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER006/GENERAL/DATA0000/00000594.PDF.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2564**. รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2564.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก https:// www. sme.go.th /upload/mod_download/download-20210825103035.pdf.

สุธี พนาวร และอภิชาต สิริผาติ. 2548. **คู่มือการจัดตั้งธุรกิจขนาดเล็ก.** กรุงเทพฯ : BUSY-DAY.

เสรี พงศ์พิศ. 2552. **คู่มือทำวิสาหกิจชุมชน.** กรุงเทพฯ : พลังปัญญา.

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ. 2548. **จิตวิทยาการบริการ (Service Psychology Comprehension Strategies and Trend).** กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ดีไซน์.

อนงค์นาฏ แก้วไพฑูรย์. 2554. “ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการตามหลักสังคหวัตถุ ๕ ของฝ่ายทะเบียนที่ว่าการอำเภอเมืองจังหวัดนครสวรรค์.” วิทยานิพนธ์ พุทธศาสตรมหาบัณฑิต คณะพุทธศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.

อารี พันธ์มณี. 2546. **จิตวิทยาสร้างสรรค์การเรียนการสอน.** กรุงเทพฯ : ใยไหม.

อุกกฤษฎ์ ทรงชัยสงวน. 2543. “ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการโครงการพัฒนาสถานีตำรวจเพื่อประชาชนของสถานีตำรวจภูธร อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น.” วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Abraham Maslow. 1950. **Maslow's Hierarchy Of Needs And Toronto Real Estate For Sellers.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก https://www.thoughtco.com/maslows-hierarchy-of-needs-4582571.

Chao Wen, Prybutok, and Victor, R. 2011. An integrated model for customer online repurchase intention. **Journal of Computer Information Systems.** 52(1) : 14-23.

Chaplin, J. P. 1968. **Dictionary of Psychology.** New York : Reaquin Book.

Cherrington, J. D. 1994. **Organization Behavior The Management of Individual and Organizational Performance.** Boston : Allyn and Bcon, Inc.

Joewono, T. B., and Kubota, H. 2007. User satisfaction with paratransit in competition with motorization in Indonesia. **anticipation of future implications.** 34(3) : 337-354.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., and Berry, L. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of Retailing.** 64(1) : 12- 40.

Zeithaml, Valerie, A. 1990. **Delivering Quality Service.** New York : The Free Press.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ ซึ่งนำข้อมูลไปประกอบการทำวิจัยของ นางสาวขวัญฤทัย ศิลปภร นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด โดยข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น โดยแบบสอบถาม มี 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

ขอบพระคุณที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นางสาวขวัญฤทัย ศิลปภร

นักศึกษาปริญญาโท สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ของผู้ประกอบการ

<u>ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ</u>

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยมที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (โปรดเลือกตามความเป็นจริง)

คำถามคัดกรอง

1. ท่านเป็นผู้ประกอบการหรือไม่

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

2. ท่านเคยใช้บริการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมหรือไม่

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

3. รูปแบบการจัดตั้งกิจการ (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

☐ 1) รูปแบบนิติบุคคล

☐ 2) รูปแบบบุคคลธรรมดา

☐ 3) รูปแบบการจัดตั้งกิจการอื่น ๆ โปรดระบุ _____

(ซึ่งเป็นไปตามกรณีได้รับการจดทะเบียนตามกำหนดของหน่วยงานราชการอื่น อาทิ วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ชุมชน พรบ. โรงแรม และพรบ. โรงเรียนเอกชน)

4. ประเภทอุตสาหกรรม (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

☐ 1) อุตสาหกรรมการผลิตและแปรรูป ☐ 2) อุตสาหกรรมการบริการ

☐ 3) อุตสาหกรรมค้าส่งและค้าปลีก

5. ระดับการดำเนินงาน (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

☐ 1) ธุรกิจขนาดกลาง ☐ 2) ธุรกิจขนาดย่อม ☐ 3) วิสาหกิจชุมชน

6. จำนวนการจ้างงาน (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

☐ 1) 1 - 5 คน ☐ 2) 6 - 30 คน

☐ 3) 31 - 50 คน ☐ 4) มากกว่า 51 คน

7. จำนวนปีในการดำเนินงาน (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

☐ 1) เริ่มต้นดำเนินงาน - 1 ปี ☐ 2) ตั้งแต่ 1 ปี - 3 ปี

☐ 3) ตั้งแต่ 3 ปี - 5 ปี ☐ 4) มากกว่า 5 ปีขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านเพียงคำตอบเดียว

ระดับความพึงพอใจ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

คุณภาพการบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)					
8. หน่วยงานมีสถานที่ให้บริการเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความสะอาด					
9. หน่วยงานมีอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการบริการที่ครบถ้วน					
10. หน่วยงานมีป้ายหรือบอร์ดแสดงข้อมูลพื้นฐานและขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน					
11. หน่วยงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น น้ำดื่ม ที่จอดรถ ห้องสุขา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น					
ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability)					
12. หน่วยงานให้ข้อมูล คำแนะนำ ที่ถูกต้องตามกฎระเบียบ ข้อบังคับเกี่ยวกับอุตสาหกรรม และเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด					
13. หน่วยงานให้บริการตรงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้					
14. กรณีที่เกิดข้อผิดพลาดขึ้นในการให้บริการ หน่วยงานสามารถแก้ไขปัญหาทันที เพื่อให้ดำเนินตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ได้อย่างต่อเนื่อง					
15. หน่วยงานมีการเก็บรักษาความลับข้อมูลของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี					
การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive)					
16. หน่วยงานมีการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการแม้กรณีเร่งด่วนได้เป็นอย่างดี					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณภาพการบริการ ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
17. ผู้รับบริการสามารถติดต่อกับหน่วยงานได้ตลอดเวลา แม้นอกเวลาราชการด้วยความเต็มใจ					
18. หน่วยงานปรับการบริการตามความต้องการการช่วยเหลือของผู้ประกอบการ					
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)					
19. หน่วยงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เรียกเก็บเงิน ไม่รับสินบนจากผู้มาใช้บริการ					
20. กระบวนการบริการของหน่วยงานมีมาตรฐาน					
21. เจ้าหน้าของหน่วยงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ ทำให้ท่านเชื่อมั่นในบริการที่ท่านได้รับว่าเป็นบริการที่ดีที่สุด					
การเอาใจใส่และรู้จักลูกค้า (Empathy)					
22. หน่วยงานมีการบันทึกข้อมูลของผู้รับบริการและสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และเป็นพื้นฐานสำหรับการรับบริการในครั้งถัดไป					
23. หน่วยงานมีการสำรวจความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นระยะ เพื่อนำมาพัฒนาโครงการต่าง ๆ สำหรับการให้บริการที่ตอบสนองได้ดียิ่งขึ้นต่อไป					
24. หน่วยงานมีช่องทางสามารถเข้าถึงได้ง่าย สำหรับให้ผู้มารับบริการเสนอความคิดเห็น หรือร้องทุกข์ได้					
25. บุคลากรของหน่วยงานสามารถจดจำรายละเอียดผู้รับบริการได้ เช่น ความต้องการของผู้ประกอบการครั้งสุดท้ายที่เข้ารับบริการ เป็นต้น					
26. หน่วยงานมีความห่วงใยผู้ประกอบการและติดตามการดำเนินการของธุรกิจทุกระยะ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<u>ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในบริการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ</u>

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านเพียงคำตอบเดียว

ระดับความพึงพอใจ 5 = พึงพอใจมากที่สุด, 4 = พึงพอใจมาก, 3 = พึงพอใจปานกลาง, 2 = พึงพอใจน้อย, 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
27. การให้บริการของหน่วยงานช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำประโยชน์ที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการได้จริง					
28. การให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่าน เกิดผลลัพธ์ในทิศทางที่ดี เช่น การลดต้นทุนการผลิต การมีรายรับรวมเพิ่มขึ้น					
29. การให้บริการของหน่วยงานเป็นการช่วยให้สถานประกอบการของท่าน เกิดการพัฒนาสร้างสรรค์สินค้า นวัตกรรมใหม่ได้					
30. หน่วยงานสามารถกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่มหรือสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมประเภทเดียวกันเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการได้					
31. หน่วยงานได้ให้บริการที่ดี มีการติดตามผลลัพธ์อย่างใกล้ชิด ทำให้สถานประกอบการมีการพัฒนาสู่ทิศทางที่ดีขึ้น					
32. หน่วยงานช่วยเหลือผู้ประกอบการได้เป็นรูปธรรม เช่น การพาผู้ประกอบการออกงานนิทรรศการต่าง ๆ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการพัฒนาศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

……...……

……..……

……..……

ผู้ทำการวิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวขวัญฤทัย ศิลปภร
วัน เดือน ปีเกิด	1 กันยายน 2534
ที่อยู่	182 หมู่ 13 บ้านหล่ายเหนือ ตำบลสบปราบ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง รหัสไปรษณีย์ 52170
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2557 เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2557 นักวิเคราะห์ข้อมูล บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรดิ๊วส จำกัด เครือเจริญโภคภัณฑ์ พ.ศ. 2562 นักวิชาการอุตสาหกรรมปฏิบัติการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
โทรศัพท์	065-591-4142

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้