คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน

ลัดดาวัลย์ บัวเคลือบ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

SERVICE QUALITY IN ISSUING NATIONAL IDENTIFICATION CARDS AND SERVICE USERS' SATISFACTION IN THE UPPER SOUTHERN REGION

Laddawan Buaklueab

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
College of Innovation Management
Rajamagala University of Technology Rattanakosin
Academic Year 2019

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin

คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน

ลัดดาวัลย์ บัวเคลือบ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

SERVICE QUALITY IN ISSUING NATIONAL IDENTIFICATION CARDS AND SERVICE USERS' SATISFACTION IN THE UPPER SOUTHERN REGION

Laddawan Buaklueab

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
College of Innovation Management
Rajamagala University of Technology Rattanakosin
Academic Year 2019

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin

ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวลัดดาวัลย์ บัวเคลือบ
วิชาเอก	การตลาดดิจิทัล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ศิริพงษ์ สีใสไพร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตโกสินทร์อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... ผู้อำนวยการวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
(รพี ม่วงนนท์)

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(รศ.ดร.ธาตรี จันทรโคลิกา)

..... กรรมการ
(ผศ.ดร.กอบกูล จันทรโคลิกา)

..... กรรมการ
(ดร.ศิริพงษ์ สีใสไพร)

Independent Study Certificate

College of innovation Management

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Independent Study Tile	Service Quality in Issuing National Identification Cards and Service Users' Satisfaction in the Upper Southern Region
Researcher	Miss Laddawan Buaklueab
Major	Digital Marketing
Advisor	Siripong Seesaiprai, D.B.A.

Rajamangala University of Technology Rattanakosin Approved this Independent Study in Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of Master of Business Administration.

..... Director of College of Innovation
(Rapee Moungnont, M.B.A) Management

Independent Study Committee

..... Chairperson
(Assoc. Prof. Tatre Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member
(Asst. Prof.Kobkul Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member
(Siripong Seesaiprai, D.B.A.)

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวลัดดาวัลย์ บัวเคลือบ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ศิริพงษ์ สีใสไพร
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน (3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน โดยใช้กรอบแนวคิดแบบจำลองดัชนีความพึงพอใจของผู้บริโภคของอเมริกัน

การวิจัยเชิงปริมาณนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำนวน 409 คน จากผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน เพื่อตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรทวินามการวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอย และการวิเคราะห์แบบจำลองโพรบิทแบบเรียงลำดับ

ผลการวิจัยคือ 1) ผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนของหน่วยงาน เอ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสูงกว่าผู้ใช้บริการของหน่วยงาน บี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ ประกอบด้วย ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่าและภาพลักษณ์ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนของเขตภาคใต้ตอนบนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย ความพึงพอใจและการร้องเรียน

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ บัตรประชาชน แบบจำลองดัชนีความพึงพอใจของผู้บริโภคของอเมริกัน

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

Independent Study Title	Service Quality in Issuing National Identification Cards and Service Users' Satisfaction in the Upper Southern Region
Researcher	Miss Laddawan Buaklueab
Degree Sought	Master of Business Administration
Advisor	Siripong Seesaiprai, D.B.A.
Academic Year	2019

Abstract

The purposes of this study were to compare users' satisfaction in the issuance services of national identification cards in the upper southern region; to investigate influencing factors of the satisfaction with the issuance services of national identification cards in the upper southern region; and to examine influencing factors of opportunities for repeats in the use of the issuance services of national identification cards in the upper southern region. The American Customer Satisfaction Index was employed as a conceptual framework.

In this quantitative study, data were collected by questionnaires. The sample was obtained through a stratified random sampling to include 409 service users who employed the issuance services of national identification cards in the upper southern region. The data were analyzed by a bivariate analysis, a regression model, and an ordered probit model.

Results revealed that users of the issuance services of national identification cards in Organization A demonstrated higher service satisfaction than those of the Organization B with statistical significance; the influencing factors of the satisfaction with the issuance services of national identification cards with statistical significance included expectation, quality perception, value perception, and image; and the influencing factors of opportunities for users to repeat the use of the issuance services of national identification cards in the upper southern region with statistical significance included satisfaction and complaint reporting.

Keywords: Image, National Identification Card, American Customer Satisfaction Index

Advisor's Signature .....

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงขึ้นได้ ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร. ธาตรี จันทรโคลิกา ประธานกรรมการ และคณะกรรมการทุกท่าน รวมไปถึง ดร.ศิริพงษ์ สีใสไพร และ ดร.ธัญนันท์ วรเศรษฐพงษ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ ทั้งในแง่ของสาระ แนวคิด และระเบียบวิธีวิจัย ตลอดจนตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำและกำลังใจแก่ผู้วิจัยจนสำเร็จการศึกษา

ขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน ทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลา ตอบแบบสอบถามให้แก่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอบคุณพี่ ๆ น้อง ๆ เพื่อน ๆ นักศึกษา รุ่น 12/1 ทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำ และคอยช่วยเหลือเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณมารดา และครอบครัว ที่ให้ความช่วยเหลือ และคอยให้กำลังใจให้กับผู้วิจัยในการศึกษา จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และคุณประโยชน์อันใดที่จะได้รับ จากการศึกษาวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยของมอบแด่มารดา ครูอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้สั่งสอนและประสิทธิ์ประสาทวิชาการทุกแขนง เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานต่อไป

ลัดดาวัลย์ บัวเคลือบ

กุมภาพันธ์ 2563

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... (1)

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... (2)

กิตติกรรมประกาศ..... (3)

สารบัญ..... (4)

สารบัญตาราง..... (6)

สารบัญภาพ..... (7)

บทที่ 1 บทนำ.....

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา..... 1

1.2 คำถามการวิจัย..... 3

1.3 วัตถุประสงค์..... 3

1.4 ขอบเขตของการวิจัย..... 3

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ..... 4

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 5

บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม..... 6

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับเทศบาลหัวหิน..... 6

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับอำเภอหัวหิน..... 7

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์..... 9

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ..... 11

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย..... 13

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 14

2.7 สมมติฐานของการวิจัย..... 18

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย..... 19

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย..... 19

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 21

3.3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล..... 24

3.4 วิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติ..... 25

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัย..... 26
4.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่ได้รับ..... 26
4.2 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง..... 31
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน..... 38
4.4 ผลการเปรียบเทียบดัชนีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชน ระหว่างเทศบาลหัวหิน และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์..... 41
4.5 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชน ของเทศบาลหัวหิน และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์..... 42
4.6 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ทำบัตรประชาชนของเทศบาลหัวหิน และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์..... 43
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ..... 44
5.1 สรุปผลการวิจัย..... 44
5.2 อภิปรายผลการวิจัย..... 47
5.3 ข้อเสนอแนะ..... 48
5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการวิจัยไปใช้..... 48
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป..... 49
บรรณานุกรม..... 50
ภาคผนวก..... 52
ประวัติผู้วิจัย..... 57

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

3.1 องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่าง..... 20

3.2 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม 22

4.1 แสดงการแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถามในภาพรวม..... 26

4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ACSI)..... 31

4.3 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอย ด้วยวิธีการประมาณค่า OLS (ACSI)..... 37

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

2.1 แสดงตราสัญลักษณ์เทศบาลเมืองหัวหิน..... 7

2.2 แสดงตราสัญลักษณ์กรมการปกครอง..... 9

2.3 กรอบแนวคิดทฤษฎีแบบจำลองความพึงพอใจ (ACSI)..... 13

4.1 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอย (ACSI)..... 38

4.2 ภาพเรดาร์เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามหน่วยงาน..... 41

4.3 ภาพเรดาร์เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ..... 42

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

บัตรประจำตัวประชาชน เป็นเอกสารที่ทางราชการออกให้เฉพาะผู้มีสัญชาติไทยเพื่อใช้พิสูจน์ทราบ และยืนยันตัวบุคคลว่าเป็นใคร มาจากแห่งหนตำบลใด ทำให้การเดินทางในต่างท้องที่เป็นไปด้วยความสะดวก และเป็นหลักฐานกรณีถูกตรวจค้นตัว ยืนยันและพิสูจน์ว่าเป็นคนบริสุทธิ์ที่ทางราชการรับรองแล้วไม่ใช่พวกมิจฉาชีพหรือพวกโจร รวมทั้งใช้เป็นหลักฐานในการใช้สิทธิเลือกตั้ง การสมัครงาน การติดต่อธุรกิจ การค้า การทำนิติกรรมสัญญา และการติดต่อประสานงานกับส่วนราชการหรือภาคเอกชน นอกจากนั้นยังเป็นหลักฐานที่หน่วยงานต่าง ๆ ใช้ตรวจสอบบุคคลเพื่อประกอบการออกหนังสือสำคัญต่าง ๆ เฉพาะด้าน เช่น บัตรประจำตัวผู้ป่วยของโรงพยาบาล ใบอนุญาตขับขี่รถยนต์หนังสือเดินทางหรือแม้แต่บัตรเครดิตประเภทต่าง ๆ ที่นิยมใช้กันในวงการของสถาบันการเงินและการธนาคาร ซึ่งหากไม่มีบัตรประจำตัวประชาชนแล้ว ความยุ่งยากสับสนในการยืนยันตัวบุคคลย่อมเกิดขึ้น อีกทั้งจะส่งผลทำให้การติดต่อดำเนินการในเรื่องนั้น ๆ ไม่อาจดำเนินการไปได้ด้วยความสะดวกรวดเร็ว (โชคสุข กรกิตติชัย, 2559, หน้า 1)

เทศบาลเป็นองค์การปกครองท้องถิ่นที่จัดตั้งขึ้นในพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นชุมชนเมืองหรือเป็นพื้นที่ที่มีความสามารถและแนวโน้มที่จะพัฒนาขึ้นเป็นเมือง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ เทศบาลตำบล เทศบาลเมือง และเทศบาลนคร ทั้งนี้แต่ละประเภทจะจัดตั้งอย่างสอดคล้องไปตามระดับความเจริญของท้องถิ่น จำนวนและความหนาแน่นของประชากรและอื่น ๆ โดยเทศบาลแต่ละประเภทจะมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญเหมือนกัน คือ การให้บริการสาธารณะเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นทั้งในด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการเทศบาลแต่ละแห่งจะจัดบริการดังกล่าวให้แก่ประชาชนได้มากน้อยเหมาะสมหรือไม่ขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่ งบประมาณ และนโยบายของแต่ละเทศบาล แม้บริการสาธารณะที่จัดของเทศบาลแต่ละแห่งจะมีความแตกต่างกันไป แต่สิ่งที่เป็นหลักการเดียวกันในการจัดบริการทุก ๆ เทศบาล ก็คือเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในเขตนั้นให้ได้มากที่สุด

สำนักทะเบียนอำเภอ เป็นหน่วยงานสังกัดกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ตั้งอยู่ที่ว่าการอำเภอในอำเภอหนึ่ง ๆ จะมีสำนักทะเบียนอำเภอหนึ่งแห่งมีหน้าที่ให้บริการประชาชนด้านงาน ทะเบียนราษฎร งานทะเบียนชื่อบุคคล งานทะเบียนครอบครัว งานบัตรประจำตัวประชาชน ถือว่าสำนักทะเบียนอำเภอ เป็นศูนย์รวมในการบริการประชาชนในเขตอำเภอเพราะเป็นส่วนราชการที่ออกเอกสารราชการยืนยัน กำหนดสถานะแห่งการเป็นพลเมืองของประเทศ ฉะนั้นประชาชนในเขตอำเภอต้องมาใช้บริการจากทางราชการผ่านสำนักทะเบียนอำเภอถือเป็นหน้าที่ของประชาชนที่ต้องปฏิบัติเพื่อรักษาสิทธิของตนเองไว้ โดยสำนักทะเบียนอำเภอมีหน้าที่รับผิดชอบและควบคุมการปฏิบัติงานทะเบียนราษฎรในเขตอำเภอ ยกเว้นในเขตท้องถิ่นโดยให้นายอำเภอหรือปลัดอำเภอผู้เป็นหัวหน้าประจำอำเภอเป็นนายทะเบียนอำเภอ และให้มีอำนาจแต่งตั้งผู้ช่วยนายทะเบียนอำเภอ สำหรับการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ในสำนักทะเบียนอำเภอย่อมมีผลกระทบต่อประชาชนในเขตอำเภออย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านจิตวิทยา ทางด้านสังคม ทางด้านเศรษฐกิจ ทางด้านการเมืองการปกครอง ทางด้านการศึกษา ผลกระทบทั้งหลายเหล่านี้ย่อมส่งผลสะท้อนกลับมายังส่วนราชการในภาพรวม บางแห่งจะเป็นในเชิงบวก บางแห่งจะเป็นในเชิงลบ ขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติหน้าที่และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ แม้จะมีระเบียบ กฎหมาย ควบคุมให้มีแนวทางปฏิบัติเดียวกัน ก็ไม่ได้หมายความว่าทุกแห่งจะมีมาตรฐานที่ดีทั้งหมด ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมหลาย ๆ อย่างรวมถึงพฤติกรรมบุคคลเป็นสำคัญ

การให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชนก็เป็นอีกหน้าที่หนึ่งขององค์กรหรือหน่วยงาน ซึ่งบัตรประจำตัวประชาชนเป็นเอกสารราชการที่ออกให้สำหรับคนไทยเท่านั้น เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการแสดงตน เพื่อพิสูจน์และยืนยันบุคคลในการติดต่อราชการ การขอรับบริการหรือสวัสดิการในด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานของรัฐ รวมไปถึงการใช้ประกอบการทำธุรกิจต่าง ๆ ทำนิติกรรม ฯลฯ เช่น การสมัครงาน การขอเปิดบัญชีเพื่อทำธุรกรรมกับธนาคาร เป็นต้น โดยในแต่ละวันมีประชาชนจำนวนมากเข้ามาใช้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน จึงส่งผลทำให้เกิดปัญหาความล่าช้าในการรับบริการ แต่ทางองค์กรหรือหน่วยงานก็ไม่ได้นิ่งนอนใจต่อปัญหา จึงได้มีการแก้ไขปัญหาโดยการแบ่งขั้นตอนในการปฏิบัติงานที่ชัดเจนมีป้ายบอกจุดต่าง ๆ ในการยื่นเอกสาร เพื่อให้ประชาชนที่เข้ามารับบริการนั้นทราบว่าจะต้องไปที่จุดไหนก่อนแล้วต้องทำอะไรอย่างไรต่อไปบ้าง เพื่อจะได้ไม่เกิดปัญหาในการที่ประชาชนยื่นเอกสารผิดจุดจนทำให้ต้องเสียเวลาและอาจจะเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ด้วยจำนวนของประชาชนที่มาใช้บริการจึงทำให้การให้บริการยังต้องใช้เวลานานอยู่พอควร

ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงต้องการทราบถึงคุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งในวัดผลและประเมินผล ในการสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ที่นำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และพัฒนาบุคคลากรเพื่อการให้บริการที่ดีแก่ประชาชนอย่างตรงตามความต้องการ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน หรือไม่

1.2.2 ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

1.2.3 ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

1.3 วัตถุประสงค์

งานวิจัยนี้ต้องการศึกษาถึง คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน โดยมีวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังต่อไปนี้

1.3.1 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

1.3.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยและตัวแปรที่ศึกษาไว้ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน โดยใช้แนวความคิดตามแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI) มาปรับใช้ในการศึกษา เพื่อเป็นข้อมูลในการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประกอบไปด้วย ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน ความภักดี และโอกาสใช้ซ้ำ

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนที่เข้าใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

1.4.2.2 กลุ่มตัวอย่างในการดำเนินงานวิจัย คือ ประชาชนที่เข้าใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน เลือกกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จำนวน 409 คน โดยจะมีการแบ่งสัดส่วน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมทุกกลุ่มในสัดส่วนที่เหมาะสม

1.4.3 ขอบเขตระยะเวลา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาคุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน ในช่วงเดือนมิถุนายน ถึง เดือนตุลาคม 2562

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน มีนิยามศัพท์ ได้แก่

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจหรือการรับรู้ของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อหน่วยงานในด้านต่าง ๆ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจหรือการรับรู้นี้อาจจะเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์โดยทางตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อมที่ผู้ใช้บริการนั้นได้ใช้บริการหรือรับรู้มาอาจเกิดเป็นมุมมองในด้านที่ดีหรือไม่ดีก็เป็นไปได้

การให้บริการ หมายถึง การให้บริการทำบัตรประชาชนให้กับบุคคลในเขตเทศบาลหัวหินอำเภอหัวหินและบุคคลนอกพื้นที่ที่มาติดต่อราชการโดยไม่เลือกปฏิบัติและต้องบริการด้วยความเสมอภาค อำนวยความสะดวกอย่างเป็นธรรม รวดเร็ว ถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ ด้วยหลักการให้บริการที่ดีในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการการทำบัตรประชาชน สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลหัวหินและอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เทศบาล หมายถึง เทศบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สำนักทะเบียนอำเภอ หมายถึง อำเภอเมืองหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประชาชน หมายถึง บุคคลทั่วไปซึ่งเป็นบุคคลที่มีสัญชาติไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 7 ปีขึ้นไปที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทะเบียนราษฎรเขตเทศบาลหัวหินหรืออำเภอหัวหิน หรือบุคคลนอกพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นผู้ที่มารับบริการการทำบัตรประชาชน จากสำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลหัวหินและอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน คาดว่าจะได้รับประโยชน์ ดังนี้

ต่อผู้ใช้บริการ

1.6.1 ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

1.6.2 ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

ต่อผู้ให้บริการ

1.6.3 ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อันจะส่งผลต่อการพัฒนาการให้บริการ

1.6.4 ทราบถึงปัจจัยและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เพื่อผู้ให้บริการสามารถพัฒนาการทำงานได้ถูกต้องและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

ต่อหน่วยงาน

1.6.5 ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อกำหนดทิศทางนโยบายการบริหารจัดการการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชนขององค์กรหรือหน่วยงาน ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

1.6.6 วางแผนการพัฒนา และยกระดับการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในอนาคต

บทที่ 2
การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางการศึกษา ดังนี้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับเทศบาลหัวหิน

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับอำเภอหัวหิน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7 สมมติฐานของการวิจัย

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับเทศบาลหัวหิน

ความเป็นมาของเทศบาลเมืองหัวหิน ได้มีพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลตำบลหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พ.ศ. 2480 โดยยกฐานตำบลหัวหินและตำบลหนองแก กิ่งอำเภอหัวหิน อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เฉพาะในเขตสภาจัดบำรุงสถานที่ชายทะเล ทิศตะวันตก เป็นเทศบาลตำบลหัวหิน มีพื้นที่รับผิดชอบ 72 ตารางกิโลเมตร

เริ่มแรกในการจัดตั้งเทศบาลตำบลหัวหินมีราษฎรประมาณ 4,000 คน มีบ้านเรือนประมาณ 500 หลัง และมีรายได้ ประมาณ 30,000-40,000 บาท และเมื่อ พ.ศ. 2492 กิ่งอำเภอหัวหินยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอหัวหิน เทศบาลตำบลหัวหินจึงอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และต่อมาได้มีพระราชกฤษฎีกาเปลี่ยนแปลง เขตเทศบาลตำบลหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พ.ศ. 2538 โดยขยายเขตเพิ่มเติมจากเดิม 72 ตารางกิโลเมตร เป็น 86.36 ตารางกิโลเมตร มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งขยายพื้นที่ลงไปในทะเล 500 เมตร และเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 ได้มีประกาศกระทรวงมหาดไทยเปลี่ยนแปลงฐานะจากเทศบาลตำบลหัวหินเป็น "เทศบาลเมืองหัวหิน" เป็นต้นมา

ตราสัญลักษณ์

ภาพที่ 2.1 แสดงตราสัญลักษณ์เทศบาลเมืองหัวหิน

ความหมายตราประจำเทศบาล

ดวงตราเทศบาลเมืองหัวหิน เป็นรูปพระนารายณ์ทรงนาค ขณะเดินทางไปปราบนนทกตามที่ได้รับแจ้งจากพระอิศวรการที่กำหนดดวงตราเช่นนี้ ก็ด้วยเหตุที่เขตเทศบาลเมืองหัวหิน มีพื้นที่ติดทะเลเป็นส่วนใหญ่ และเชื่อกันว่า "พญานาค" เป็นสัตว์ที่บันดาลให้เกิดน้ำทะเล ด้วยอำนาจและพลังการตีแปลงจนกลายเป็นอ่าวใหญ่ ส่วน "พระนารายณ์" เป็นเทวดาที่คอยคุ้มครองมนุษย์ให้ได้รับความสุขสบายตามความเชื่อถือในลัทธิพราหมณ์

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับอำเภอหัวหิน

ในอดีตที่ผ่านมาหัวหินเป็นหมู่บ้านขนาดเล็ก มีราษฎรอาศัยอยู่ไม่มากนัก ประกอบอาชีพทางด้านการประมง ต่อมาราษฎรในเขตท้องถิ่นอื่น เช่น จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดใกล้เคียงได้อพยพเข้ามาเพื่อทำมาหากิน และประกอบอาชีพในหมู่บ้านดังกล่าวมากขึ้น ทำให้ชุมชนเล็ก ๆ แห่งนี้ขยายตัวใหญ่ขึ้นมีความเจริญมากขึ้นตามลำดับ ต่อมาได้มีการสร้างทางรถไฟสายใต้มาถึงหัวหิน เมื่อปี พ.ศ. 2454 ตลอดจนได้มีการสร้างตำหนักบ้านพักตากอากาศของพระบรมวงศานุวงศ์และเจ้านายชั้นผู้ใหญ่ขึ้นในหมู่บ้านแห่งนี้เป็นจำนวนมาก และการรถไฟแห่งประเทศได้ก่อสร้างโรงแรมรถไฟ เป็นโรงแรมชั้นหนึ่งมีมาตรฐานเป็นเชิดหน้าชูตาของชาวหัวหิน สร้างสนามกอล์ฟหลวงหัวหิน (สนามกอล์ฟรถไฟ) ซึ่งเป็นสนามกอล์ฟแห่งแรกของประเทศไทย เพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนตากอากาศในพื้นที่เมื่อ พ.ศ. 2468 หัวหินถือเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศชายทะเลแห่งแรกของประเทศไทย มีชื่อเสียงระดับโลกเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 230 กิโลเมตร (ใช้เวลาเดินทาง 2.5-3 ชั่วโมง)

ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2469 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างวังไกลกังวลขึ้น เพื่อใช้เป็นสถานที่แปรพระราชทานเสด็จมาประทับแรมในห้วงฤดูร้อนและสร้างเสร็จ เมื่อ พ.ศ. 2473 สถานที่แห่งนี้นับเป็นสัญลักษณ์อันสง่างาม ทรงคุณค่าและเป็นที่ภาคภูมิใจเชิดหน้าชูตาของ ชาวหัวหินมาจนกระทั่งทุกวันนี้ ปัจจุบันพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ได้เสด็จฯ มาประทับ ณ วังไกลกังวล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เป็นการถาวรหัวหินได้ยกฐานะเป็นกิ่งอำเภอหัวหิน โดยขึ้นกับอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เมื่อ พ.ศ. 2475 และต่อมาทางราชการได้ยกฐานะกิ่งอำเภอหัวหินขึ้นเป็นอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เมื่อ พ.ศ. 2492 ซึ่งปัจจุบันนี้ตั้งอยู่บริเวณถนนเพชรเกษมแนวใหม่ ท้องที่ตำบลทับใต้ อำเภอหัวหิน นายอำเภอหัวหินคนแรก คือ นายเอื้อน จารุรัตน์ คนปัจจุบัน คือ นายธนนท์ พรรพีภาส ที่ว่าการอำเภอหัวหินหลังใหม่ในปัจจุบัน อาคารที่ว่าการอำเภอหัวหินหลังเก่า ก่อสร้างมาตั้งแต่ พ.ศ. 2512 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ขอใช้เป็นที่ตั้งของศูนย์รับเสด็จฯ เป็นอาคารครึ่งไม้ครึ่งคอนกรีต 2 ชั้น ขนาดกว้าง 7.20 เมตร ยาว 30 เมตร มีเนื้อที่ประมาณ 1 ไร่เศษ เพื่อใช้ในการติดต่อประสานงานภารกิจถวายความปลอดภัยและงานรัฐพิธีสำคัญกับสำนักงาน วังไกลกังวล (ปัจจุบัน ปี 2554 อาคารดังกล่าวได้ถูกรื้อถอน เพื่อก่อสร้างเป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์) ต่อมาในปี พ.ศ. 2539 ในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงครองราชย์เป็นปีที่ 50 กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทยได้พิจารณาจัดทำโครงการอำเภอ เฉลิมพระเกียรติ เพื่อน้อมเกล้าฯ ถวายเป็นราชสักการะ โดยพิจารณาจัดสรรงบประมาณเป็นค่าก่อสร้างอาคารที่ว่าการอำเภอทั่วไปประเทศ จำนวน 100 แห่ง ซึ่งอำเภอหัวหินเป็นอำเภอหนึ่งที่ได้รับการพิจารณาเข้าร่วมโครงการดังกล่าวโดยได้รับการจัดสรรงบประมาณปี 2539 จำนวน 6,595,000 บาท เป็นค่าก่อสร้างอาคารที่ว่าการอำเภอหลังใหม่ เป็นอาคารคอนกรีต 2 ชั้น ตามแบบมาตรฐานกรมโยธาธิการ แทนอาคารที่ว่าการอำเภอหัวหินหลังเก่าที่มีสภาพทรุดโทรม ไม่สะดวกต่อการให้บริการประชาชนผู้มาติดต่อราชการ มีพื้นที่จำกัดไม่สามารถขยายต่อเติมเพื่อรองรับการให้บริการแก่ประชาชน และมีที่จอดรถก็ไม่เพียงพอ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงได้ขอย้ายที่ว่าการอำเภอหัวหินไปตั้งอยู่บริเวณถนนเพชรเกษมแนวใหม่ (ถนนบายพาส) ตั้งอยู่หมู่ที่ 10 ตำบลทับใต้ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยนายอเนก พรสมบูรณ์ศิริ, นายจวนง้าว พรสมบูรณ์ศิริ และนางประเทือง พรสมบูรณ์ศิริ ได้ร่วมกันบริจาคที่ดิน จำนวน 75 ไร่ และเงินสมทบเป็นค่าก่อสร้างอาคารที่ว่าการอำเภอจากอาคาร 2 ชั้น เป็นอาคาร 3 ชั้นอีกจำนวน 10 ล้านบาท ซึ่งจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้ทำสัญญาว่าจ้าง ห้างหุ้นส่วนจำกัดโชคเจริญการก่อสร้าง (1994) เป็นผู้ดำเนินการก่อสร้าง เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2539 กำหนดแล้วเสร็จในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2540 เป็นเวลา 270 วัน เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ที่ว่าการอำเภอหลังใหม่ อำเภอจึงได้ประสานงานกับงานพิธีของสำนักพระราชวัง กำหนดฤกษ์ในการวางศิลาฤกษ์ซึ่งตรงกับวันศุกร์ที่ 27 กันยายน 2539 เวลา 09.09 - 09.39 น. เป็นวันเวลาที่เป็นมหามงคลฤกษ์ และได้รับเกียรติจากนายกอบกุล ทองลงยา ผู้ว่าราชการจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในขณะนั้น เป็นผู้ประกอบพิธีวางศิลาฤกษ์อาคารที่ว่าการอำเภอหัวหินหลังใหม่ และการก่อสร้างได้ดำเนินการมาจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ต่อมาเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2542 นายอรรถสิทธิ์ มานะกุล นายอำเภอหัวหินในขณะนั้น ได้ให้ส่วนราชการต่าง ๆ ย้ายไปปฏิบัติงาน ณ ที่ว่าการอำเภอหัวหิน หลังใหม่แห่งนี้ให้บริการแก่พี่น้องประชาชนชาวหัวหินจนถึงปัจจุบัน

ตราสัญลักษณ์

ภาพที่ 2.2 แสดงตราสัญลักษณ์กรมการปกครอง

ความหมายและเครื่องหมายราชการกรมการปกครอง

เป็นรูปราชสีห์ยืนบนโขนหิน หันหน้าไปทางซ้ายอยู่ภายในวงกลม ด้านหน้าและด้านหลังตัวราชสีห์จะมีรูปลายต้นไม้และกิ่งไม้ และที่ขอบด้านล่างของวงกลมมีตัวอักษร "กรมการปกครอง"

ราชสีห์ เป็นสัตว์ที่สะอาดหมดจดไม่มัวหมอง เที่ยวไปด้วยเท้าทั้งสี่ มีเยื้องกรายอย่างกล้าหาญ มีรูปร่างโอ่อ่าสร้อยคอสะสวย ไม่นอบน้อมสัตว์ใด ๆ แม้เพราะจะต้องเสียชีวิต หาอาหารไปโดยลำดับ พบปะอาหารที่ใดก็กินเสียจนอิ่มในที่นั้นไม่เลือกว่าดีหรือไม่ดีกินได้ทั้งนั้น ไม่มีการสะสมอาหารและหาอาหารไม่ได้ก็ไม่ดิ้นรน ได้ก็ไม่ทะยานและไม่กินจนเกินต้องการ อันเป็นลักษณะของข้าราชการที่รับใช้สนองพระเดชพระคุณพระเจ้าแผ่นดิน สำหรับโขนหิน ต้นไม้และกิ่งไม้ หมายถึงป่าอันเป็นที่อาศัยของราชสีห์ ซึ่งเสมือนเป็นเจ้าป่าที่มีความน่าเกรงขาม และเป็นที่ยอมรับของสัตว์ทั้งหลาย อันเป็นลักษณะของความเป็นผู้นำในการบูรณาการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจหรือการรับรู้ของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนตามความรู้สึกนึกคิดที่เกิดจากการได้รับรู้ ได้สัมผัสหรือรับรู้ต่อองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานต่าง ๆ อาจจะเป็นความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจในการให้บริการหรือการนำเสนอให้สาธารณชนได้รับรู้ ซึ่งหากภาพที่ปรากฏในมุมมองของผู้รับหรือผู้ใช้บริการนั้น หากเป็นภาพลักษณ์ที่ดีก็จะทำให้ประชาชนหรือบุคคล เกิดความพึงพอใจ เกิดความประทับใจ เกิดความน่าเชื่อถือ และเกิดเป็นมุมมองที่ดี แต่หากเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดีก็จะทำให้ไม่เกิดความพึงใจ ไม่เกิดความประทับใจ ไม่น่าเชื่อถือ ต่อองค์กร หรือหน่วยงานนั้น ๆ ภาพลักษณ์ในความหมายของพจนานุกรรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง ภาพที่เกิดจากความคิด ซึ่งเดิมภาษาไทยใช้ “จินตภาพ” ในปัจจุบันได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ ยกตัวอย่างเช่น

เสรี วงษ์มณฑา (2541, หน้า 18) ใช้คำว่า “ภาพพจน์” ในความหมายของคำว่า “ภาพลักษณ์” (Image) เนื่องจากได้ให้เหตุผลว่าเป็นคำที่ใช้ในความหมายของภาพลักษณ์จนคนทั่วไปรับทราบและเข้าใจร่วมกันเป็นอย่างดี ซึ่งภาพลักษณ์นี้หมายถึงข้อเท็จจริงบวกกับการประเมินส่วนตัว เป็นภาพที่ฝังใจของบุคคลอยู่นานแสนนาน ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความจริงก็ได้

วิจิตร อาวะกุล (2542, หน้า 42) กล่าวว่า “ภาพลักษณ์” เป็นภาพของสถาบัน หน่วยงาน บริษัท ห้างร้านหรือบุคคล ที่เกิดความรู้สึกขึ้นในจิตใจของคนเราว่า ดี ไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ เชื่อถือ ไม่เชื่อถือเห็นด้วยไม่เห็นด้วย ฯลฯ ถ้าความเห็นของคนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ภาพลักษณ์ที่ดีจะสร้างความน่านิยมเลื่อมใส และภาพลักษณ์ที่ไม่ดี จะทำให้การดำเนินงานของสถาบันนั้นล้มเหลวได้

วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2548, หน้า 22) ให้ความหมายของ Image หรือ ภาพลักษณ์ว่า มีที่มาที่ไปที่สำคัญของคำต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

I = Institution สถาบัน คือภาพลักษณ์ที่สร้างได้จากการทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ องค์กรที่เป็นสถาบัน จะต้องมีตึกอาคารใหญ่ และมีเพลงสถาบัน มีโครงสร้างการจัดการที่มีความเป็นปึกแผ่นดูยิ่งใหญ่ มีโลโก้ขององค์กรที่งามสง่า และสร้างศรัทธาได้ในระยะยาว

M = Management คณะผู้บริหารต้องมีความฉลาดมีความดีความงาม และมีผลงานเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่ว ไป จะเห็นว่าองค์กรระดับโลกเราจะคิดถึงคนที่เป็นเบอร์หนึ่ง เบอร์สอง หรือเบอร์สามได้อย่างดี สิ่งที่ทำได้ดีก็เป็นเพราะว่าผู้บริหารทุกท่านมีประสบการณ์ และ Profile เป็นที่รู้จัก ยอมรับ เช่น เป็นอาจารย์รับเชิญมหาวิทยาลัย เป็นนักปราชญ์ทางด้านวิชาการที่เขียนหนังสือออกมามากมายหลายเล่มจนเป็นที่ยอมรับ ในทางกลับกันถ้าองค์กรนั้นมีผู้บริหารที่ทุกคนเอือมระอาภาพลักษณ์นั้นก็จะสะท้อนออกมาในแง่ลบ

A = Action หรือการกระทำต่อประชาชนหรือผู้บริโภค จากสิ่งที่โฆษณาว่าดีที่สุดของโทรศัพท์มือถือยอดเยี่ยมในการบริการครอบคลุมทุกพื้นที่โดยทั่ว ในกรณีนี้ผู้บริโภคถือมากกว่าคนขายของอาจจะโฆษณาเกินจริง อาจจะไม่ดีจริงตามคำโฆษณาของผู้ผลิต ถือว่าเป็นการหลอกลวงโดยสิ้นเชิง ฉะนั้นการกระทำของเจ้าของสินค้ามักจะกลับมาทำลายตัวเอง เพราะลูกค้าจะไม่เชื่อถือองค์กรหรือบริษัทนั้น ๆ อีกต่อไป ถ้ามุ่งเน้นในการให้บริการที่ดีโดยมีการลงทุนอย่างต่อเนื่องเพื่อหนีคู่แข่ง เช่นที่ AIS ทำกับสินค้าของเขา และใช้ชื่อใหม่ว่า “Advance GSM” ทำให้เขาหนีจาก“Killing Field” ในเรื่องราคา แต่มาเน้นในด้านคุณภาพที่ต่อติดง่ายหลุดยากและครอบคลุมพื้นที่เป็นตัวอย่างของ Action ที่น่าจะเป็นแบบอย่าง

G = Goodness ความดี ความงาม เป็นเรื่องขององค์กรที่คนดีอยู่ในสังคม เช่น ตรงไปตรงมา จ่ายภาษีรัฐเต็มจำนวน มีการจ้างงานคนไทยมากมาย หรือเป็นองค์กรต่างชาติแต่มีการถ่ายทอดทักษะให้คนไทยอย่างต่อเนื่อง หรือทำประโยชน์ให้แก่สังคม ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ไม่โจมตีคู่แข่งขันอย่างไม่ถูกกติกา ตลอดจนเป็นคนดีในภาพรวมขององค์กร สะท้อนภาพลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

E = Employee พนักงานขององค์กรเปรียบเสมือนทูตองค์กร ที่จะเสริมความน่าเชื่อถือความสัมพันธ์กับลูกค้าและกับสังคม พนักงานเปรียบเสมือนกระบอกเสียงที่สำคัญในการกระจายชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าขาดการสื่อสารกับพนักงานที่ดี ขาดความเข้าใจต่างกัน ภาพลักษณ์ก็จะกลับกลายเป็นภาพลบ และถ้าภาพลบออกจากพนักงานจะเป็นสิ่งที่ทุกคนจะฟังเพราะเขาเหล่านั้นอยู่ใกล้ชิดองค์กรมากกว่าเพื่อน

สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ในการให้บริการนั้นมีความสำคัญต่อองค์กรหรือหน่วยงานเป็นอย่างมาก เพราะการที่จะได้รับการยอมรับหรือการกลับมาใช้บริการซ้ำของประชาชนนั้น ก็ขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ในการให้บริการ และการรับรู้คุณภาพการให้บริการขององค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ หากองค์กรหรือหน่วยงานมีภาพลักษณ์ในการให้บริการที่ดี มีคุณภาพการให้บริการที่ดี แน่นอนว่าประชาชนหรือผู้ใช้บริการนั้นย่อมเกิดความพึงพอใจ ให้ความไว้วางใจ และให้ความร่วมมือแก่องค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ และกลับมาใช้บริการซ้ำ แต่ในทางตรงกันข้ามหากองค์กรหรือหน่วยงานมีภาพลักษณ์ในการให้บริการและมีคุณภาพในการให้บริการในเชิงลบหรือมีชื่อเสียงเสื่อมเสีย แน่นอนว่าประชาชนหรือผู้ใช้บริการนั้นก็ย่อมจะเกิดความไม่พึงพอใจ ไม่ไว้วางใจ และไม่กลับมาใช้บริการขององค์กรหรือหน่วยงานนั้นซ้ำ ซึ่งจะส่งผลตามมาในภายหลังและอาจจะเกิดปัญหา อุปสรรคหรือเกิดแรงต่อต้านจากประชาชนและบุคคลภายนอกองค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ อีกด้วย

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ คือ การทำให้ความรู้สึกของประชาชน บุคคล หรือผู้ใช้บริการได้รับบริการในสิ่งที่ดี เป็นที่น่าพอใจ เกิดความประทับใจ ตามที่ผู้ใช้บริการนั้นคาดหวังหรือตั้งใจไว้หรือมากกว่าที่ได้คิดไว้ การจะทำให้เกิดความพึงพอใจได้นั้น องค์กรหรือหน่วยงานต้องมีระบบ มีโครงสร้างที่ดี มีความสัมพันธ์สอดคล้องกันทุกฝ่าย เช่น ด้านเครื่องมือในการให้บริการที่มีความทันสมัย ด้านบุคลากรมีความรู้ความสามารถเข้าใจในหน้าที่สามารถให้บริการด้วยความเต็มใจ มีใจรักในการให้บริการ ด้านสถานที่มีความสะอาดมีพื้นที่เหมาะสมต่อการให้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นและมั่นใจเมื่อมารับบริการ ซึ่งทั้งหมดนี้ถือเป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังมีนักวิจัยอีกหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ ยกตัวอย่างเช่น

จิราพร กำจัดทุกข์ (2552, หน้า 23) ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่เป็นการยอมรับความรู้สึก ที่ยินดีความรู้สึกชอบในการได้รับบริการหรือได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังหรือความต้องการที่บุคคลนั้นได้ตั้งไว้

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2549, หน้า 35) กล่าวถึงความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนที่สัมผัสกับโลกทัศน์เกี่ยวกับการจัดการสภาพแวดล้อมค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการจัดการสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดีเลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547, หน้า 182) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง และความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

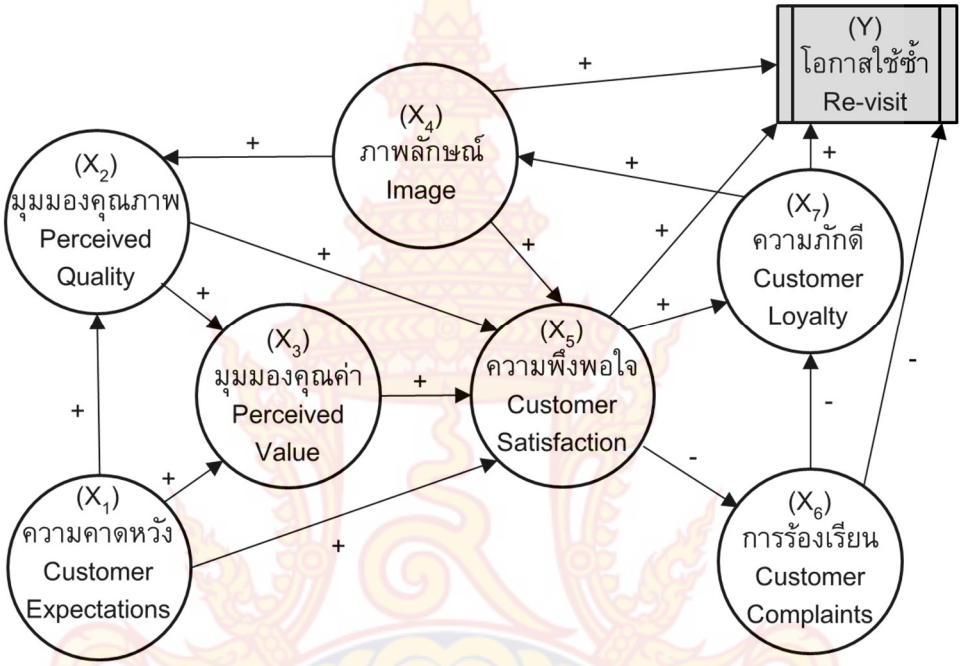
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการ

อนงค์นาฎ แก้วไพฑูรย์ (2554, หน้า 27) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการไว้ว่า สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจและทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบ ต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการและการนำเสนอการบริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ในระหว่างการบริการผู้ให้บริการจะต้องตระหนักตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจในการบริการ ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ พฤติกรรมที่แสดงออกในการให้บริการต้องแสดงออกด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการผู้ให้บริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดระบบบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ สะดวกรวดเร็วและมีคุณภาพ การนำเทคโนโลยีเข้ามาร่วมในการพัฒนาระบบบริการด้วยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการซึ่งในการบริการที่มีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจแก่ ผู้รับบริการได้นั้นมิได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งแต่มีหลายปัจจัยร่วมกัน ดังนั้นการให้บริการที่ตรงกับสิ่งที่คาดหวังของผู้รับบริการจะต้องนำกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจในการบริการมาประยุกต์ใช้ให้เป็นรูปธรรมมากที่สุดซึ่งมีอยู่หลายวิธีด้วยกันล้วนตั้งอยู่บนพื้นฐานความคิดเดียวกัน คือ การให้บริการที่ตรงกับสิ่งที่คาดหวังของผู้รับบริการจนกลายเป็นความพึงพอใจ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้นเป็นความรู้สึกทางจิตใจที่ผู้ใช้บริการจะได้รับจากการให้บริการของเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงาน หากผู้ให้บริการหรือเจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดี ผู้ใช้บริการก็จะเกิดความพึงพอใจและส่งผลที่ดีต่อองค์กรหรือหน่วยงาน ซึ่งการให้บริการที่ดีที่ตรงกับสิ่งที่ผู้ใช้บริการนั้นคาดหวังก็จะส่งผลที่ดีต่อความพึงพอใจ และส่งผลการตัดสินใจกลับมาใช้บริการต่อไป

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อใช้ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI) มาเป็นเครื่องมือในการวิจัย ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดทฤษฎีแบบจำลองความพึงพอใจ (ACSI)

จากภาพ 2.1 กรอบแนวคิดและทฤษฎีแบบจำลองความพึงพอใจ (ACSI) ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชน จะเป็นปัจจัยที่กำหนด มุมมองต่อคุณภาพและบริการของผู้ใช้บริการ และทั้งสองปัจจัยจะส่งผลต่อไปยัง มุมมองคุณค่าของการใช้บริการทำบัตรประชาชน โดยที่ปัจจัยทั้งสามจะส่งผลต่อเนื่องไปยังความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชน ที่สามารถจัดทำต่อเป็นดัชนีวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งหากผู้ใช้บริการพึงพอใจก็จะส่งผลให้เกิด ความภักดีต่อบริการทำบัตรประชาชนจากผู้ใช้บริการ ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อการให้บริการทำบัตรประชาชนและเกิดโอกาสในการกลับมาใช้ซ้ำ แต่หากความคาดหวัง คุณภาพและคุณค่าของผู้ใช้บริการที่ได้รับนั้นไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง อาจทำให้เกิดความไม่พอใจและทำให้เกิดการร้องเรียนหรือการแนะนำเพื่อให้ปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลในเชิงลบและเชิงบวกต่อการใช้บริการทำบัตรประชาชนด้วยเช่นกัน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากแบบจำลองความพึงพอใจ (ACSI) ผู้วิจัยจึงสรุปและอธิบายให้ความหมายในแต่ละปัจจัยที่ศึกษารวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

1) ความคาดหวัง (Customer Expectation)

บัตรประจำตัวประชาชนเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการแสดงตน เพื่อพิสูจน์และยืนยันบุคคลในการติดต่อราชการ รวมไปถึงการใช้ประกอบการทำธุรกิจหรือธุรกรรมต่าง ๆ แน่นอนว่าประชาชนหรือผู้ใช้บริการนั้นมีความคาดหวังต่อการมารับบริการขององค์กรหรือหน่วยงานที่ให้บริการ และเมื่อผู้ใช้บริการมีความคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่ดีหรือจะเป็นไปตามความต้องหรือไม่นั้น ผู้ใช้บริการยังมองถึงคุณภาพ คุณค่า และความพึงพอ โดยทั้งสามปัจจัยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความคาดหวัง ดังนี้ (มณีรัตน์ เพชรอินทร์, 2562, หน้า 766) ได้ทำการศึกษาระดับความคาดหวังของประชาชนต่อการให้บริการงานทะเบียนราษฎร สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลเมืองระนอง จังหวัดระนอง พบว่า ระดับความคาดหวังของประชาชนต่อการให้บริการงานทะเบียนราษฎร สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลเมืองระนอง จังหวัดระนอง ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก, ด้านกระบวนการให้บริการ, ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านระยะเวลาการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ณรงค์ ทรวงโพธิ์, 2552, หน้า 51-52) ได้ศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการต่อการบริการจ่ายสิ่งของขนาดใหญ่ของที่ทำการไปรษณีย์นครราชสีมา พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวัง ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการอยู่ในระดับมาก

2) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality)

คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ และหากการบริการนั้นเป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้งานแล้วนั้น ก็ยังจะสามารถวัดผลความพึงพอใจได้อีกด้วย เช่น ในการให้บริการแต่ละขั้นตอนมีความสะดวกและรวดเร็ว การให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีความคล่องตัว เป็นต้น คุณภาพของบริการจึงมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อคุณค่าและความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านมุมมองคุณภาพ ดังนี้ (ปิยณัฐ จันทร์เกิด, 2560, หน้า 84) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ ตามการรับรู้ของประชาชน พบว่าการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ตามการรับรู้ของประชาชนโดยรวม มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้มีคุณภาพการให้บริการอยู่ระดับมากที่สุด ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ณัฏฐ์ดนัย ประเทืองบริบูรณ์, 2560, หน้า 103) ได้ทำการศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการประชาชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง พบว่าความพึงพอใจต่อการบริการที่มีต่อหน่วยงาน

รวมทุกด้านโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจต่อการบริการในงานด้านต่าง ๆ โดยแยกเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการให้บริการที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการตื่นตัวและปรับสภาพการบริหารงานให้เป็นไปตามแนวทางการบริหารภาครัฐสมัยใหม่ที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางและทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการบริการ

3) มุมมองคุณค่า (Perceived Value)

องค์กรหรือหน่วยงานของภาครัฐจะต้องสร้างคุณค่าที่ดีต่อการบริการประชาชนหรือผู้ใช้บริการ เพราะการที่ประชาชนหรือผู้ใช้บริการจะมองเห็นถึงคุณค่าหรือความคุ้มค่าในการใช้บริการนั้น มักเกิดจากความรู้สึกความคาดหวังต่อการที่จะได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพเกิดความพึงพอใจ และทำให้เกิดความมั่นใจและเกิดการบอกต่อไปยังบุคคลอื่น ๆ ต่อไป เช่น คุณภาพของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า เป็นต้น คุณค่าของบริการจึงมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านคุณค่า ดังนี้ (ศรวิษฐา ฉิมชาญเวช และ ฐิติมา โห้ลำยอง, 2561, หน้า 49) ได้ทำการศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการงานทะเบียนราษฎร์ กรณีศึกษา อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี พบว่า ระดับประสิทธิภาพการให้บริการงานทะเบียนราษฎร์การให้บริการงานทะเบียนราษฎร์ในภาพรวม อยู่ในระดับประสิทธิภาพมาก เมื่อพิจารณาโดยจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสะดวกมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับประสิทธิภาพมาก รองลงมาด้านความรวดเร็ว อยู่ในระดับประสิทธิภาพมาก ด้านความถูกต้อง อยู่ในระดับประสิทธิภาพปานกลาง และด้านความเสมอภาคมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อยู่ในระดับประสิทธิภาพปานกลาง

4) ภาพลักษณ์ (Image)

การให้บริการที่ดีส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรหรือหน่วยงาน นอกจากนี้สถานที่ ความเป็นระบบระเบียบ ความรวดเร็วในการให้บริการนั้น ล้วนส่งผลต่อภาพลักษณ์ทั้งสิ้น ผู้ใช้บริการจะมองถึงมุมมองต่อภาพลักษณ์ที่ดีก็ขึ้นอยู่กับการได้รับการบริการที่ดี ซึ่งปัจจัยด้านภาพลักษณ์นั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพบริการ ความพึงพอใจ และโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ดังนี้ (เรืออากาศโท ศุภกิจ ภาวิไล, 2560, หน้า 193) ได้ทำการศึกษาภาพลักษณ์กระทรวงกลาโหมในทัศนคติของบุคลากร สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มุมมองด้านภาพลักษณ์ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการสร้างภาพลักษณ์มีส่วนเสริมสร้างให้หน่วยงานสถาบันหรือองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชน เพื่อผลแห่งชื่อเสียงความเชื่อถือศรัทธาที่มีต่อหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับด้วย อาจจะเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมหรือการกระทำขององค์กรนั้น ซึ่งบุคลากรในองค์กรนั้นถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์และรักษาภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรก่อนที่จะถูกเผยแพร่ไปสู่ประชาชนและสังคมภายนอก ดังนั้น การดำเนินงานของ

สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นด้วยความจริงใจ ถูกต้องอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ทำให้บุคลากรในองค์กรรับรู้ได้เป็นอย่างดี

5) ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญ เป็นความรู้สึกทางบวก เป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นการได้รับบริการที่ดี หรือได้สภาพแวดล้อมสถานที่ให้บริการที่ดี ทั้งนี้ยังส่งผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการ คุณค่าที่ได้รับ และภาพลักษณ์ในเชิงบวกอีกด้วย อาจนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ถึงแม้ว่าในการทำบัตรประชาชนนั้นผู้ใช้บริการจะพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ตาม ก็ต้องกลับมาใช้บริการ แต่ในทางกลับกันหากองค์กรหรือหน่วยงานใส่ใจต่อความต้องการของผู้ใช้บริการก็จะทำให้เกิดความพึงใจ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรหรือหน่วยงาน หากองค์กรหรือหน่วยงานไม่ใส่ใจต่อความต้องการหรือคำแนะนำของผู้ใช้บริการก็จะอาจส่งผลในเชิงลบและเกิดการร้องเรียน ทำให้องค์กรหรือหน่วยงานนั้นเสียภาพลักษณ์และอาจส่งผลต่อความภักดีในการกลับมาเลือกใช้บริการซ้ำอีกด้วย ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความพึงพอใจ ดังนี้ (ธีรยุทธ ชะนิล และ เกรียงไกร ข่ายม่าน, 2561, หน้า 187)ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการจากเทศบาลตำบลท่าประจะ อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการได้รับบริการของประชาชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยแยกเป็นรายด้าน คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (เทพนรินทร์ ทองสัมฤทธิ์, 2562, หน้า 6) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการงานทะเบียนราษฎรของเทศบาลตำบลไม้เรียง อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการงานทะเบียนราษฎรของเทศบาลตำบลไม้เรียง อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กฤตนพรรณ ดีนิสัย, 2560, หน้า 56 - 57) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดนครนายก พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

6) การร้องเรียน (Customer Complaints)

ในการให้บริการขององค์กรหรือหน่วยงานนั้น มักมีทั้งผู้ใช้บริการที่พึงพอใจและไม่พึงพอใจ และแน่นอนว่าในการให้บริการที่ดีนั้นองค์กรหรือหน่วยงานนั้นต้องรับฟังเสียงหรือคำแนะนำจากผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไข ซึ่งช่องทางในการแสดงความคิดเห็น การร้องเรียน หรือการแนะนำ นั้นก็มีอยู่หลายช่องทาง เช่น การร้องเรียนหรือเสนอคำแนะนำไปยังผู้บริหารโดยตรง บอกต่อปัญหาไปยังคนที่รู้จัก หรือสื่อสังคมออนไลน์ เมื่อเกิดการร้องเรียนขึ้นแล้วองค์กรหรือหน่วยงานต้องยอมรับฟังข้อแนะนำและการร้องเรียน ซึ่งอาจจะส่งผลทั้งข้อดีและข้อเสีย และในการร้องเรียนนั้นสามารถส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ ความภักดี และโอกาสกลับมาใช้ซ้ำอีกด้วย ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการร้องเรียน ดังนี้ (อรุณศรี จงเจียมจิตต์, อนันต์ ธรรมชาลัย และชัยวุฒิ จันมา, 2562, หน้า 125) ได้ทำการศึกษาปัจจัยการจัดการข้อร้องเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการร้องเรียนของลูกค้าการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากสุด ทั้งนี้เพราะการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้ให้ความสำคัญกับการจัดการข้อร้องเรียน โดยการกำหนดมาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเป็นตัวชี้วัดประเมินผลการจัดการมาตรฐานคุณภาพ จึงทำให้ผู้บริหารให้ความสำคัญกับปัจจัยการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในการบริหารจัดการข้อร้องเรียน

7) ความภักดี (Customer Loyalty)

ความภักดีของผู้ใช้บริการต่อทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการขององค์กรหรือหน่วยงานไม่ว่าจะเกิดจากความคาดหวัง ความเชื่อมั่น คุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ รวมไปถึงการกลับมาใช้บริการซ้ำ ทั้งหมดเกิดจากพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ หากองค์กรหรือหน่วยงานนั้นมีการให้บริการที่ดีแล้วนั้น ก็จะส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์และการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการที่องค์กรหรือหน่วยงานต่อไป ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความภักดี ดังนี้ (นุชนาถ บัวสุดตา และ ลัดดา วัจนะสาริกากุล, 2562, หน้า 7) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับความภักดีของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัยของรัฐในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า คุณภาพบริการที่เกิดจากการรับรู้หลังจากใช้บริการจริงของนักศึกษากับความภักดีต่อการบริการ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าความภักดีต่อการบริการทางด้านทัศนคติต่อการรับประกันมีระดับความสัมพันธ์สูงที่สุด แสดงให้เห็นว่านักศึกษามีความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ และมีความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัยว่าหลักสูตร คณาจารย์และบุคลากร สามารถให้บริการตรงตามความต้องการได้ สำหรับความภักดีต่อการบริการด้านพฤติกรรมต่อความน่าเชื่อถือ มีระดับความสัมพันธ์สูงที่สุด แสดงให้เห็นว่า การให้บริการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องและสม่ำเสมอเพราะความน่าเชื่อถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความภักดีต่อการบริการ และจะนำไปสู่พฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ ๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นความภักดีต่อการบริการอย่างแท้จริง

8) โอกาสใช้ซ้ำ (Revisit)

ในการให้บริการขององค์กรหรือหน่วยงานที่จะทำให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกนั้น ล้วนมีผลมาจากความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความพึงพอใจในด้านคุณภาพของบริการ หรือแม้แต่ความภักดีในบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับนั้นมีความคุ้มค่าต่อการที่จะได้รับบริการจากองค์กรหรือหน่วยงาน ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความภักดี ดังนี้ (ภัทรพร เกตุลักษณ์ และ มาลัย กมลสกุลชัย, 2562, หน้า 539-545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสการกลับมาใช้บริการซ้ำของร้านหนังสือเอเชียบุ๊คส์และร้านหนังสือคิโนะคูนิยะในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสการกลับมาใช้บริการของร้านหนังสือเอเชียบุ๊คส์และร้านหนังสือคิโนะคูนิยะซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย มุมมองความภักดีและข้อร้องเรียน ซึ่งจะทำให้เกิดโอกาสการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่กำลังศึกษา คือ มุมมองความภักดี การร้องเรียน และโอกาสใช้ซ้ำ

2.7 สมมติฐานของการวิจัย

H_1 : ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และภาพลักษณ์ของการให้บริการทำบัตรประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณภาพในการให้บริการ

H_2 : ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และมุมมองคุณภาพในการให้บริการทำบัตรประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณค่าของผู้ใช้บริการ

H_3 : ความภักดีของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการ

H_4 : ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า และภาพลักษณ์ในการให้บริการทำบัตรประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

H_5 : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการร้องเรียนของผู้ใช้บริการ

H_6 : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ และการร้องเรียนของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ

H_7 : ภาพลักษณ์ในการให้บริการ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ และการร้องเรียนของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน งานวิจัยนี้เริ่มจากขั้นตอนการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการทบทวนวรรณกรรมหรือบทความทางวิชาการจากฐานข้อมูล ค้นคว้าจากเอกสาร เก็บรวบรวมข้อมูลจากบทความงานวิจัยตลอดจนข้อมูลจากเว็บไซต์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้มิติความพึงพอใจ ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Customer Expectations) มุมมองต่อคุณภาพของผู้ใช้บริการ (Perceived Quality) มุมมองคุณค่าของผู้ใช้บริการ (Perceived Value) ภาพลักษณ์ในการให้บริการ (Image) ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการ (Customer Satisfaction) การร้องเรียน (Customer Complaints) ความภักดี (Customer Loyalty) และโอกาสใช้ซ้ำ (Re-visit) และนำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาสร้างเป็นเครื่องมือในลักษณะแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำเสนอวิธีการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3.3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
3.4 วิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติ

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่เข้าใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เข้าใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จำนวน 409 คน เพื่อเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน โดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 3.1 องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการ	เทศบาลหัวหิน	อำเภอหัวหิน	Total
5 – 15 นาที	56	38	94
	59.57%	40.43%	100%
16 – 30 นาที	83	98	181
	45.86%	54.14%	100%
30 นาทีขึ้นไป	68	66	134
	50.75%	49.25%	100%
รวม	207	202	409
	51.61%	49.39%	100%

จากตารางที่ 3.1 องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจมาได้ และนำมาใช้ในงานวิจัยนี้สามารถเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรได้ โดยกลุ่มตัวอย่างมีองค์ประกอบจากประชากรทุกกลุ่มย่อยที่มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามประเด็นที่ศึกษา ซึ่งกลุ่มผู้ใช้บริการแบ่งตามระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการ ดังนี้

กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาเฉลี่ย 5 – 15 นาที จำนวน 94 คน โดยเลือกใช้บริการของหน่วยงานเทศบาลหัวหิน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 59.57 และเลือกใช้บริการอำเภอหัวหิน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 40.43

กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาเฉลี่ย 16 – 30 นาที จำนวน 181 คน โดยเลือกมาใช้บริการของหน่วยงานเทศบาลหัวหิน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 45.86 และเลือกใช้บริการอำเภอหัวหิน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 54.14

กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาเฉลี่ย 30 นาทีขึ้นไป จำนวน 134 คน โดยเลือกมาใช้บริการของหน่วยงานเทศบาลหัวหิน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 และเลือกใช้บริการอำเภอหัวหิน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25

ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามออนไลน์ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ โดยรับข้อมูลการกรอกแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 409 คนจากจำนวนที่ส่งแบบสอบถามออนไลน์ทั้งสิ้น 409 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน แบ่งตามองค์ประกอบตามกรอบแนวคิดการวิจัย 8 ด้าน ดังนี้

1) ความคาดหวัง (Customer Expectations)

2) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality)

3) มุมมองคุณค่า (Perceived Value)

4) ภาพลักษณ์ (Image)

5) ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)

6) การร้องเรียน (Customer Complaints)

7) ความภักดี (Customer Loyalty)

8) กลับมาใช้ซ้ำ (Re-visit)

ใช้วิธีการวัดแบบ Likert Scale โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน คือ 1 – 5 คะแนน ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย

3 คะแนน หมายถึง ไม่แสดงความคิดเห็น

2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย

1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 4 ข้อมูลข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

3.2.2 การทดสอบเครื่องมือ

3.2.2.1 การทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) ในแต่ละข้อให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผู้ศึกษาได้นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาให้พิจารณาคำถามทุกข้อ และปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แน่ใจว่า คำตอบที่ได้จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้

3.2.2.2 การนำเสนอแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 409 ชุด

3.2.2.3 นำข้อมูลทั้ง 409 ชุด ที่เก็บรวบรวมได้มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยวิธี Factor analysis, ToTal Vairance และการใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach α–coefficient) จำนวน 7 องค์ประกอบ จากคำถามที่เป็นตัวแปร จำนวน 25 ตัวแปร ได้ผลตามตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม

Items	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach Alpha
ความคาดหวัง (Customer Expectations)		0.8821	0.9553
เจ้าหน้าที่พูดจาสุภาพ อัธยาศัยดี แต่งกายสุภาพ การวางตัว เรียบร้อย	0.9327		
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ รวดเร็ว และมีความเอาใจใส่	0.9499		
เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	0.9310		
เจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม	0.9431		
มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality)		0.8612	0.9462
การให้บริการแต่ละขั้นตอนมีความสะดวก รวดเร็ว	0.9183		
การให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีความคล่องตัว	0.9316		
การให้บริการด้วยความครบถ้วน ถูกต้อง	0.9202		
ความชัดเจนในการอธิบาย ชี้แจง และแนะนำขั้นตอนในการให้บริการด้วยสื่อต่าง ๆ	0.9419		
มุมมองคุณค่า (Perceived Value)		0.8684	0.9486
บริการที่ได้รับมีความถูกต้อง	0.9371		
คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	0.9329		
ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	0.9177		
เจ้าหน้าที่ได้ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามได้เป็นประโยชน์	0.9396		
ภาพลักษณ์ (Image)		0.8481	0.9388
มีความชัดเจน โปร่งใส ในการปฏิบัติงาน	0.9278		
ความรวดเร็วในการให้บริการ	0.9113		
สถานที่มีความสะอาด เป็นระเบียบและมีที่นั่งเพียงพอสำหรับผู้มาติดต่อ	0.9055		
มีระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ	0.9386		
ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)		0.8836	0.9553
เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน	0.9387		
เจ้าหน้าที่ชี้แจงและอธิบายขั้นตอนได้เป็นอย่างดี	0.9392		
การบริการอย่างเป็นมิตรและรวดเร็ว	0.9302		
ความตรงต่อเวลาของเจ้าหน้าที่	0.9516		

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

Items	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach Alpha
<u>การร้องเรียน (Customer Complaints)</u>		0.9262	0.9600
ร้องเรียน หรือ เสนอคำแนะนำไปยังผู้บริหารโดยตรง	0.9683		
บอกต่อปัญหาไปยังคนที่ท่านรู้จัก	0.9482		
บอกต่อปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์	0.9705		
<u>ความภักดี (Customer Loyalty)</u>		0.9549	0.9527
ครั้งต่อไปท่านจะมาใช้บริการซ้ำ	0.9772		
ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ	0.9772		

จากตารางที่ 3.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ปรากฏว่า ค่า Factor Loading และค่า % Total Variance ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี โดยพบว่าตัวแปรขององค์ประกอบที่ 1-7 มีค่าสัมประสิทธิ์ที่ 0.9553 0.9462 0.9486 0.9388 0.9553 0.9600 และ 0.9527 ตามลำดับ ถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือในระดับดีมาก

เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์ที่เหมาะสมต้องไม่ต่ำกว่า 0.07 ตามคำแนะนำของ Hair,et al. (2006, p. 773) จึงยืนยันได้ว่าตัวแปรที่วัดจากแบบสอบถามเชื่อถือได้ นอกจากนี้น้ำหนักของปัจจัย (Factor Analysis) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเดิมกับแต่ละปัจจัยที่พิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 2 หน่วยงาน ตามตารางที่ 3.2 พบว่า

องค์ประกอบที่ 1 มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.9310 - 0.9499 ในองค์ประกอบความคาดหวัง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ รวดเร็ว และมีความเอาใจใส่เป็นอันดับแรก

องค์ประกอบที่ 2 มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.9183 - 0.9419 ในองค์ประกอบมุมมองต่อคุณภาพบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการให้บริการด้วยความครบถ้วน ถูกต้องเป็นอันดับแรก

องค์ประกอบที่ 3 มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.9177 - 0.9396 ในองค์ประกอบมุมมองต่อคุณค่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่าเป็นอันดับแรก

องค์ประกอบที่ 4 มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.9055 - 0.9386 ในองค์ประกอบภาพลักษณ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อความรวดเร็วในการให้บริการเป็นอันดับแรก

องค์ประกอบที่ 5 มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.9302 - 0.9516 ในองค์ประกอบความพึงพอใจต่อบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการบริการอย่างเป็นมิตรและรวดเร็วเป็นอันดับแรก

องค์ประกอบที่ 6 มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.9482 - 0.9705 ในองค์ประกอบการร้องเรียนผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการบอกต่อปัญหาไปยังคนที่ท่านรู้จักเป็นอันดับแรก

องค์ประกอบที่ 7 มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.9772 ในองค์ประกอบความภักดีของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องจะกลับมาใช้บริการต่อไป และจะแนะนำให้ผู้ใช้บริการต่อเท่ากัน

เมื่อวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากค่าสัมประสิทธ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach α – coefficient) เพื่อทดสอบความเชื่อถือได้จากการสอดคล้องกันของตัวแปรจากคำตอบในแบบสอบถาม พบว่า ทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.7 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีความเที่ยงตรง (Valid) และมีความเชื่อถือได้ (Reliable) อย่างดีในทุกตัวแปร

3.3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.3.1 การเก็บข้อมูลโดยวิธีเก็บข้อมูลออนไลน์ และนำไปแจกแจงให้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน เลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จำนวน 409 คน

3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือน มิถุนายน – ตุลาคม 2562 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป โดยหลังจากได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามกรอบแนวความคิดตามแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI)

3.4 วิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาคุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการใช้บริการทำบัตรประชาชน โดยนำมาสรุปผลการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าคะแนนเฉลี่ย (Average)

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการอธิบายกลุ่มประชากรที่เก็บรวบรวมข้อมูล และสรุปผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Stata) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ การวิเคราะห์ตัวแปรทวินาม เช่น T-test, F-test และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง และการวิเคราะห์ค่าแบบจำลองโพรบิทแบบเรียงลำดับ

สมการตามกรอบแนวคิด ACSI

X_{1i} = *ตัวแปรอิสระ (Exogenous Variables)*

$$X_{2i} = \beta_{20} + \beta_{21}X_{1i} + \beta_{24}X_{4i} + \varepsilon_{2i}$$

$$X_{3i} = \beta_{30} + \beta_{31}X_{1i} + \beta_{32}X_{2i} + \varepsilon_{3i}$$

$$X_{4i} = \beta_{40} + \beta_{47}X_{7i} + \varepsilon_{4i}$$

$$X_{5i} = \beta_{50} + \beta_{51}X_{1i} + \beta_{52}X_{2i} + \beta_{53}X_{3i} + \beta_{54}X_{4i} + \varepsilon_{5i}$$

$$X_{6i} = \beta_{60} + \beta_{65}X_{5i} + \varepsilon_{6i}$$

$$X_{7i} = \beta_{70} + \beta_{75}X_{5i} + \beta_{76}X_{6i} + \varepsilon_{7i}$$

$$Y_i = f(\beta_{80} + \beta_{84}X_{4i} + \beta_{85}X_{5i} + \beta_{86}X_{6i} + \beta_{87}X_{7i} + \varepsilon_{8i})$$

บทที่ 4
ผลการศึกษาวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน จำนวน 409 คน และนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์และประมวลผล และนำเสนอในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอย

4.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่ได้รับ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน แบ่งออกตามองค์ประกอบของกรอบแนวคิดการสร้างแบบจำลองดัชนีความพึงพอใจของผู้บริโภคของอเมริกัน 7 ด้าน มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงการแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถามในภาพรวม

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
1. ความคาดหวัง (Customer Expectation)						
เจ้าหน้าที่พูดจาสุภาพ อัธยาศัยดี	2	2	42	101	262	4.513
	0.49%	0.49%	10.27%	24.69%	64.06%	
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความ	2	2	41	99	265	4.523
เต็มใจ ใส่ใจ และรวดเร็ว	0.49%	0.49%	10.02%	24.21%	64.79%	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ตอบข้อสัก	1	4	39	104	261	4.516
ถามได้อย่างชัดเจน และถูกต้อง	0.24%	0.98%	9.54%	25.43%	63.81%	
เจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหา อุปสรรค	1	4	50	92	262	4.491
ที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม	0.24%	0.98%	12.22%	22.49%	64.06%	
2. มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality)						
การให้บริการแต่ละขั้นตอนมีความ	0	7	89	220	93	3.976
สะดวก รวดเร็ว	-	1.71%	21.76%	53.79%	22.74%	
การให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	1	8	79	228	93	3.988
และมีความคล่องตัว	0.24%	1.96%	19.32%	55.75%	22.74%	
การให้บริการด้วยความครบถ้วน	0	5	76	213	115	4.071
และถูกต้อง	-	1.22%	18.58%	52.08%	28.12%	
มีความชัดเจนในการชี้แจง และ	1	6	80	229	93	3.995
แนะนำขั้นตอนในการให้บริการ	0.24%	1.47%	19.56%	55.99%	22.74%	
ด้วยสื่อต่าง ๆ						
3. มุมมองคุณค่า (Perceived Value)						
บริการที่ได้รับมีความถูกต้อง	0	4	58	232	115	4.120
	-	0.98%	14.18%	56.72%	28.12%	
คุณภาพบริการที่ได้รับมีความ	0	3	65	240	101	4.073
คุ้มค่า	-	0.73%	15.89%	58.68%	24.69%	
ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมี	0	10	77	221	101	4.010
ความคุ้มค่า	-	2.44%	18.83%	54.03%	24.69%	
เจ้าหน้าที่ได้ให้คำแนะนำหรือตอบ	0	6	71	236	96	4.032
ข้อซักถามได้เป็นประโยชน์	-	1.47%	17.36%	57.70%	23.47%	
4. ภาพลักษณ์ (Image)						
มีความชัดเจน โปร่งใส ในการ	0	4	58	248	99	4.081
ปฏิบัติงาน	-	0.98%	14.18%	60.64%	24.21%	
ความรวดเร็วในการให้บริการ	0	12	77	224	63	3.988
	-	2.93%	18.83%	54.77%	23.47%	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
สถานที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ	0	3	66	231	109	4.090
และมีที่นั่งเพียงพอสำหรับ	-	0.73%	16.14%	56.48%	26.65%	
ผู้มารับบริการ						
มีระบบการให้บริการที่มี	0	2	73	239	95	4.044
ประสิทธิภาพ	-	0.49%	17.85%	58.44%	23.23%	
5. ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)						
เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอต่อ	1	5	84	226	93	3.990
การปฏิบัติงาน	0.24%	1.22%	20.54%	55.26%	22.74%	
เจ้าหน้าที่ชี้แจงและอธิบาย	0	5	79	236	89	4.000
ขั้นตอนได้เป็นอย่างดี	-	1.22%	19.32%	57.70%	21.76%	
บริการอย่างเป็นมิตรและรวดเร็ว	2	10	88	214	95	3.954
	0.49%	2.44%	21.52%	52.32%	23.23%	
ความตรงต่อเวลาในการบริการ	2	6	85	224	92	3.973
ของเจ้าหน้าที่	0.49%	1.47%	20.78%	54.77%	22.49%	
6. การร้องเรียน (Customer Complaints)						
ร้องเรียนหรือเสนอคำแนะนำไป	287	35	30	33	24	1.709
ยังผู้บริหารโดยตรง	70.17%	8.56%	7.33%	8.07%	5.87%	
บอกต่อปัญหาไปยังคนที่	234	66	47	34	28	1.914
ท่านรู้จัก	57.21%	16.14%	11.49%	8.31%	6.85%	
บอกต่อปัญหาในสื่อสังคม	285	32	28	40	24	1.743
ออนไลน์	69.68%	7.82%	6.85%	9.78%	5.87%	
7. ความภักดี (Customer Loyalty)						
ครั้งต่อไปท่านจะมาใช้บริการ	1	5	78	237	88	3.993
ซ้ำที่นี่	0.24%	1.22%	19.07%	57.95%	21.52%	
ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้	1	4	83	227	94	4.000
บริการที่นี่	0.24%	0.98%	20.29%	55.50%	22.98%	

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างแสดงความเห็นส่วนใหญ่และให้ความสำคัญในแต่ละตัวแปร สรุปได้ดังนี้

ความคาดหวัง (Customer Expectation) พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังอยู่ในระดับ 5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง และตัวแปรที่ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ ใส่ใจ และรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 64.79 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่พูดจาสุภาพ อัธยาศัยดี คิดเป็นร้อยละ 64.06, เจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 64.06 และเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ตอบข้อสักถามได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 63.81 ตามลำดับ

มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อมุมมองคุณภาพอยู่ในระดับ 4 เห็นด้วย และตัวแปรที่มีผลมากที่สุด คือ มีความชัดเจนในการชี้แจง และแนะนำขั้นตอนในการให้บริการด้วยสื่อต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 55.99 รองลงมาคือ การให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีความคล่องตัว คิดเป็นร้อยละ 55.75, การให้บริการแต่ละขั้นตอนมีความสะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 53.79 และการให้บริการด้วยความครบถ้วน และถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 52.08 ตามลำดับ

มุมมองคุณค่า (Perceived Value) พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อมุมมองคุณค่าอยู่ในระดับ 4 เห็นด้วย และตัวแปรที่มีผลมากที่สุด คือ คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 58.68 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ได้ให้คำแนะนำหรือตอบข้อสักถามได้เป็นประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 57.70, บริการที่ได้รับมีความถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 56.72 และความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 54.03 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์ (Image) พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อยู่ในระดับ 4 เห็นด้วย และตัวแปรที่มีผลมากที่สุด คือ มีความชัดเจน โปร่งใส ในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 60.64 รองลงมาคือ มีระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ 58.44, สถานที่มีความสะอาดเป็นระเบียบและมีที่นั่งเพียงพอสำหรับผู้มารับบริการ คิดเป็นร้อยละ 56.48 และความรวดเร็วในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 54.77 ตามลำดับ

ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับ 4 เห็นด้วย และตัวแปรที่มีผลมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ชี้แจงและอธิบายขั้นตอนได้เป็นอย่างดี คิดเป็นร้อยละ 57.70 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 55.26, ความตรงต่อเวลาในการบริการของเจ้าหน้าที่ คิดเป็นร้อยละ 54.77 และบริการอย่างเป็นมิตรและรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 55.26 ตามลำดับ

การร้องเรียน (Customer Complaints) พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการร้องเรียนอยู่ในระดับ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีตัวแปรที่มีผลมากที่สุด คือ ร้องเรียนหรือเสนอคำแนะนำไปยังผู้บริหารโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 70.17 รองลงมาคือ บอกต่อปัญหาในสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 69.68 และบอกต่อปัญหาไปยังคนที่ท่านรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 57.21 ตามลำดับ

ความภักดี (Customer Loyalty) พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความภักดีอยู่ในระดับ 4 เห็นด้วย และมีตัวแปรที่มีผลมากที่สุด คือ ครั้งต่อไปท่านจะมาใช้บริการซ้ำที่นี่ คิดเป็นร้อยละ 57.95 รองลงมาคือ ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการที่นี่ คิดเป็นร้อยละ 55.50 ตามลำดับ

4.2 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ตัวแปรโดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ 5 ด้าน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค 4 ด้าน ประกอบด้วย ท่านใช้บริการที่หน่วยงานนี้มากน้อยเพียงใด ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้ง ท่านรับรู้ข่าวสารของหน่วยงานทางด้านใด และสถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ผลสรุปตามที่ตารางที่ 4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ACSI)

		จำนวน	CE	PQ	PV	IM	CSI	CC	CL
หน่วยงานที่ใช้บริการ									
เทศบาลหัวหิน		207	0.8681	0.7322	0.7112	0.7138	0.7243	0.2395	0.7613
อำเภอหัวหิน		202	0.8877	0.7009	0.6616	0.6537	0.6894	0.1530	0.7232
	t-test		1.1380	1.6741*	2.3729**	2.9573***	1.8165*	2.9007***	2.2669**
เพศ									
ชาย		110	0.8631	0.7374	0.7059	0.6868	0.7188	0.1967	0.7621
หญิง		299	0.8832	0.7092	0.6797	0.6831	0.7028	0.1968	0.7353
	t-test		1.0346	1.3332	1.1058	0.1592	0.7384	0.0027	1.4114
อายุ									
ต่ำกว่า 18 ปี		31	0.8446	0.7468	0.7153	0.7208	0.7517	0.3573	0.7468
18 - 30 ปี		153	0.8359	0.7240	0.7044	0.7067	0.7170	0.2854	0.7245
31 – 40 ปี		125	0.9165	0.6787	0.6457	0.6405	0.6782	0.1189	0.7316
41 – 50 ปี		68	0.9192	0.7285	0.6905	0.6758	0.6991	0.1244	0.7731
50 ปีขึ้นไป		32	0.8712	0.7769	0.7266	0.7287	0.7462	0.0756	0.8017
	F-test		4.2003***	2.1445*	1.6572	2.0732*	1.7699	8.6997**	1.8380

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	จำนวน	CE	PQ	PV	IM	CSI	CC	CL
ระดับการศึกษา								
ต่ำกว่าประถมศึกษา/								
ประถมศึกษา	35	0.9357	0.7371	0.6755	0.6644	0.6644	0.0401	0.7824
มัธยมศึกษาตอนต้น/เทียบเท่า	81	0.9499	0.7103	0.6694	0.6732	0.7094	0.0807	0.7609
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	107	0.8931	0.7253	0.6937	0.6858	0.7231	0.2295	0.7451
อนุปริญญา/ปวส.	43	0.9345	0.7296	0.6899	0.6962	0.7197	0.1100	0.7667
ปริญญาตรีขึ้นไป	143	0.7943	0.7052	0.6931	0.6903	0.6921	0.3025	0.7131
F-test		10.7134***	0.2653	0.4737	0.1515	0.4450	8.1508***	1.3664
อาชีพ								
นักเรียน/นักศึกษา	48	0.8203	0.7473	0.7278	0.7367	0.7604	0.4059	0.7590
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ								
/พนักงานของรัฐ	78	0.8655	0.7440	0.7380	0.7188	0.7316	0.1898	0.7685
พนักงานบริษัทเอกชน	112	0.8985	0.6975	0.6686	0.6679	0.7029	0.1804	0.7188
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ								
กิจการ	114	0.9304	0.7228	0.6781	0.6774	0.7023	0.1057	0.7554
เกษตรกร/ประมง/อื่น ๆ	57	0.7972	0.6797	0.6349	0.6379	0.6462	0.2449	0.7138
F-test		10.3367***	1.3020	2.2051*	1.8004	2.4820**	9.0904***	1.6207

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	จำนวน	CE	PQ	PV	IM	CSI	CC	CL
<u>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</u>								
ต่ำกว่า 5,000 บาท	45	0.8320	0.7543	0.7261	0.7262	0.7604	0.3645	0.7595
5,000 – 10,000 บาท	101	0.9090	0.7253	0.6915	0.6892	0.7187	0.1308	0.7585
10,001 – 20,000 บาท	190	0.8984	0.7076	0.6717	0.6703	0.6945	0.1750	0.7320
มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป	73	0.8092	0.7057	0.6950	0.6872	0.6906	0.2415	0.7373
F-test		5.4217***	0.7106	0.8326	0.9266	1.2708	5.7405***	0.7765
<u>ท่านใช้บริการที่หน่วยงานนี้มากน้อยเพียงใด</u>								
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี	95	0.7941	0.7552	0.7349	0.7273	0.7454	0.2866	0.7255
1 – 2 ครั้งต่อปี	241	0.8932	0.7047	0.6712	0.6681	0.6925	0.1593	0.7440
มากกว่า 3 ครั้งต่อปีขึ้นไป	73	0.9358	0.7068	0.6753	0.6809	0.7050	0.2038	0.7596
F-test		11.8598***	3.4744**	6.1209***	5.4644***	3.8630***	9.0515***	2.4753*
<u>ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้ง</u>								
5 – 15 นาที	94	0.8040	0.7474	0.7487	0.7432	0.7450	0.3641	0.7672
16 – 30 นาที	181	0.8951	0.7241	0.6906	0.6912	0.7110	0.1852	0.7562
30 นาทีขึ้นไป	134	0.9063	0.6854	0.6380	0.6331	0.6751	0.0952	0.7066
F-test		7.9093***	2.4930*	5.3511***	5.8923***	2.7892**	20.1447***	3.0725**

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	จำนวน	CE	PQ	PV	IM	CSI	CC	CL
ท่านรับรู้ข่าวสารของหน่วยงานจากช่องทางใด								
เว็บไซต์ของหน่วยงาน	67	0.8005	0.7084	0.7058	0.6941	0.7099	0.3158	0.7226
ป้ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน	107	0.9118	0.7367	0.6972	0.7051	0.7237	0.1716	0.7505
เจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน	136	0.9440	0.7325	0.6958	0.6883	0.7266	0.1037	0.7757
อื่น ๆ เช่น ผู้นำชุมชน เพื่อนบ้าน เป็นต้น	99	0.8024	0.6793	0.6500	0.6491	0.6604	0.2714	0.7017
F-test		21.2687***	2.0532	1.3386	1.3819	2.6563**	10.5780***	4.0824***

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 4.2 สามารถอธิบายผลของการทดสอบจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยการวิเคราะห์ทดสอบ 2 ตัวแปร (Bivariate Analysis) ตามกรอบแนวคิดแบบจำลอง (American Customer Satisfaction Index : ACSI) มีผลดังนี้

เพศของผู้ใช้บริการที่ต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านความคาดหวัง ด้านมุมมองคุณภาพ ด้านมุมมองคุณค่า ด้านภาพลักษณ์ ด้านความพึงพอใจ ด้านการร้องเรียน และด้านความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อายุของผู้ใช้บริการที่ต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านคุณภาพ ด้านภาพลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 และส่งผลต่อปัจจัยด้านความคาดหวัง ด้านการร้องเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการอายุต่ำกว่า 18 ปี ให้ความสำคัญกับการร้องเรียนในการใช้บริการทำบัตรประชาชนมากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่น ๆ และนอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการช่วงอายุ 41-50 ปีนั้นให้ความสำคัญกับความคาดหวังในการใช้บริการทำบัตรประชาชนมากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่น ๆ

ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่ต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านความคาดหวัง และด้านการร้องเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่านั้น ให้ความสำคัญกับความคาดหวังในการใช้บริการทำบัตรประชาชนมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และนอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปให้ความสำคัญกับการร้องเรียนในการใช้บริการทำบัตรประชาชนมากกว่ากลุ่มที่จบการศึกษาระดับอื่น ๆ

อาชีพของผู้ใช้บริการที่ต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านคุณค่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ส่งผลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และส่งผลต่อปัจจัยด้านความคาดหวัง และด้านการร้องเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัวและเจ้าของกิจการนั้น ให้ความสำคัญกับความคาดหวังในการใช้บริการทำบัตรประชาชนมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ และนอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา ให้ความสำคัญกับการร้องเรียนในการใช้บริการทำบัตรประชาชนมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการที่ต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านการร้องเรียน และด้านความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับการแนะนำในการใช้บริการทำบัตรประชาชนมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และนอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,001 – 10,000 บาทนั้น ให้ความสำคัญกับความคาดหวังในการใช้บริการทำบัตรประชาชนมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

การทดสอบจำแนกตามพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เป็นการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบแบบสองตัวแปร (Bivariate Analysis) ตามกรอบแนวคิดแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI) ได้ผลดังนี้

หน่วยงานที่ใช้บริการทำบัตรประชาชนที่ต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านคุณภาพ ด้านความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ส่งผลต่อปัจจัยด้านคุณค่า ด้านความภักดี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และส่งผลต่อปัจจัยด้านการร้องเรียน ด้านภาพลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการนั้นเลือกใช้บริการเทศบาลหัวหิน มากกว่า อำเภอหัวหิน และผู้ใช้บริการนั้นให้ความสำคัญกับการร้องเรียน และภาพลักษณ์ในการให้บริการทำบัตรประชาชนมากที่สุด

ความถี่ในการใช้บริการทำบัตรประชาชนของหน่วยงานที่ต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านความภักดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ส่งผลต่อปัจจัยด้านมุมมองคุณภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และส่งผลต่อปัจจัยด้านความคาดหวัง ด้านการร้องเรียน ด้านคุณค่า ด้านภาพลักษณ์ และด้านความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการ 3–4 ครั้งต่อปีขึ้นไปนั้น มีความคาดหวังต่อการใช้บริการทำบัตรประชาชนมากที่สุด อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการนั้นตั้งความคาดหวังในการใช้บริการไว้สูงจึงมีความคาดหวังในการใช้บริการทำบัตรประชนไว้สูงที่สุดนั่นเอง

ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการที่ต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านคุณภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ส่งผลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และส่งผลต่อปัจจัยด้านการร้องเรียน ด้านความคาดหวัง ด้านภาพลักษณ์ ด้านความภักดี และด้านคุณค่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการ 5-15 นาทีนั้นให้ความสำคัญกับการร้องเรียนมากที่สุด อาจเป็นเพราะความล่าช้าของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการหรือสถานที่ไม่มีป้ายประชาสัมพันธ์บ่งบอกถึงความชัดเจนในการใช้บริการทำให้ล้าช้า และเกิดการร้องเรียนสูงสุด

ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของหน่วยงานที่ต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และส่งผลต่อปัจจัยด้านความคาดหวัง ด้านการร้องเรียน และด้านความภักดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารของหน่วยงานจากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานมากที่สุด อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่นั้นได้บอกข้อมูลข่าวสารกับผู้ใช้บริการโดยตรงจึงทำให้มีการรับรู้ข่าวสารของหน่วยงานมากที่สุด

ความแตกต่างของผู้ใช้บริการที่เป็นบุคคลในพื้นที่และนอกพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านความคาดหวัง และการร้องเรียน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่เป็นบุคคลนอกพื้นที่ให้ความสำคัญต่อความคาดหวังในการใช้บริการทำบัตรประชาชนมากที่สุด อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการนั้นตั้งความคาดหวังในการใช้บริการไว้สูงจึงมีความคาดหวังในการใช้บริการทำบัตรประชนไว้สูงเช่นกัน

ตารางที่ 4.3 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอย ด้วยวิธีการประมาณค่า OLS (ACSI)

Model	PQ	PV	IM	CSI	CC	CL	RV
CE (x1)	0.1950***	-0.0529*		0.1155***			
PQ (x2)		1.0166***		0.2012***			
PV (x3)				0.3117***			
IM (x4)	0.7545***			0.3465***			-0.5964
CSI (x5)					0.0450	0.6922***	0.7827
CC (x6)						-0.0039	0.6306***
CL (x7)			0.9607***				0.0720
Constant	0.0294	0.0045	-0.0355	0.0104	0.1650***	0.2604***	
N	409	409	409	409	409	409	409
rss	2.8277	3.8661	6.5815	2.3994	37.7493	4.4763	
ll	436.8891	372.9233	264.1280	470.4735	93.0739	342.9534	262.0809
F-test	849.5586***	763.6571***	676.7479***	547.7191***	0.3371	334.7163***	
Chi-square Test							10.0576***
R2	0.8071	0.7900	0.6245	0.8443	0.0008	0.6225	
R2_a	0.8062	0.7890	0.6235	0.8428	-0.0016	0.6206	
Pseudo R2							0.0188

หมายเหตุ CE = ความคาดหวังต่อสินค้าและบริการ, PQ = คุณภาพของสินค้าและบริการ,PV = คุณค่าของสินค้าและบริการ, IM = ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ, CSI = ความพึงพอใจของลูกค้า, CC = การร้องเรียนของลูกค้า, CL = ความภักดีของลูกค้า RV = โอกาสใช้ซ้ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1, ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05, และ *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากการพิจารณาค่า R^2 หรือค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระว่ามีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด โดยค่า R^2 ที่มีค่ามากจะส่งผลถึงการประมาณค่าการตัดสินใจที่มีความแม่นยำสูงขึ้น จากตารางที่ 4.3 สามารถสรุปผลค่า R^2 หรือค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ได้ดังนี้

ความคาดหวังของผู้ใช้บริการและภาพลักษณ์ของการให้บริการ สามารถอธิบายถึงคุณภาพการให้บริการได้ ร้อยละ 80.71 (R^2 = 0.8071)

ความคาดหวังของผู้ใช้บริการและคุณภาพของการให้บริการ สามารถอธิบายถึงคุณค่าหรือความคุ้มค่าในการใช้บริการได้ ร้อยละ 79 (R^2 = 0.7900)

ความภักดีของผู้ใช้บริการ สามารถอธิบายถึงภาพลักษณ์ของการให้บริการได้ ร้อยละ 62.45 (R^2 = 0.6245)

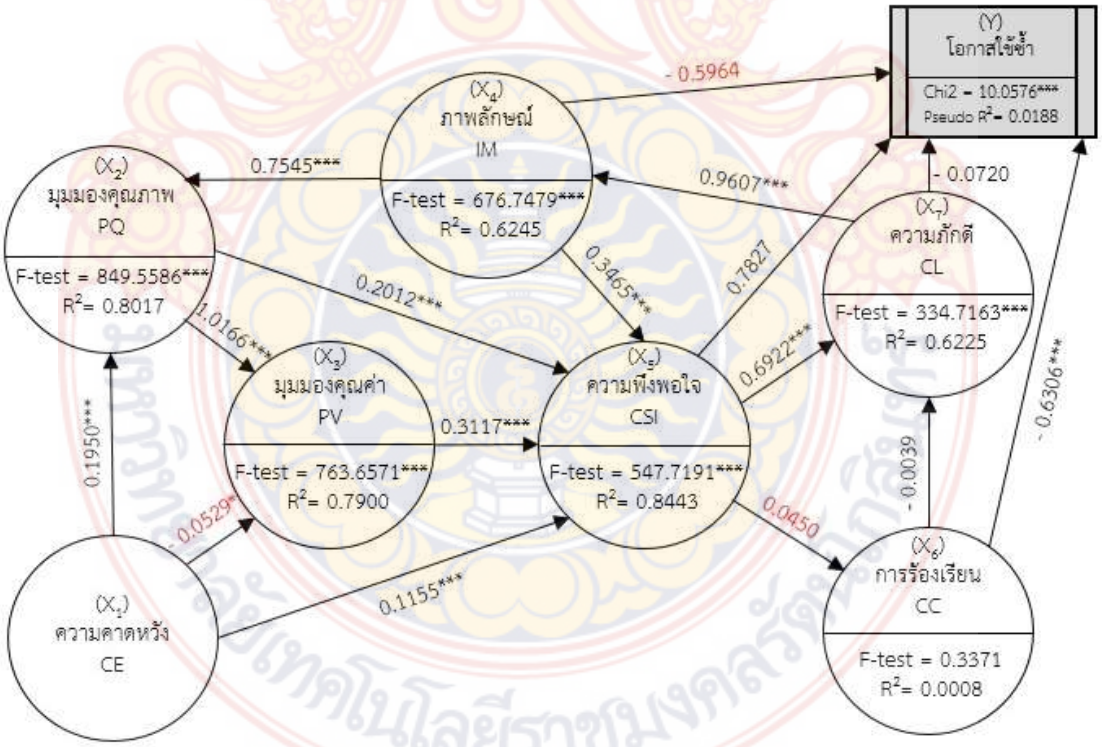
ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ คุณภาพของการให้บริการ คุณค่าหรือความคุ้มค่าของการให้บริการ และภาพลักษณ์ของการให้บริการ สามารถอธิบายถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ ร้อยละ 84.43 (R^2 = 0.8443)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สามารถอธิบายถึงการร้องเรียนของผู้ใช้บริการได้ ร้อยละ 0.08 (R^2 = 0.0008)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการร้องเรียนของผู้ใช้บริการ สามารถอธิบายถึงความภักดีของผู้ใช้บริการได้ ร้อยละ 62.25 (R^2 = 0.6225)

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของแบบจำลองสมการถดถอย ด้วยวิธีการประมาณ (Ordinary Least square : OLS) สามารถแสดงค่าความสัมพันธ์ของสมมติฐาน ได้ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอย (ACSI)

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงตามกรอบแนวคิดความพึงพอใจ (American Customer Satisfaction Index) พบว่า มีการยอมรับสมมติฐานจำนวน 4 สมมติฐาน ได้แก่ สมมติฐานที่ 1, 3, 4, 6 และปฏิเสธสมมติฐานอีก 3 สมมติฐาน ได้แก่ 2, 5 และ 7 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และภาพลักษณ์ของการให้บริการทำบัตรประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณภาพในการให้บริการ

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนกับมุมมองคุณภาพของการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.1950 มีผลเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพลักษณ์ของการให้บริการทำบัตรประชาชนกับมุมมองคุณภาพของการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.7545 มีผลเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และมุมมองคุณภาพในการให้บริการทำบัตรประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณค่าของผู้ใช้บริการ

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนกับมุมมองคุณค่าของการให้บริการ มีค่าเท่ากับ -0.0529 มีผลเป็นลบและมีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง มุมมองคุณภาพของการให้บริการทำบัตรประชาชนกับมุมมองคุณค่าของผู้ใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 1.0166 มีผลเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากประชาชนหรือผู้ใช้บริการอาจมีความคาดหวังต่อการให้บริการมาก แต่เมื่อได้เข้ามาใช้บริการแล้วเกิดความรู้สึกว่าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังและเกิดความรู้สึกไม่คุ้มค่าในการมาใช้บริการ

สมมติฐานที่ 3 ความภักดีของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการ

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความภักดีของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนกับภาพลักษณ์ของการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.9607 มีผลเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า และภาพลักษณ์ในการให้บริการทำบัตรประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนกับความพึงพอใจ มีค่าเท่ากับ 0.1155 มีผลเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง มุมมองคุณภาพของการให้บริการทำบัตรประชาชน กับความพึงพอใจ มีค่าเท่ากับ 0.2012 มีผลเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง มุมมองคุณค่าของ

ผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชน กับความพึงพอใจ มีค่าเท่ากับ 0.3117 มีผลเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติและค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพลักษณ์ของการให้บริการทำบัตรประชาชน กับความพึงพอใจ มีค่าเท่ากับ 0.3465 มีผลเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการร้องเรียน

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนกับการร้องเรียน มีค่าเท่ากับ 0.0450 มีผลเป็นบวกและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจแต่ไม่มีการร้องเรียน ซึ่งอย่างไรก็ตามผู้ให้บริการหรือหน่วยงานก็ควรพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจต่อไป

สมมติฐานที่ 6 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ และการร้องเรียนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ

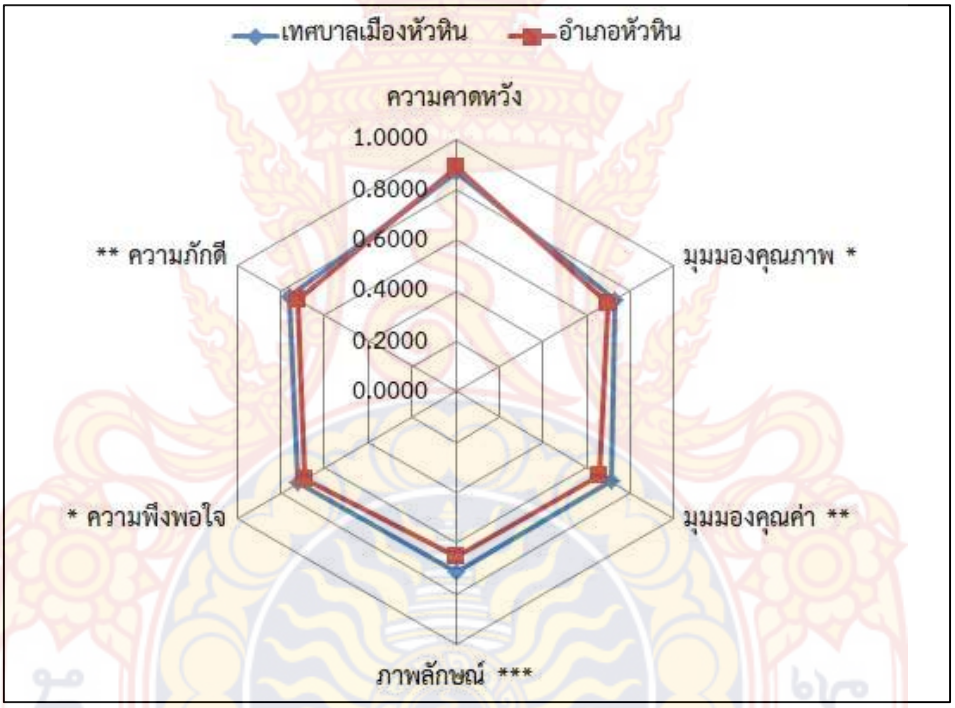
จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนกับความภักดี มีค่าเท่ากับ 0.6922 มีผลเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง การร้องเรียนของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนกับความภักดี มีค่าเท่ากับ -0.0039 มีผลเป็นลบและมีไม่นัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 7 ภาพลักษณ์ในการให้บริการ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ และการร้องเรียนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพลักษณ์ของการให้บริการทำบัตรประชาชนกับโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ มีค่าเท่ากับ -0.5964 มีผลเป็นลบ และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนกับโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ มีค่าเท่ากับ 0.7827 มีผลเป็นบวกและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนกับโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ มีค่าเท่ากับ -0.0720 มีผลเป็นลบ และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง การร้องเรียนของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนกับโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ มีค่าเท่ากับ -0.6306 มีผลเป็นลบและมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากมีการร้องเรียนและในการทำบัตรประชาชนนั้นแน่นอนว่าคงไม่มีผู้ใช้บริการคนไหนอยากจะกลับมาใช้บริการอยู่บ่อย ๆ ถึงแม้ว่าจะมีภาพลักษณ์ในการให้บริการดีแค่ไหนก็ตาม แต่ถึงอย่างไรก็ตามถึงจะมีการร้องเรียนหากมีความจำเป็นผู้ใช้บริการนั้นก็ยังต้องกลับมาใช้บริการการซ้ำ เนื่องจากบัตรประจำตัวประชาชนนั้นถือเป็นเอกสารที่สำคัญ

4.4 ผลการเปรียบเทียบดัชนีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

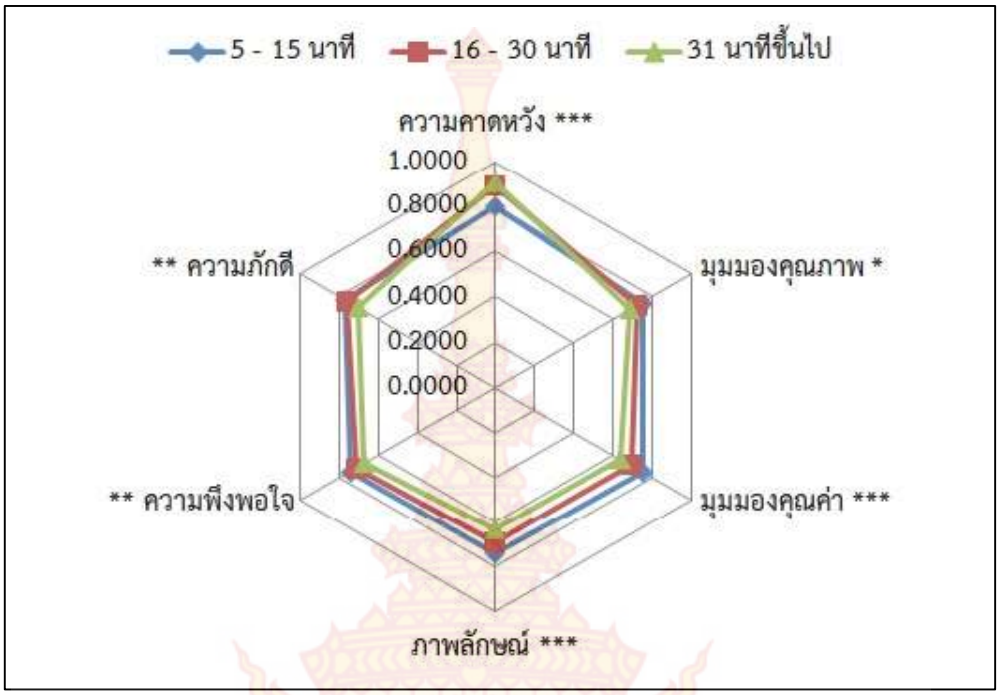
จากการศึกษาในครั้งนี้ได้ข้อสรุปจากการเปรียบเทียบค่าดัชนีของผู้ตอบแบบสอบถามจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน รวมไปถึงการให้คะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามที่อาจจะมีคะแนนที่สูงหรือต่ำ และสามารถกำจัดปัญหาความคลาดเคลื่อนเหล่านี้ได้จากการสร้างดัชนีเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจด้วยการตอบแบบสอบถามโดยมาตรวัด 5 ระดับ ตาบแบบ Likert Scale ของตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ดังนั้นเรดาร์เปรียบเทียบค่าดัชนีของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน สามารถใช้เปรียบเทียบดัชนีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้



ภาพที่ 4.2 ภาพเรดาร์เปรียบเทียบความพึงพอใจ จำแนกตามหน่วยงาน

<u>หมายเหตุ</u> * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากภาพที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่าผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน พบว่า เทศบาลหัวหิน ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการมากกว่าอำเภอหัวหินในทุกปัจจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นปัจจัยด้านความคาดหวัง พบว่า เทศบาลหัวหิน ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการน้อยกว่าอำเภอหัวหิน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ



ภาพที่ 4.3 ภาพเรดาร์เปรียบเทียบความพึงพอใจ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ
หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากภาพที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน พบว่า การเปรียบเทียบความถี่ในการใช้บริการทำบัตรประชาชนที่ต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี อย่ามีนัยสำคัญทางสถิติ

4.5 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

จากภาพที่ 4.1 สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน ได้แก่ ปัจจัยด้านความคาดหวัง ปัจจัยด้านมุมมองคุณภาพ ปัจจัยด้านมุมมองคุณค่า และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีปัจจัยด้านภาพลักษณ์ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด

4.6 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน

จากภาพที่ 4.1 สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านความพึงพอใจ ปัจจัยด้านการร้องเรียน และปัจจัยด้านความภักดี ซึ่งปัจจัยด้านการร้องเรียนส่งผลต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำอย่างมีนัยสำคัญ และปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำมากที่สุดคือปัจจัยด้านความพึงพอใจ

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน โดยใช้แบบจำลอง (American Customer Satisfaction Index : ACSI) สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการ

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 409 คน สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18 – 30 ปี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนจากเทศบาลหัวหิน

เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบตามกรอบแนวคิด ACSI ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อความคาดหวัง มุมองคุณภาพ ภาพลักษณ์ และการร้องเรียน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของมุมมองคุณค่า ความพึงพอใจ และความภักดี ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อความคาดหวัง และการร้องเรียน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของมุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อความคาดหวัง มุมมองคุณค่า ความพึงพอใจ และการร้องเรียน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของมุมมองคุณภาพ ภาพลักษณ์ และความภักดี ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อความคาดหวัง และการร้องเรียน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของมุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละกลุ่มจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ โดยการวิเคราะห์การทดสอบสองตัวแปร (Bivariate Analysis) ได้ผลดังนี้

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน สามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เข้าใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อปี ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการ แต่ละครั้ง 16 – 30 นาที โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการรับรู้ข่าวสารของทางหน่วยงานจากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน และเป็นบุคคลในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความถี่ในการเข้าใช้บริการที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบตามกรอบแนวคิด ACSI แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกองค์ประกอบ ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบตามกรอบแนวคิด ACSI แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกองค์ประกอบ การรับรู้ข่าวสารของหน่วยงานจากช่องทางที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อความคาดหวัง ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของมุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า และภาพลักษณ์ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.1.2 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการเทศบาลหัวหิน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสูงสุด รองลงมา คือ ผู้ใช้บริการอำเภอหัวหิน โดยผลการศึกษาที่ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบนนั้นมาจากปัจจัยที่ส่งผล ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อมุมมองคุณภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.1950 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และภาพลักษณ์ของการให้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อมุมมองคุณภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7545 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อมุมมองคุณค่า มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.0529 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมุมมองคุณภาพของการให้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อมุมมองคุณค่าของผู้ใช้บริการมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 1.0166 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 เนื่องจากบัตรประจำตัวประชาชนนั้นเป็นสิ่งสำคัญและเป็นสิ่งจำเป็นที่ประชาชนคนไทยจะต้องมีและจะต้องเข้ารับการบริการกับองค์กรหรือหน่วยงานของภาครัฐอยู่แล้ว ฉะนั้นผู้ใช้บริการจึงอาจจะไม่ได้คาดหวังต่อคุณค่าหรือความคุ้มค่าในการใช้บริการหรือการให้บริการขององค์กรหรือหน่วยงานมากนัก

สมมติฐานที่ 3 ความภักดีของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.9607 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 4 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.1155 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มุมมองคุณภาพของการให้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.2012 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มุมมองคุณค่าของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.3117 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และภาพลักษณ์ในการให้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.3465 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการร้องเรียน มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.0450 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 5 เนื่องจากผู้ใช้บริการไม่มีการร้องเรียน อาจจะเกิดจากการที่ผู้ใช้บริการนั้นมีความพึงพอใจหรือไม่มีความพึงใจ หรือมีการร้องเรียนหรือไม่ร้องเรียนผู้ใช้บริการนั้นก็ยังต้องกลับมาใช้บริการที่หน่วยงานนี้อยู่แล้ว แต่หากมีการร้องเรียนเกิดขึ้นองค์กรหรือหน่วยงานก็ควรพิจารณาและดำเนินการแก้ไขต่อไป

สมมติฐานที่ 6 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความภักดี มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.6922 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการร้องเรียนของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อความภักดี มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.0039 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เป็นไปตามสมมติฐานที่ 6

สมมติฐานที่ 7 ภาพลักษณ์ในการให้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.5964 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการกลับมาใช้ซ้ำ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7827 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ความภักดีของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อโอกาสการกลับมาใช้ซ้ำ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.0720 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และการร้องเรียนของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.6306 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 7 เนื่องจากผู้ใช้บริการอาจจะมองว่าภาพลักษณ์ในการให้บริการถือเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรหรือหน่วยงานควรให้ความสำคัญเพราะหากมีภาพลักษณ์ในการให้บริการที่ดีก็จะไม่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป และในการเข้าใช้บริการขององค์กรหรือหน่วยงานนั้น เมื่อผู้ใช้บริการมีการร้องเรียน ผู้ใช้บริการก็จะไม่เกิดความภักดีต่อการกลับมาใช้บริการ แต่หากผู้ใช้บริการไม่มีการร้องเรียนผู้ใช้บริการนั้นก็จะเกิดความภักดีและกลับมาใช้บริการขององค์กรหรือหน่วยงานซ้ำ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จากผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน จำนวน 409 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรทวินาม การวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอย การวิเคราะห์แบบจำลองโพรบิทแบบเรียงลำดับ และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง โดยใช้ทฤษฎีแบบจำลองความพึงพอใจ (American Customer Satisfaction Index : ACSI) ผลการวิจัยพบว่ามีปัจจัยที่สมควรนำมาพิจารณาดังนี้

ด้านมุมมองคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของการมีความชัดเจนในการชี้แจง และแนะนำขั้นตอนในการให้บริการด้วยสื่อต่าง ๆ เนื่องจากผู้ใช้บริการนั้นความหวังว่าในการให้บริการของเจ้าหน้าที่นั้นมีการแนะนำขั้นตอนในการใช้บริการที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการชี้แจงด้วยการสื่อสารกับผู้ใช้บริการโดยตรง หรือในการสื่อเป็นการบอกขั้นตอนในการใช้งานเพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าใจได้ง่ายขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัยที่ได้ เกี่ยวข้องกับงานวิจัยของ (ปิยณัฐ จันทร์เกิด, 2560, หน้า 84) เรื่อง คุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ ตามการรับรู้ของประชาชน พบว่า การให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ตามการรับรู้ของประชาชนโดยรวม มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้มีคุณภาพการให้บริการอยู่ระดับมากที่สุด ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ณัฏฐ์ดนัย ประเทืองบริบูรณ์, 2560, หน้า 103) เรื่อง ประสิทธิภาพในการให้บริการประชาชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง พบว่า ความพึงพอใจต่อการบริการที่มีต่อหน่วยงานรวมทุกด้านโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจต่อการบริการในงานด้านต่าง ๆ โดยแยกเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการให้บริการที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการตื่นตัวและปรับสภาพการบริหารงานให้เป็นไปตามแนวทางการบริหารภาครัฐสมัยใหม่ ที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางและทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการบริการ

ด้านภาพลักษณ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของการมีความชัดเจน โปร่งใส ในการปฏิบัติงาน เนื่องมาจากในการใช้บริการแน่นอนว่าผู้ใช้บริการนั้นต้องการให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานนั้นให้การบริการที่มีความชัดเจน โปร่งใสมากที่สุด เพื่อความเท่าเทียมกัน และลดการเกิดปัญหา และทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรหรือหน่วยงาน ซึ่งจากผลการวิจัยที่ได้ เกี่ยวข้องกับงานวิจัยของ (เรืออากาศโท ศุภกิจ ภาวิไล, 2560, หน้า 193) เรื่อง ภาพลักษณ์กระทรวงกลาโหมในทัศนคติของบุคลากร สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มุมมองด้านภาพลักษณ์ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการสร้างภาพลักษณ์มีส่วนเสริมสร้างให้หน่วยงาน

สถาบันหรือองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชน เพื่อผลแห่งชื่อเสียงความเชื่อถือศรัทธาที่มีต่อหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับด้วยอาจจะเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมหรือการกระทำขององค์กรนั้น ซึ่งบุคคลากรในองค์กรนั้นถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์และรักษาภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรก่อนที่จะถูกเผยแพร่ไปสู่ประชาชนและสังคมภายนอก ดังนั้น การดำเนินงานของสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นด้วยความจริงใจ ถูกต้องอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ทำให้บุคลากรในองค์กรรับรู้ได้เป็นอย่างดี

ด้านความพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของเจ้าหน้าที่ชี้แจงและอธิบายขั้นตอนได้เป็นอย่างดี เนื่องมาจากในการเข้าใช้บริการแน่นอนว่าผู้ใช้บริการนั้นต้องการทราบถึงขั้นตอนในการเข้ารับบริการหรือการเตรียมเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และเมื่อเจ้าหน้าที่มีการชี้แจงและอธิบายขั้นตอนต่าง ๆ ให้ผู้ใช้บริการได้ทราบแล้ว ย่อมส่งผลดีต่อผู้ใช้บริการอีกทั้งยังส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานได้อีกด้วย ซึ่งจากผลการวิจัยที่ได้ เกี่ยวข้องกับงานวิจัยของ (ธีรยุทธ ชะนิล และ เกรียงไกร ข่ายม่าน, 2561, หน้า 187) เรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการจากเทศบาลตำบลท่าประจะ อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการได้รับบริการของประชาชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยแยกเป็นรายด้าน คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กฤตนพรรณ ดีนิสัย, 2560, หน้า 56 - 57) เรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดนครนายก พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1.1 ด้านความพึงพอใจ จากผลการศึกษาที่ได้นั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบน พบว่า ภาพลักษณ์ในการให้บริการนั้นส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้นหากจะเพิ่มความพึงพอใจในการให้บริการ ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมในเรื่องของสถานที่ในการให้บริการให้มีความสะอาด เป็นระเบียบและมีที่นั่งเพียงพอต่อการรับบริการ และในส่วนของเจ้าหน้าที่ควรให้บริการด้วยความชัดเจน โปร่งใสในการปฏิบัติงาน

5.3.1.2 ด้านภาพลักษณ์ในการให้บริการ จากผลการศึกษาที่ได้นั้น พบว่า ปัจจัยด้านความภักดีส่งผลต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการมากที่สุด ดังนั้นหากจะเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการทำบัตรประชาชนในเขตภาคใต้ตอนบนนั้น แน่นอนว่าการให้บริการที่ดี ทำให้ผู้ใช้บริการประทับใจ และเป็นไปตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการแล้วนั้น จะทำให้เกิดมุมมองที่ดีแก่เจ้าหน้าที่ องค์กรหรือหน่วยงาน รวมไปถึงส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อการให้บริการและโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยจะเห็นได้ว่าจากผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์ในการให้บริการนั้นส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจ และจากผลการวิเคราะห์จากการแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถามในเรื่องของภาพลักษณ์ในภาพรวม ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังว่าในการให้บริการนั้นจะมีความชัดเจน โปร่งใส ในการปฏิบัติงาน เพราะฉะนั้นในการสร้างความประทับใจให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรหรือหน่วยงานนั้น ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก รวมไปถึงการให้บริการของเจ้าหน้าที่ควรมีความกระตือรือร้น ให้บริการด้วยความเที่ยงตรง โปร่งใส และมีความชัดเจน พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการเพื่อที่จะพัฒนาการให้บริการที่ดีขึ้นต่อไป

5.3.1.3 เนื่องจากบัตรประชาชนเป็นสิ่งสำคัญที่ใช้เป็นการยืนยันตัวตน และใช้ทำธุรกรรมต่าง ๆ และแน่นอนว่าในการเข้าไปใช้บริการนั้นผู้ใช้บริการย่อมมีความคาดหวังมากที่จะได้รับการบริการที่ดี เช่น การให้บริการของเจ้าหน้าที่ สถานที่การให้บริการ รวมไปถึงความสะดวกรวดเร็ว หรือการบริการที่มีความคล่องตัว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เป็นต้น จากผลการวิจัย พบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการนั้นส่งผลทางลบต่อมุมมองคุณค่า และจากผลการวิเคราะห์จากการแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถามในเรื่องของความคาดหวังในภาพรวม โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ ใส่ใจ และรวดเร็ว เพราะฉะนั้นองค์กรหรือหน่วยงานควรให้ความสำคัญต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ รวมถึงพัฒนาบุคลากรของหน่วยงานให้มีความพร้อม เพื่อส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์และส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำขององค์กรหรือหน่วยงานต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัย เรื่อง คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน ตามแบบจำลอง (American Customer Satisfaction Index : ACSI) ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปศึกษาเพื่อวิจัยในครั้งต่อไปมีประเด็น ดังนี้

5.3.2.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการทำบัตรประชาชนจากหน่วยงานอื่น ๆ ในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบและนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาในการให้บริการขององค์กรหรือหน่วยงานตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

5.3.2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อมุมมองคุณค่า ความพึงพอใจ ภาพลักษณ์ และความภักดี ในการให้บริการทำบัตรประชาชนขององค์กรหรือหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาในการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

บรรณานุกรม

กฤตนพรรณ ดีนิสัย. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2560). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดนครนายก*. (บทคัดย่อ). วารสารการพัฒนาภูมิสังคมอย่างยั่งยืน, 1(1), หน้า 57.

จิราพร กำจัดทุกข์. (2552). *ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

โชคสุข กรกิตติชัย. (2559). *บัตรประชาชน*. เอกสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์. สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

ณรงค์ ทรวงโพธิ์. (2552). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการจ่ายสิ่งของขนาดใหญ่ของไปรษณีย์นครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, นครราชสีมา.

ณัฏฐ์ดนัย ประเทืองบริบูรณ์. (มกราคม–มิถุนายน 2560). *ประสิทธิภาพในการให้บริการประชาชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง*. วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, 4(1), หน้า 103.

เทพนรินทร์ ทองสัมฤทธิ์. (กรกฎาคม–ธันวาคม 2562). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการงานทะเบียนราษฎรของเทศบาลตำบลไม้เรียง อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช*. วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์, 4(2), หน้า 9.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). *การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีรยุทธ ชะนิล และเกรียงไกร ข่ายม่าน. (กรกฎาคม–ธันวาคม 2561). ความพึงพอใจของผู้รับบริการจากเทศบาลตำบลท่าประจะ อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช. (บทคัดย่อ). วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง, 7(2), หน้า 187.

นุชนาถ บัวสุดตา และ ลัดดา วัจนะสาริกากุล. (มกราคม-เมษายน 2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับความภักดีของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัยของรัฐในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย*. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 9(1), หน้า 7.

ปิยณัฐ จันทร์เกิด. (2560). *คุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ ตามการรับรู้ของประชาชน.* วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐแนวใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, นครสวรรค์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ภัทรพร เกตุลักษณ์ และมาลัย กมลสกุลชัย. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสการกลับมาใช้บริการซ้ำของร้านหนังสือเอเชียบุ๊คส์และร้านหนังสือคิโนะคูนิยะในเขตกรุงเทพมหานคร*. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 1. 26 เมษายน 2562, หน้า 539-545. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

มณีรัตน์ เพชรอินทร์. (2562). *การศึกษาระดับความคาดหวังของประชาชนต่อการให้บริการงานทะเบียนราษฎร สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลเมืองระนอง จังหวัดระนอง.* การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

เรืออากาศโท ศุภกิจ ภาวิไล. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2560). *ภาพลักษณ์กระทรวงกลาโหมในทัศนคติของบุคลากร สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, 13(3), หน้า 193.

วิจิตร อาวะกุล. (2542). *เทคนิคการประชาสัมพันธ์.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2549). *พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม.* พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์. (2548). *บทความทางวิชาการการสร้างภาพลักษณ์โรงเรียน.* กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารการศึกษาคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศรวิษฐา ฉิมชาญเวช และฐิติมา โห้ลำยอง. (มกราคม–เมษายน 2561). *ประสิทธิภาพการให้บริการงานทะเบียนราษฎร์ กรณีศึกษา อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี*. วารสาร มจร การพัฒนาสังคม, 3(1), หน้า 44.

เสรี วงษ์มณฑา. (2541). *ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน.* พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ธีระฟิลม์และไซเท็กซ์.

อนงค์นาฏ แก้วไพฑูรย์. (2554). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการตามหลักสังคหวัตถุ 4 ของฝ่ายทะเบียนที่ว่าการอำเภอเมืองจังหวัดนครสวรรค์.* วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (สาขารัฐประศาสนศาสตร์), มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.

อรุณศรี จงเจียมจิตต์, อนันต์ ธรรมชาลัย และชัยวุฒิ จันมา. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2562). *ปัจจัยการจัดการข้อร้องเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค*. วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 13(2), หน้า 125.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพในการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชน และความพึงพอใจของผู้รับบริการในเขตภาคใต้ตอนบน

2. ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามฉบับนี้ ทางผู้จัดทำการวิจัยจะเก็บเป็นความลับและจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น จึงขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ต่องานวิจัย โดยในส่วนของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการของหน่วยงาน

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการของหน่วยงาน

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการของหน่วยงาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. หน่วยงานที่ใช้บริการ

☐ เทศบาลหัวหิน

☐ อำเภอหัวหิน

2. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

3. อายุ

☐ ต่ำกว่า 18 ปี

☐ 18 – 30 ปี

☐ 31 – 40 ปี

☐ 41 – 50 ปี

☐ 51 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

- ☐ ต่ำกว่าประถมศึกษา/ประถมศึกษา
- ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น/เทียบเท่า
- ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
- ☐ อนุปริญญา/ปวส.
- ☐ ปริญญาตรีขึ้นไป

5. อาชีพ

- ☐ นักเรียน/นักศึกษา
- ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ
- ☐ พนักงานบริษัทเอกชน
- ☐ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
- ☐ เกษตร/ประมง/อื่นๆ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท
- ☐ 5,000 – 10,000 บาท
- ☐ 10,001 – 20,000 บาท
- ☐ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการ

1. ท่านใช้บริการที่หน่วยงานนี้มากน้อยเพียงใด

- ☐ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี
- ☐ 1 – 2 ครั้งต่อปี
- ☐ มากกว่า 3 ครั้งต่อปีขึ้นไป

2. ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้ง

- ☐ 5 – 15 นาที
- ☐ 16 – 30 นาที
- ☐ 30 นาทีขึ้นไป

3. ท่านรับรู้ข่าวสารของทางหน่วยงานจากช่องทางใด

☐ เว็บไซต์ของหน่วยงาน

☐ ป้ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

☐ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน

☐ อื่น ๆ เช่น ผู้นำชุมชน เพื่อนบ้าน เป็นต้น

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการของหน่วยงาน

ระดับความคิดเห็น 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง ไม่แสดงความคิดเห็น

ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ประเด็นข้อความ	**ระดับความคิดเห็น**					
	5	4	3	2	1	0
1.ท่านคาดหวังในการให้บริการของหน่วยงานอยู่ในระดับใด						
1.1 เจ้าหน้าที่พูดจาสุภาพ อัธยาศัยดี แต่งกายสุภาพ การวางตัว เรียบร้อย						
1.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ รวดเร็ว และมีความเอาใจใส่						
1.3 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ						
1.4 เจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม						
2. ท่านมีมุมมองต่อคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานอยู่ในระดับใด						
2.1 การให้บริการแต่ละขั้นตอนมีความสะดวก รวดเร็ว						
2.2 การให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีความคล่องตัว						
2.3 การให้บริการด้วยความครบถ้วน ถูกต้อง						
2.4 ความชัดเจนในการอธิบาย ชี้แจง และแนะนำขั้นตอนในการให้บริการด้วยสื่อต่างๆ						
3. ท่านมีมุมมองต่อความคุ้มค่าในการให้บริการของหน่วยงานอยู่ในระดับใด						
3.1 บริการที่ได้รับมีความถูกต้อง						
3.2 คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า						
3.3 ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า						
3.4 เจ้าหน้าที่ได้ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามได้เป็นประโยชน์						

ประเด็นข้อความ	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	0
4. ท่านมีมุมมองต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการของหน่วยงานอยู่ในระดับใด						
4.1 มีความชัดเจน โปร่งใส ในการปฏิบัติงาน						
4.2 ความรวดเร็วในการให้บริการ						
4.3 สถานที่มีความสะอาด เป็นระเบียบและมีที่นั่งเพียงพอสำหรับผู้มาติดต่อ						
4.4 มีระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ						
5. ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของหน่วยงานอยู่ในระดับใด						
5.1 เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน						
5.2 เจ้าหน้าที่ชี้แจงและอธิบายขั้นตอนได้เป็นอย่างดี						
5.3 การบริการอย่างเป็นมิตรและรวดเร็ว						
5.4 ความตรงต่อเวลาของเจ้าหน้าที่						
6. ท่านเคยมีปัญหาต่อการให้บริการของหน่วยงานอยู่ในระดับใด						
6.1 ร้องเรียน หรือ เสนอคำแนะนำไปยังผู้บริหารโดยตรง						
6.2 บอกต่อปัญหาไปยังคนที่ท่านรู้จัก						
6.3 บอกต่อปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์						
7. ท่านมีความภักดีต่อการใช้บริการของหน่วยงานอยู่ในระดับใด						
7.1 ครั้งต่อไปท่านจะมาใช้บริการซ้ำ						
7.2 ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ						

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการของหน่วยงาน

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาวลัดดาวัลย์ บัวเคลือบ
วัน เดือน ปีเกิด	5 พฤศจิกายน 2535
สถานที่เกิด	ประจวบคีรีขันธ์
ที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 10/180 ซอยหมู่บ้านทางรถไฟฝั่งตะวันตก ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110
สถานที่ทำงาน	สำนักงานเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2553	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนหัวหิน
พ.ศ. 2558	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีรัตนโกสินทร์

ประสบการณ์ทำงาน

พ.ศ. 2559 - 2560	พนักงานจัดเก็บเอกสาร โรงพยาบาลหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
พ.ศ. 2561 – ปัจจุบัน	พนักงานจ้างของรัฐ สำนักงานเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์