# คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

นางสาวชุติมา ศรีพูล

วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
พ.ศ. 2569

# คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

นางสาวชุติมา ศรีพูล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
พ.ศ. 2569

สงวนลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



# ใบอนุมัติวิทยานิพนธ์
## มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะกรรมการได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของ นางสาวชุติมา ศรีพูล แล้ว
เห็นสมควรเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

**คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์**

_____ ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ เมยไธสง)

_____ กรรมการ _____ กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคณาภูมิ) (รองศาสตราจารย์ ดร.ยุภาพร ยุภาศ)

_____ กรรมการ _____ กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ภักดี โพธิ์สิงห์) (รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร)

**มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร**
**ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม**

_____ _____
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชาคร คัยนันทน์) (รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษกนก ดวงชาทม)
คณบดีคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วันที่.....เดือน.....ปี.....

**ชื่อเรื่อง** : คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม
**ผู้วิจัย** : นางสาวชุติมา ศรีพูล
**ปริญญา** : รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
**อาจารย์ที่ปรึกษา** : รองศาสตราจารย์ ดร.ภักดี โพธิ์สิงห์
รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร
**ปีการศึกษา** : 2569

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม (2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคามที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการเลือกใช้สถานธนานุบาล และ (3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมือง มหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 398 คน โดยการใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบสมรรถนะการปฏิบัติงาน จำแนกตามเพศ และการเลือกใช้บริการสถานธนานุบาล ใช้สถิติ t-test และจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ใช้สถิติ One-Way ANOVA

ผลการวิจัย พบว่า (1) ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนการเลือกใช้บริการสถานธนานุบาล มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ (3) แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาล เมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การปรับปรุงสถานที่และนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อความสะดวก การดำเนินงานอย่างโปร่งใสและมีมาตรฐาน การให้บริการรวดเร็วและใส่ใจลูกค้า การพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้และคุณธรรม และการให้บริการที่เข้าใจลูกค้า เพื่อยกระดับภาพลักษณ์และประสิทธิภาพการให้บริการขององค์กรอย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ:** คุณภาพการให้บริการ, สถานธนานุบาล, เทศบาลเมืองมหาสารคาม

_____อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

**Title** : Service Quality of the Pawnshop Under the Maha Sarakham Municipality Maha Sarakham Province
**Author** : Miss Chutima Sripoon
**Degree** : Master of Public Administration (Public Administration)
Rajabhat Maha SaraKham University
**Advisor** : Associate Professor Dr. Phakdee Phosing
Associate Professor Dr. Soawalak Kosolkittiamporn
**Year** : 2026

# ABSTRACT

This research aimed to: (1) examine the level of service quality of pawnshops under the supervision of Mueang Maha Sarakham Municipality, Maha Sarakham Province, (2) compare the service quality of these municipal pawnshops by gender, age, education, occupation, income, And type of pawnshop selection; and (3) propose guidelines for developing service quality in municipal pawnshops. The sample consisted of 398 customers who used the pawnshop services, selected using Taro Yamane's formula. The research instrument was a Likert-scale questionnaire. Data were analyzed using percentage, mean, frequency, standard deviation, t-test, and One-Way ANOVA.

The results revealed that; (1) the overall service quality of pawnshops under Mueang Maha Sarakham Municipality was at a high level, (2) there were no significant differences in perceptions of service quality among respondents classified by gender, age, education, occupation, or income, whereas differences were found based on the type of pawnshop selected, with statistical significance at the .05 level, And (3) the guidelines for improving service quality comprised five key aspects: improving facilities and adopting digital technology for convenience, ensuring transparency and operational standards, providing prompt and attentive customer service, enhancing staff knowledge and ethics, and offering customer-centered services. These guidelines aim to enhance the organization's image, service efficiency, and sustainable public trust.

**Keywords:** Service Quality, Pawnshop, Mueang Maha Sarakham Municipality

_____Major Advisor

# กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร.ภักดี โพธิ์สิงห์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ เมยไธสง ประธานสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคณาภูมิ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.ยุภาพร ยุภาศที่กรุณาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณ เป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ นายกเทศมนตรีเมืองมหาสารคาม ที่กรุณาอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลการวิจัย ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ในการตอบแบบสอบถามการวิจัย ครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา-มารดา และขอขอบคุณ พ่อ แม่ ที่คอยสนับสนุน อำนวยความสะดวกและให้กำลังใจข้าพเจ้าตลอดมา จนทำให้การศึกษาครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นางสาวชุติมา ศรีพูล

# สารบัญ

**หัวเรื่อง** **หน้า**


บทคัดย่อ ..... ก
ABSTRACT ..... ข
กิตติกรรมประกาศ ..... ค
สารบัญ ..... ง
สารบัญตาราง ..... ฉ
สารบัญภาพ ..... ซ
บทที่ 1 บทนำ ..... 1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา ..... 1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย ..... 3
1.3 สมมุติฐานการวิจัย ..... 4
1.4 ขอบเขตการวิจัย ..... 4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ ..... 5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ..... 6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม ..... 7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ..... 7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ..... 26
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ..... 34
2.4 บริบทพื้นที่ทั่วไปของเทศบาลเมืองมหาสารคาม ..... 39
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ..... 44
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย ..... 64
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย ..... 65
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ..... 65
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ..... 66
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ..... 67
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ..... 68
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ..... 68
บทที่ 4 ผลการวิจัย ..... 86
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย ..... 86
4.2 ลำดับการนำเสนอผลการวิจัย ..... 69
4.3 ผลการวิจัย ..... 70
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ..... 86
5.1 สรุป ..... 86
5.2 อภิปรายผล ..... 92

**หัวเรื่อง** **หน้า**

5.3 ข้อเสนอแนะ ..... 95
บรรณานุกรม ..... 97
ภาคผนวก ..... 106
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย ..... 107
ภาคผนวก ข ค่าความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย ..... 113
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย ..... 115
การเผยแพร่ผลงานวิจัย ..... 117
ประวัติผู้วิจัย ..... 118

# สารบัญตาราง

**ตารางที่** **หน้า**


2.1 สังเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการให้บริการ ..... 25
2.2 อัตรากำลังบุคลากรของเทศบาลเมืองมหาสารคาม ..... 43
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ..... 70
4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ..... 72
4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ..... 73
4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ..... 74
4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ..... 75
4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ..... 76
4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ..... 77
4.8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีเพศต่างกัน ..... 78
4.9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุ ..... 78
4.10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา ..... 79
4.11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอาชีพ ..... 79
4.12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีการเลือกใช้บริการสถานธนานุบาล/โรงรับจำนำต่างกัน ..... 79

**ตารางที่** **หน้า**

ข.1 ค่าความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย ..... 114
ค.1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย ..... 116

# สารบัญภาพ

**ภาพที่** **หน้า**

2.1 ตัวอย่างการวางภาพประกอบการทำบทนิพนธ์ ..... 42
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย ..... 64

# บทที่ 1
# บทนำ

## 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สภาพเศษฐกิจของประเทศไทยส่งผลต่อสภาพคล่องของครัวเรือนไทย หลังจากแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังฟื้นตัวไม่ดีมากนักสะท้อนจากธุรกิจที่นับเป็นที่พึ่งยามยากของคนไทยเพราะไม่ต้องมีเอกสารแสดงรายได้ หรือตรวจสอบข้อมูลเครดิตอย่างธุรกิจโรงรับจำนำ ยังคงมีภาพรวมเติบโตสูงและผลประกอบการดีอย่างต่อเนื่องจนนำมาสู่การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นด้วยข้อมูลจากสำนักงานธนานุเคราะห์ของ ปี 2566 พบ มีผู้นำทรัพย์ไปจำนำ ทั้งสิ้น 1.19 ล้านคน เพิ่มขึ้น 2.9% สอดคล้องกับมูลค่าทรัพย์จำนำเพิ่มขึ้น 6% มาอยู่ที่ระดับ 20,386 ล้านบาท ทั่วประเทศ มีโรงรับจำนำ ทั้งสิ้น 843 แห่ง เพิ่มขึ้น 16 แห่ง จาก ณ สิ้นปี 2565 ประกอบด้วยโรงรับจำนำเอกชน 540 แห่ง เพิ่มขึ้น 15 แห่ง และโรงรับจำนำของรัฐ (สถานธนานุบาลและสถานธนานุเคราะห์) รวม 303 แห่ง เพิ่มขึ้น 1 แห่ง อีกทั้งต้องแข่งขันกับธุรกิจร้านทองที่ให้บริการรับจำนำทองคำเหมือนกัน (สำนักงานธนานุเคราะห์, 2566)

สถานธนานุบาล เป็นสถาบันการเงินที่สำคัญสำหรับประชาชนในประเทศไทยโดยเฉพาะผู้ที่มีรายได้น้อยหรือไม่มีทางเลือกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินหลัก เช่น ธนาคารพาณิชย์ การบริการของสถานธนานุบาลมุ่งเน้นในการช่วยเหลือประชาชนที่มีความต้องการเงินทุนระยะสั้นโดยการนำทรัพย์สินมาจำนำ ซึ่งสถานธนานุบาลจะทำการตีราคาทรัพย์สินและให้เงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าแหล่งเงินทุนที่ไม่เป็นทางการ เช่น การกู้นอกระบบ สำนักงานธนานุเคราะห์ กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์หรือโรงรับจำนำของรัฐดำเนินภารกิจเกี่ยวกับโรงรับจำนำซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจ จัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรีแต่มิได้มีฐานะเป็นนิติบุคคลในอดีตสถานธนานุเคราะห์เริ่มก่อตั้งในสมัยฯพณฯ จอมพล ป. พิบูลสงคราม เมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2498 เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินด้วยการบริการรับจำนำแก่ผู้ต้องการเงินฉุกเฉิน มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือประชาชนระดับฐานรากที่ประสบปัญหาทางการเงินฉุกเฉิน ด้วยการรับจำนำทรัพย์ด้วยเงื่อนไขและอัตราดอกเบี้ยต่ำ มีการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อมุ่งหวังให้เกิดความเชื่อมั่นและพึงพอใจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ภารกิจ และเป้าหมายที่กำหนด (สำนักงานธนานุเคราะห์, 2561)

คุณภาพการบริการ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากต่อความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสามารถขององค์กรในการตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า การบริการที่มีคุณภาพดีจะสร้างความรู้สึกพึงพอใจทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในองค์กร ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดความภักดีและมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต (Kotler, 2000) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Ziethaml, Parasuraman, and Berry, 2013, Parasuraman, et al., 1988, Berry, 1988, Higgins, 1995, Millet, 1954, ติณณภพ ร่มศรี, 2563, ปทิดา ยงประเสริฐสุข,

2564, ปฐมพงค์ กุกแก้ว, 2563 และธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ, 2565) เพื่อสร้างความประทับใจและความจงรัก ภักดี เมื่อองค์กรสามารถให้บริการที่มีคุณภาพและสม่ำเสมอจะทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในความสามารถขององค์กร ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง การให้บริการที่มีคุณภาพช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรทำให้องค์กรดูเป็นมืออาชีพและน่าเชื่อถือในสายตาของลูกค้าและสาธารณชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างคุณค่าทางธุรกิจ คุณภาพการบริการที่ดีช่วยส่งเสริมความภักดีของลูกค้าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโดยคุณภาพการบริการถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า (Rust and Oliver, 1994)

สถานธนานุเคราะห์ของรัฐบาล มีทั้งสิ้น 44 สาขา กระจายอยู่ทั่วประเทศ ในปี 2566 สามารถช่วยเหลือประชาชนได้ 1,187,948 ราย เป็นจำนวนเงิน 20,386.19 ล้านบาท หากเทียบข้อมูลกับปี 2565 ถือว่ามีผู้ใช้บริการโรงรับจำนำของรัฐมากขึ้น 2.92% คือ 33,733 ราย และใช้เงินเพิ่มขึ้น 1,150.27 ล้านบาท โดยเฉลี่ย/เดือน จะมีประชาชนเข้าโรงรับจำนำของรัฐ 98,996 ราย โดยมีวงเงินบริการ 1,698.85 ล้านบาท (ไทยรัฐ, 2567)

ส่วนอาชีพที่มาใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ รับจ้าง จำนวน 1,015,640 ราย มูลค่า 17,465.89 ล้านบาท รองลงมา คือ พ่อบ้านและแม่บ้าน 74,109 ราย มูลค่า 1,204.92 ล้านบาท ค้าขาย 54,630 ราย มูลค่า 997.73 ล้านบาท ข้าราชการ 21,397 ราย มูลค่า 351.79 ล้านบาท วงเงิน ที่จำนำมากที่สุด คือ 20,001-100,000 บาท มีผู้มาจำนำ 347,743 รองลงมา คือ 5,001-10,000 บาท จำนวน 291,172 ราย ส่วนอันดับ 3 คือ ต่ำกว่า 5,000 บาท 277,221 ราย จากข้อมูลข้างต้นโรงรับจำนำของรัฐบาล มีรายได้ย้อนหลัง 3 ปี เพิ่มขึ้นทุกปี จากปี 2564-2566 คือ (ไทยรัฐ, 2567)

1. ปี 2564 มีรายได้ 756.03 กำไรเบ็ดเสร็จ 348.91 ล้านบาท
2. ปี 2565 มีรายได้ 843.09 กำไรเบ็ดเสร็จ 452.80 ล้านบาท
3. ปี 2566 มีรายได้ 885.62 กำไรเบ็ดเสร็จ 465.6 ล้านบาท

เทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางด้านการศึกษา การค้า และการบริการของจังหวัดมหาสารคาม ประชากรในเขตเทศบาลมีทั้งกลุ่มนักศึกษา ผู้มีรายได้น้อย และประชาชนทั่วไปที่ต้องพึ่งพาสถานธนานุบาลในการขอเงินกู้เพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน หรือในสถานการณ์เร่งด่วน ช่วงปี 2567 ผู้ใช้บริการทั้งสิ้น 65,900 ราย สถานธนานุบาลเทศบาลเมืองมหาสารคาม ซึ่งเป็นโรงรับจำนำของรัฐบาล มีเงินทุนหมุนเวียน คงเหลือ 43 ล้านบาท และมีเงินสำรอง จำนวน 80 ล้านบาท เพื่อรองรับประชาชนที่จะมาใช้บริการในช่วงเปิดเทอมและช่วงฤดูกาลที่เกษตรกรเริ่มทำการเพาะปลูก โดยคิดอัตราดอกเบี้ยรับจำนำ ดังนี้ (เทศบาลเมืองมหาสารคาม, 2567)

1. จำนวนเงินต้นไม่เกิน 5,000 บาท ดอกเบี้ยร้อยละ 50 สตางค์/เดือน
2. จำนวนเงินต้นเกินกว่า 5,000-30,000 บาท ดอกเบี้ยร้อยละ 1 บาท/เดือน
3. จำนวนเงินต้นเกินกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ดอกเบี้ยร้อยละ 1.25 บาท/เดือน

จำนำไม่เกิน 15 วัน คิดดอกเบี้ยเพียงครึ่งเดือน ถ้าเกิน 15 วันขึ้นไป คิดดอกเบี้ยหนึ่งเดือน ตั๋วรับจำนำมีอายุ 4 เดือน 30 วัน สามารถเพิ่มเงินต้นได้ โรงรับจำนำเปิดทำการทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 8.00-16.00 นาฬิกา ไม่หยุดพักเที่ยง

สถานธนานุบาลสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม เป็นสถาบันการเงินที่นิยมของประชาชนเป็นอันมาก เพื่อเป็นการช่วยเหลือประชาชนผู้เดือดร้อนขัดสนทางการเงิน ดอกเบี้ยถูก โดยไม่ต้องกู้ยืมเงินเอกชน การให้บริการโรงรับ ปัจจุบันยอดผู้ใช้บริการลดลงเรื่อย ๆ เนื่องจากมีโรงรับจำนำเอกชนมีการเปิดให้บริการจำนวนมากขึ้น ประกอบกับประชาชนบางกลุ่มมีความต้องการวงเงินมากขึ้นโดยไม่คำนึงถึงดอกเบี้ยทำให้มีพฤติกรรมไปใช้บริการกับเอกชนจากข้อมูลการให้บริการของสถานธนานุบาลสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม พบว่า มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ เช่น ความล่าช้าในการให้บริการ ความไม่ชัดเจนในการตีราคาทรัพย์สิน และการขาดความโปร่งใสในการให้ข้อมูล ซึ่งปัญหาเหล่านี้มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของประชาชนและความไว้วางใจในบริการ การมีสถานธนานุบาลที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายให้บริการที่โปร่งใสและมีคุณภาพจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก ความสำคัญของปัญหาดังกล่าวส่งผลให้เกิดคำถามว่าคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคามมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดและสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ได้ดีเพียงใด (เทศบาลเมืองจังหวัดมหาสารคาม, 2567) การวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคามผ่านมุมมองของผู้ใช้บริการโดยการประเมินในหลายมิติ เช่น ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการของสถานธนานุบาลถือเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญต่อความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในองค์กร นอกจากนี้การวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะจากประชาชนที่เป็นผู้ใช้บริการสามารถนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงระบบการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะช่วยให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสถานธนานุบาลสามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยสร้างมาตรฐานการบริการที่ชัดเจนและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสถานธนานุบาลอื่น ๆ ที่อยู่ในสังกัดเทศบาลหรือหน่วยงานอื่น ๆ และช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสถานธนานุบาลในฐานะหน่วยงานที่ให้บริการทางการเงินอย่างมีคุณภาพและเป็นธรรมและสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนได้ยิ่งขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

1.2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคามที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน และการเลือกใช้สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำ

1.2.3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

## 1.3 สมมุติฐานการวิจัย

1.3.1 คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก

1.3.2 คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน การเลือกใช้สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำ ต่างกัน มีคุณภาพ การให้บริการแตกต่างกัน

## 1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รายละเอียดประกอบด้วย

**1.4.1 ขอบเขตพื้นที่ของการวิจัย**

เทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

**1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา** เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

1.4.1.1 ตัวแปรอิสระ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน และการเลือกใช้สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำ

1.4.1.2 ตัวแปรตาม คือ คุณภาพการให้บริการ โดยผู้วิจัยนำแนวคิด Ziethaml, Parasuraman and Berry (2013), Parasuraman, et al. (1988), Berry (1988), Higgins (1995), Millet (1954, p. 12), ติณณภพ ร่มศรี (2563), ปทิดา ยงประเสริฐสุข (2564), ปฐมพงค์ กุกแก้ว (2563) และธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ (2565) มาเป็นตัวแปร ได้แก่

1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ
2) ด้านความน่าเชื่อถือ
3) ด้านการตอบสนองลูกค้า
4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า
5) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

**1.4.3 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

1.4.3.1 ประชากร ได้แก่ ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ทั้งสิ้น 65,900 คน (เทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม, 2567)

1.4.3.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 398 คน โดยการใช้สูตรหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ (Yamane, 1973, p. 727) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

1.4.3.3 กลุ่มเป้าหมายการสัมภาษณ์ คือ ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมือง มหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 10 คน

**1.4.4 ขอบเขตระยะเวลา**

ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ อยู่ระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2567

## 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ประชาชนผู้รับบริการ หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับการบริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การส่งมอบการบริการที่ดีให้กับผู้รับบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดและอยากกลับมาใช้บริการอีก รวมทั้งมีการบอกต่อไปยังผู้อื่นในทางที่ดี ประกอบด้วย

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพตามสาเหตุที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อมการตกแต่ง ป้ายประกาศ เอกสารต่าง ๆ เป็นต้น โดยพิจารณาถึงความสะอาด และความเป็นระเบียบที่ลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับประชาชนงานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการและสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดกับประชาชนด้วยความเต็มใจ

3. การตอบสนองลูกค้า หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เมื่อเห็นลูกค้าแล้วจะต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ รวมทั้งสอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และการให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบศึกษาควาต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่องโดยใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

สถานธนานุบาล หมายถึง สถาบันการเงินประเภทหนึ่งที่จัดตั้งขึ้นโดยหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรท้องถิ่นเพื่อให้บริการด้านการรับจำนำสิ่งของมีค่าเป็นหลักประกันในการให้สินเชื่อแก่ประชาชน งานวิจัยนี้หมายถึง สถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะช่วยให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสถานธนานุบาลสามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.6.2 ข้อมูลจากการศึกษาจะช่วยสร้างมาตรฐานการบริการที่ชัดเจนและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสถานธนานุบาลอื่น ๆ ที่อยู่ในสังกัดเทศบาล หรือหน่วยงานอื่น ๆ

1.6.3 การพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น จะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสถานธนานุบาลในฐานะหน่วยงานที่ให้บริการทางการเงินอย่างมีคุณภาพและเป็นธรรมและสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนได้ยิ่งขึ้น

# บทที่ 2
# การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการ
4. บริบทพื้นที่ทั่วไปของเทศบาลเมืองมหาสารคาม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้รู้เกี่ยวกับวิธีการวัดและปรับปรุงคุณภาพของบริการเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ไว้ดังนี้

**2.3.1 ความหมายของคุณภาพบริการ**

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดคุณภาพการให้บริการของนักวิชาการต่าง ๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2555) ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการไว้ว่า หมายถึง “ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และตรงเวลา” โดยคุณภาพการให้บริการนั้น

สุรีย์พร วัชราภรณ์ (2560) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างราบรื่นไร้รอยต่อ

วรรณา พรหมพันธุ์ (2561) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

นภัสวรรณ สุวรรณทวี (2562) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างตรงจุด ทันเวลาและคุ้มค่า

พัชรินทร์ ภูมิวิชญ์ (2562) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างเหนือความคาดหมายและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

วัชรินทร์ ธรรมชัย (2562) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการคุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขันได้

มานะ ดำรงค์ (2563) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างเหนือความคาดหมาย และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

ราพร แซ่ลี้ (2564) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

วิภาวี แก้วสุริยะ (2564) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างประทับใจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

กัลยาณี วงศ์สุวรรณ (2565) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สมศักดิ์ คงเทียน และอัญชลี โพธิ์ทอง (2565) ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการไว้ว่า หมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างครบถ้วนและตรงตามมาตรฐานที่กำหนดโดยคุณภาพการให้บริการนั้น

กฤติยา ชาญเวช (2566) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างเป็นเลิศ การตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างครบถ้วนและตรงเวลา

Lewis and Bloom (1983) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการให้บริการว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบ โดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering Service Quality) จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

Crosby (1988) กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการหรือ “Service Quality” นั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องและตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการและสามารถที่จะทราบของต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

Crosby (1988) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการนั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องและสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการและสามารถที่จะทราบความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้นได้ด้วย

Kotler (1988) ได้กล่าวว่า การบริการนั้นหมายถึงกิจกรรมหรือการปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้กับอีกกลุ่มบุคคลหนึ่งซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องและแสดงความเป็นเจ้าของได้ ซึ่งการกระทำดังกล่าวนั้นอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่าเป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ถึงผลการดำเนินงานภายหลังจากการได้การบริการ

Konosuke Matsushita (1989) ได้กล่าวว่า สินค้า การขาย และการบริการ คือ สามเสาหลักที่อาจแยกออกจากกันได้ องค์ที่ดำเนินธุรกิจที่ดีต้องมีสินค้าที่ดีและยิ่งกว่านั้นองค์กรหรือธุรกิจนั้นต้องมีบริการที่ดีด้วยเพราะด้วยการบริการที่ดีจะทำให้ธุรกิจสามารถพัฒนาให้มีศักยภาพที่ถึงจุดสูงสุดได้

Gronroos (1990) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่า สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้น โดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมิน

Bitner and Hubbert (1994) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นความประทับใจในภาพรวมของลูกค้าผู้รับบริการ อันมีต่อความเป็นเลิศขององค์กรและบริการที่องค์การจัดให้มี

Schmenner (1995) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวังก็จะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ตรงกันข้าม หากผู้รับบริการรับรู้ว่าบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวังคุณภาพการให้บริการก็จะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง

White and Abel (1995) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ การวินิจฉัยของผู้รับบริการเกี่ยวกับความสามารถในการเติมเต็มงานการให้บริการของหน่วยงานที่ให้บริการ บริการเช่นว่านี้ ไวท์และเอเบล เสนอแนวคิดว่าแตกต่างไปจากสินค้า (Goods) กล่าวคือ สินค้าเป็นสิ่งที่จับต้องได้ มีความคงทนสูง และโดยทั่วไปผลิตขึ้นภายใต้และผลิตเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่แน่นอนอันหนึ่ง ในขณะที่บริการเป็นเรื่องที่มีความผันแปรมากกว่าสินค้าแม้จะมีลักษณะที่ตอบสนองผู้บริโภคเช่นเดียวกับสินค้าก็ตาม และโดยทั่วไปแล้วบริการมีคุณลักษณะสำคัญที่จับต้องไม่ได้ มีความหลากหลายและไม่สามารถแบ่งแยกได้จากการผลิตและการบริโภค

สรุปได้ว่า คุณภาพบริการ หมายถึง การส่งมอบการบริการที่ดีให้กับผู้รับบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดและอยากกลับมาใช้บริการอีก รวมทั้งมีการบอกต่อไปยังผู้อื่นในทางที่ดี

**2.3.2 ความสำคัญคุณภาพการบริการ**

ความสำคัญของคุณภาพการบริการเป็นหัวข้อที่ได้รับความสนใจจากนักวิชาการหลากหลายท่าน เนื่องจากมีบทบาทสำคัญในความพึงพอใจของลูกค้าและประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ มีแนวคิดจากนักวิชาการต่างๆ ดังนี้

Sasser, Olsen and Wyckoff (1978) เสนอว่าคุณภาพการบริการสามารถถูกวัดผ่านประสิทธิภาพของบริการในมิติที่สำคัญต่าง ๆ เช่น ความพร้อมใช้งานของบริการ ความสามารถของพนักงานและความสามารถในการแก้ไขปัญหา โดยการจัดการและปรับปรุงในด้านเหล่านี้จะช่วยเพิ่มคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า

Zeithaml (1981) คุณภาพการบริการถูกกำหนดโดยระดับที่บริการที่ได้รับตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการเป็นหลัก

Gronroos (1984) ได้เสนอมิติของคุณภาพการบริการโดยแบ่งเป็นคุณภาพทางเทคนิค (Technical Quality) และคุณภาพด้านการทำงาน (Functional Quality) ซึ่งมิติแรกเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากบริการ ส่วนมิติที่สองเกี่ยวข้องกับวิธีการที่ลูกค้าได้รับบริการ

Fornell and Wernerfelt (1987) ได้วิเคราะห์ว่าคุณภาพการบริการที่ดีสามารถนำไปสู่การสร้างลูกค้าที่ภักดีและลดต้นทุนการรักษาลูกค้า พวกเขาเน้นว่าคุณภาพการบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว

Parasuraman, et al. (1988) ได้พัฒนาโมเดล SERVQUAL ที่ใช้ประเมินคุณภาพการบริการโดยพิจารณาจากความคาดหวังและการรับรู้ความสำคัญในการพัฒนาการบริการลูกค้าในหลายอุตสาหกรรม

Cronin and Taylor (1992) คุณภาพการบริการเป็นตัวทำนายหลักของความพึงพอใจและความตั้งใจในการซื้อของลูกค้า โดยการวัดผลสามารถใช้โมเดล SERVPERF ที่เน้นการวัดการรับรู้ของลูกค้าต่อการบริการ

Teas (1993) เสนอโมเดลการวัดคุณภาพการบริการที่เน้นการวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ โดยเขาเชื่อว่าการลดช่องว่างเหล่านี้เป็นกุญแจสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า

Rust and Oliver (1994) มองว่าคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างคุณค่าทางธุรกิจ คุณภาพการบริการที่ดีช่วยส่งเสริมความภักดีของลูกค้า และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยคุณภาพการบริการถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า

Kotler (1997) คุณภาพการบริการว่าเป็นระดับของความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ โดยคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างและรักษาลูกค้าเขาเน้นว่าคุณภาพการบริการเป็นหัวใจของการตลาดในธุรกิจบริการที่แข่งขันกันอย่างเข้มข้น

Kotler (2000) ยังได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความสำเร็จทางธุรกิจในระยะยาว โดยย้ำถึงความสำคัญของการให้บริการที่เกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจและความจงรักภักดี

Lovelock and Wirtz (2011) เน้นย้ำว่าคุณภาพการบริการเป็นความสามารถของบริการที่จะตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า โดยเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันของธุรกิจบริการ นักวิชาการทั้งสองเห็นว่าคุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการขององค์กรหนึ่งมากกว่าคู่แข่ง

**2.3.3 มิติของคุณภาพการบริการ**

การศึกษาคุณภาพการบริการได้มีการวิจัยทางการตลาดมาแล้วหลายครั้งโดยเริ่มตั้งแต่ปี 1983 ได้มีการสร้างรูปแบบของคุณภาพบริการ (Service Quality Model) และมิติของคุณภาพบริการ (Dimensions of Service Quality) ซึ่งวัดได้จากการรับรู้ของผู้รับบริการว่าบริการที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่เพียงใด Zeithaml, Berry and Parasuraman (1990) และได้มีการวิจัยแล้วนำไปพัฒนาเป็นรูปแบบของการบริการตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งมีสิ่งบ่งชี้คุณภาพบริการ ดังนี้

มิติของคุณภาพบริการ (Dimensions of Service Quality) โดยการประเมินจากผู้รับบริการซึ่งประกอบด้วย เกณฑ์ต่าง ๆ 10 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์เครื่องมือ บุคลากร และวัสดุในการติดต่อสื่อสาร

2. ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่ให้สัญญาไว้และมีความน่าเชื่อถือ

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการได้ในทันที

4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้และความสามารถทักษะในการบริการที่ให้และสามารถแสดงออกมาให้ผู้รับบริการประจักษ์ได้

5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยนให้เกียรติ มีน้ำใจและเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ

6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าไว้วางใจเชื่อถือได้ซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์และความจริงใจของผู้ให้บริการ

7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน ชื่อเสียง ปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการรักษา ความลับของผู้รับบริการ

8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมารับบริการ

9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการใช้สื่อสารด้วยภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจ และรับฟังเรื่องราวต่าง ๆ จากผู้รับบริการ

10. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding the Customer) หมายถึง การทำความเข้าใจ และรู้จักผู้รับบริการ รวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตนเอง

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2555) ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการไว้ว่า หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และตรงเวลาโดยคุณภาพการให้บริการนั้น ประกอบด้วย 5 มิติหลัก ๆ ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความเชื่อมั่นว่าองค์กรจะสามารถให้บริการได้ตามที่สัญญาไว้

2. ความตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความรวดเร็วและความเต็มใจในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

3. ความเชี่ยวชาญ (Competence) หมายถึง ความรู้ ทักษะ และความสามารถของบุคลากรผู้ให้บริการ

4. ความเอื้ออาทร (Empathy) หมายถึง การเอาใจใส่และเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ

5. ความประทับใจ (Aesthetics) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการให้บริการ

พิณ ทองพูน (2565) ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการไว้ว่า หมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยคุณภาพการให้บริการนั้น ประกอบด้วย 2 มิติหลัก ๆ ดังนี้

1. มิติด้านคุณภาพ หมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องครบถ้วนและตรงเวลา

2. มิติด้านความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติเชิงบวกของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการขององค์กร

สมศักดิ์ คงเทียน และอัญชลี โพธิ์ทอง (2565) ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการไว้ว่า หมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างครบถ้วนและตรงตามมาตรฐานที่กำหนด โดยคุณภาพการให้บริการนั้น ประกอบด้วย 3 มิติหลัก ๆ ดังนี้

1. มิติด้านความตรงตามความต้องการ หมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และตรงตามมาตรฐานที่กำหนด

2. มิติด้านความเชื่อถือได้ หมายถึง ความเชื่อมั่นว่าองค์กรจะสามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3. มิติด้านความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติเชิงบวกของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการขององค์กร

**2.3.4 องค์ประกอบคุณภาพของการบริการ**

จากการศึกษาวิจัยที่ได้มีการพัฒนามาตลอดของ Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) พบว่า คุณภาพบริการนั้นขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ เมื่อผู้รับบริการมารับบริการนั้นจะเปรียบเทียบบริการที่ตนได้รับจริงกับบริการที่คาดหวังไว้และยังพบมิติในการประเมินคุณภาพบริการจากผู้รับบริการ ซึ่งมี 10 ด้าน ดังกล่าวมาแล้ว จึงได้นำมิติของคุณภาพบริการทั้ง 10 ด้าน แล้วนามาสร้างเป็นเครื่องมือแบบประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” (Service Quality) มีการวิเคราะห์ค่าทางสถิติจนสามารถสรุปรวมมิติสำคัญที่บ่งชี้ถึงคุณภาพการบริการมีจำนวน 5 ด้านหลักเท่านั้น (Zeithaml, et al., 1990) SERVQUAL เป็นเครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพบริการ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ประกอบด้วย 22 ข้อ เป็นการประเมินความคาดหวังในการบริการของผู้รับบริการ และส่วนที่ 2 ประกอบด้วย 22 ข้อ เช่นกันแต่ประเมินจากการรับรู้ของผู้รับบริการต่อการบริการที่ได้รับจริงโดยเรียกเครื่องมือนี้ว่า “RATER” (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy and Responsiveness) ซึ่งผู้รับบริการประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ดังนี้ (Tenner and De Toro, 1992)

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์บุคลากร และการใช้ สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้บริการได้สัมผัสและการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้

2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการบริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันท่วงทีผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการสามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการดีที่สุด

5. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจต่อลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลความเอื้ออาทร เอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการในแต่ละคน มิติที่ใช้เป็นเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน

Parasuraman and Berry, et al. (1985, pp. 201-203) กล่าวว่า ในการวัดคุณภาพการให้บริการลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ ซึ่งมี 5 มิติ ได้แก่

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) คือ สิ่งที่สามารถจับต้องได้รวมถึงลักษณะทางกายภาพมีความสำคัญต่อความรู้สึกของผู้รับบริการ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 สิ่งแวดล้อม อาคารสถานที่ เช่น ที่จอดรถพียงพอ มีที่นั่งเพียงพอ สวยงาม

1.2 เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการ หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้ในสำนักงานมีความทันสมัยพร้อมที่จะใช้งานได้ทันทีและมีความเที่ยงตรง

1.3 บุคลากรที่ให้บริการ มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ สะอาด ตลอดจนมีท่วงทีในการทำงานที่คล่องแคล่วเป็นบุคลิกภาพที่สังเกตได้ (Lererence and Barbara, 1988)

2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) เป็นมุมมองที่ลูกค้าดูจากความสามารถในการส่งมอบบริการของพนักงานบริการได้ตรงตามเวลาและถูกต้องตามที่ตกลงกันไว้สามารถแสดงที่จะผลงานการบริการให้ได้อย่างที่โฆษณาไว้และมีความถูกต้องแม่นยำทุกครั้ง ไม่เกิดความผิดพลาดบุคลากรมีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) เป็นความพร้อมที่จะให้บริการกับลูกค้าทันทีที่ลูกค้ามีความต้องการ ผู้ให้บริการที่จะส่งผลให้เกิดบริการที่มีคุณภาพได้นั้นจะต้องมีคุณลักษณะดังนี้

3.1 มีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ ความแข็งแรงของร่างกายจะบ่งบอกถึงท่าทางที่คล่องแคล่ว กระตือรือร้น และมีชีวิตชีวา ผู้ปฏิบัติงานบริการจะต้องมีพื้นฐานความสมดุลของสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี จึงจะสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเต็มที่เพราะงานบริการเป็นงานหนักที่ต้องใช้ทั้งแรงกายและแรงใจอย่างมากในการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการและช่วยเหลือให้เขาได้รับในสิ่งที่ต้องการ

3.2 มีอัธยาศัยที่ดี บุคลิกของผู้ปฏิบัติงานบริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และท่าทีสุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเองจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกเป็นมิตรน่าคบหาและต้องการมีปฏิสัมพันธ์ด้วย ซึ่งจะเป็นผลดีต่อกระบวนการนำเสนอบริการต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการ เพราะเมื่อผู้รับบริการยอมรับหรือเชื่อถือไว้วางใจผู้ปฏิบัติงานการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการก็ย่อมเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 มีจิตสำนึกของการบริการ ผู้ที่จะปฏิบัติงานบริการได้ดีจำเป็นต้องมีค่านิยมหรือเจตคติที่ดีต่อการให้บริการ และมีความรู้สึกภูมิใจต่ออาชีพบริการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการระดับใดก็จะจ้องมีความภาคภูมิใจในบทบาทหน้าที่การงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความตั้งใจ และความพยายามที่จะทำงานนั้น ให้บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

3.4 มีความสามารถในการปรับตัว งานบริการเป็นงานที่ต้องพบปะผู้คนจำนวนมาก อยู่ตลอดเวลาผู้ปฏิบัติงานบริการจะต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้ได้ในทุก ๆ สถานการณ์ เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการด้วยเหตุนี้เอง ผู้ปฏิบัติงานบริการจึงต้องเป็นผู้ที่รู้จักควบคุมตัวเอง มีความอดทนอดกลั้น มีความยืดหยุ่น เป็นคนช่างสังเกตและมีดุลยพินิจในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ได้อย่างรอบควบมีไหวพริบ

4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ความรู้ในงานและความมีอัธยาศัย ของพนักงานบริการที่พร้อมจะให้คำอธิบายขั้นตอนการบริการ เพื่อให้เกิดความมั่นใจกับลูกค้าในการให้บริการตลอดจนเพื่อลดความไม่แน่ใจและความเสี่ยงของลูกค้าก่อนรับบริการ ผู้ให้บริการยิ้มแย้มแจ่มใส มีการต้อนรับที่ดี มีความรู้ ความสามารถในการให้คำปรึกษาแก่ผู้รับบริการเป็นอย่างดี และแสดงออกถึงความมีน้ำใจ เอาใจใส่ถึงความต้องการของลูกค้าสามารถแสดงให้ลูกค้าไว้วางใจและมั่นใจว่าผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะมากพอที่จะให้บริการได้

5. ความเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) คือ การใส่ใจรับฟังปัญหาความคิดเห็นและความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการเป็นรายบุคคล มีการสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกันจดจำผู้ที่มาใช้บริการได้ มีอัธยาศัยไมตรี สุภาพให้เกียรติ มีการบริการ 24 ชั่วโมง ในกรณีฉุกเฉินพนักงานบริการสามารถที่จะให้การสื่อสารที่เข้าใจง่ายและจัดให้มีช่องทางที่ลูกค้าจะเข้าถึงข้อมูลของงานบริการนั้น ๆ ตลอดเวลา

5.1 วิธีการดูแลเอาใจใส่ที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับความเห็นอกเห็นใจจากผู้ให้บริการมี 4 ประการ คือ

5.1.1 ตระหนักถึงคุณภาพและความต้องการของบุคคลเป็นการกระทำตามความต้องการเฉพาะของบุคคล

5.1.2 การสนับสนุนให้กำลังใจ ทำให้ผู้รับบริการมีกำลังใจและรู้สึกสบายใจ

5.1.3 การให้ข้อมูลข่าวสารการบอกเล่าสิ่งต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการ มีทั้งสิ่งที่เป็นทางการ คือ การสอน และไม่เป็นทางการ คือ การให้ข้อมูลเรื่องทั่ว ๆ ไป

5.1.4 การแสดงออกถึงความรู้สึกและทักษะเชิงวิชาชีพเป็นการปฏิบัติให้ปรากฏต่อชุมชนและผู้รับบริการให้รับรู้ว่ามีความเฉพาะอันเป็นเอกลักษณ์ของวิชาชีพ

5.2 การดูแล และเอาใจใส่ให้บริการอย่างตั้งอกตั้งใจ เนื่องจากเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องได้รับการตอบสนอง เน้นการบริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้าเป็นรายบุคคลตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน มีการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างถ่องแท้ในการให้บริการหนึ่ง ๆ ลูกค้าจะยอมรับว่าบริการใดมีคุณภาพหรือไม่จะต้องวัดจาก 5 องค์ประกอบข้างต้นแต่ถึงอย่างไรทั้ง 5 องค์ประกอบ ลูกค้าก็ให้ความสำคัญแตกต่างกันซึ่งก็เป็นสัดส่วนที่ต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับว่าเป็นการบริการในอุตสาหกรรมใดด้วย

5.2.1 โดยช่วงว่างที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะเป็นส่วนที่ทำให้ไม่สามารถเติมเต็มความคาดหวังนั้น ๆ ได้ (Parasuraman, et al., 1988) พบว่า มีสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้การจัดบริการมีคุณภาพสูง ก็คือ การจัดบริการให้ผู้รับบริการรับรู้ตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการต้องไม่ให้เกิดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการและการจัดบริการให้มีคุณภาพนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กัน ซึ่งมีช่องว่าง (Gap)

เกิดขึ้นระหว่างขั้นตอนต่าง ๆ ที่ทำให้บริการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการนั้น ประกอบด้วยช่องว่าง 5 ช่อง

ช่องว่างที่ 1 เป็นช่วงว่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการและการรับรู้ถึงความคาดหวังนั้นของผู้บริหาร โดยทั่วไปผู้บริการอาจไม่ทราบหรือรับรู้ถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้ทั้งหมด

ช่องว่างที่ 2 เป็นช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้บริหารเรื่องความคาดหวังของผู้รับบริการและการกำหนดลักษณะของคุณภาพบริการ แม้ว่าผู้บริหารรับรู้ความคาดหวังของผู้รับบริการและทราบถึงความสำคัญแต่ไม่ได้นำมากำหนดเปาหมาย

ช่องว่างที่ 3 เป็นช่องว่างระหว่างลักษณะของคุณภาพของบริการที่ได้กำหนดไว้และบริการที่ให้ผู้บริหารได้มีการกำหนดลักษณะของคุณภาพบริการไว้อย่างชัดเจนแล้วแต่ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกที่มีผลทำให้การบริการที่จัดให้ไม่เป็นไปที่ได้วางข้อกำหนดไว้ จึงทำให้บริการไม่มีคุณภาพ

ช่องว่างที่ 4 เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ได้รับจริง และการสื่อสารให้ผู้มารับบริการรับทราบการสื่อสาร หรือการประชาสัมพันธ์ให้ผู้มารับบริการได้รับรู้หรือรับทราบถึงการบริการที่ให้นั้นมีผลต่อบริการที่จะได้รับบริการ ซึ่งบริการที่ผู้ให้บริการตั้งใจให้นั้นอาจต่างจากบริการที่ผู้รับบริการคิดว่าตนได้รับ เนื่องจากความเข้าใจที่ไม่ตรงกันถ้าผู้ให้บริการประชาสัมพันธ์โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการตามที่ได้กำหนดเป้าหมายของคุณภาพไว้ล่วงหน้า

การเกิดปัญหาจากช่องว่างทั้ง 4 ช่องนั้น เกิดขึ้นจากผู้ให้บริการซึ่งมีผลต่อคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการรับรู้ ซึ่งสาเหตุนั้นอาจจะมาจากลักษณะแนวโน้มทางการตลาด การขาดการติดต่อสื่อสารจากผู้ให้บริการถึงผู้บริหารระดับสูง การมีระดับชั้นของการบังคับบัญชามากเกินไป ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร การกำหนดเป้าหมาย การกำหนดมาตรฐานของงานการรับรู้ต่อความเป็นไปได้ การทำงานเป็นทีม การจัดคนให้เหมาะสมกับงาน การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงาน การรับรู้ต่อการควบคุมตนเอง ระบบการนิเทศควบคุมงาน ความขัดแย้งในบทบาท ความไม่ชัดเจนในบทบาท การติดต่อสื่อสารแนวราบและการในสัญญาที่เกินความเป็นจริง

ช่องว่างที่ 5 เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ผู้มารับบริการรับรู้และบริการที่ผู้มารับบริการคาดหวังไว้บริการที่ผู้มารับบริการรับรู้เป็นผลจากบริการที่ให้และการสื่อสารของผู้ให้บริการที่ให้ผู้รับบริการรับทราบและความคาดหวังของผู้รับบริการนั้นก็เป็นผลจากคำบอกเล่าของบุคคลอื่น ความต้องการของตนเองและประสบการณ์ในอดีต ซึ่งคุณภาพบริการนั้นจะขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ถ้าหากบริการที่จัดให้นั้น ผู้รับบริการได้รับรู้ว่าดีกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้บริการนั้น จะถูกจัดว่ามีคุณภาพแต่หากบริการที่รับรู้ด้วยกว่าที่คาดหวังไว้ผู้รับบริการก็จะประเมินว่าบริการไม่ดีหรือไม่มีคุณภาพ

Berry (1988) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ คุณภาพของงานบริการเพื่อค้นคว้าว่าปัจจัยอะไรที่จัดว่าเป็นตัวตัดสินระดับคุณภาพของบริการในสายตาของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าโดยสรุปแล้วมีปัจจัยที่ลูกค้า มักอ้างอิงถึงอยู่ 10 ปัจจัย คือ

1. Reliability ความเชื่อถือได้ในคุณลักษณะ หรือมาตรฐานการให้บริการ
2. Responsiveness การตอบสนองต่อความต้องการหรือความรู้สึกของลูกค้า

3. Competence ความสามารถ หรือสมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้ เหมาะสม และเชี่ยวชาญรู้จริง (มือถึง)

4. Access การเข้าถึงง่ายใช้บริการได้อย่างไม่ยุ่งยาก

5. Courtesy ความสุภาพ เคารพนบนอบ ความอ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ

6. Communication ความสามารถในการสื่อสารและสัมพันธ์กับลูกค้าทำให้ลูกค้าทราบเข้าใจและได้รับคาตอบในข้อสงสัยหรือความไม่เข้าใจต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด

7. Creditability ความเชื่อถือได้ ความมีเครดิตของผู้ให้บริการ

8. Security ความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นสบายใจของลูกค้าในขณะใช้บริการ

9. Customer Understanding ความเข้าอกเข้าใจในลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน

10. Tangibles ส่วนที่สัมผัสได้ และรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ

Higgins (1995) กล่าวว่า ในการกำหนดคุณภาพการให้บริการลูกค้าจะวัดจากเกณฑ์ของคุณภาพในการบริการ ซึ่งมี 10 มิติ ได้แก่

1. ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้และมีความน่าเชื่อถือ

2. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง เป็น ความเต็มใจและความพร้อมของพนักงานในการให้บริการอย่างรวดเร็ว โดยลูกค้าไม่ต้องรอคอย เช่น ให้บริการแก่ลูกค้า ณ เคาน์เตอร์ ผลิตกรมธรรม์ได้ทันทีทันใด เป็นต้น อุปนิสัยที่แสดงออกถึงความกระตือรือร้นเป็นพฤติกรรมที่ดีอย่างยิ่งในงานบริการ หากผู้ให้บริการเฉื่อยชาแล้วย่อมมีลักษณะที่ทำให้ลูกค้าหมดศรัทธา และไม่คาดหวังที่จะได้รับบริการอย่างทันท่วงที บุคคล หรือองค์กรที่ขาดความกระตือรือร้นนอกจากทำให้ภาพลักษณ์เสียไปแล้ว ยังเป็นผลให้การบริการล่าช้าและผิดเวลาหรือไม่ทันกำหนดที่ควรจะเป็น

3. ความรู้ความชำนาญ (Competence) การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถและทักษะที่ปฏิบัติงาน ด้านบริการเป็นอย่างดี เช่น พนักงานบริษัท ได้รับการฝึกอบรมให้มีความสามารถในการปฏิบัติงานให้บริการแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี เป็นต้น เนื่องจากผู้ให้บริการต้องมีปฏิสัมพันธ์ทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อมกับบุคคลต่าง ๆ ซึ่งมีภูมิหลังที่หลากหลาย ทั้งมีความต้องการใช้บริการในรูปแบบที่แตกต่างกัน ลูกค้าส่วนใหญ่ก็มีการติดต่อสัมพันธ์ด้วยตามปกติแต่บางรายอาจนำปัญหามาสู่ผู้ให้บริการ ทั้งที่เป็นปัญหาอันเกิดจากลูกค้าและปัญหาที่เกิดจากผู้ให้บริการเอง ฉะนั้นผู้ให้บริการจึงต้องมีความสามารถที่หลากหลายพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนการให้บริการได้หลายรูปแบบตามที่ลูกค้าแต่ละรายต้องการและเมื่อเกิดปัญหาขึ้นก็สามารถวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา อีกทั้งคิดหาวิธีแก้ไขเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและสบายใจได้

4. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ความสะดวกในการเข้าพบ หรือติดต่อกับผู้ให้บริการ ทั้งนี้ครอบคลุมถึงเวลาที่เปิดดำเนินการ สถานที่ตั้ง รวมทั้งวิธีการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการเข้าพบหรือติดต่อกับผู้ให้บริการ เช่น มีสถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกแก่การไปติดต่อ เป็นต้น

5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีกิริยาและวาจาสุภาพเรียบร้อย มีมารยาทงดงามให้ความเป็นมิตรและนับถือในตัวลูกค้า ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วลูกค้าทุกคน

ต้องการติดต่อกับผู้ให้บริการที่มีกิริยามารยาทสุภาพ คำพูดฟังแล้วรื่นหู และรังเกียจผู้ที่มีกิริยาแข็งกระด้าง พูดจาก้าวร้าวหยาบคาย ดังนั้นการให้บริการเป็นการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นให้เกิดความพึงพอใจผู้ให้บริการจึงต้องเป็นผู้มีกิริยามารยาทและวาจาสุภาพ เพื่อให้ลูกค้ามีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ การที่บุคลากรในองค์กรมความสุภาพอ่อนน้อมวาจาไพเราะย่อมเป็นเครื่องเชิดหน้าชูตาเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานนั้น นอกจากนี้การแสดงออกถึงความมีมารยาทการรู้จักที่ต่ำที่สูงที่ชอบที่ควรนับเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการต้องตระหนักรู้และประพฤติปฏิบัติอย่างรัดระวัง หากมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นก็จะนำความเสียหายมาสู่หน่วยงานอย่างมาก

6. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รับฟัง ความคิดเป็น ตลอดจนข้อเสนอแนะและคำติชมของลูกค้าที่เกี่ยวกับการบริการขององค์กรด้วยเหตุผลที่ว่าการให้ความรู้และสารสนเทศเกี่ยวกับการให้บริการเป็นส่วนสำคัญของงานบริการและเป็นงานขั้นพื้นฐานที่ผู้ให้บริการทุกคนต้องทำในแต่ละหน้าที่ ดังนั้นผู้ให้บริการต้องแสวงหาความรู้เกี่ยวกับงานบริการของตนให้มากที่สุด โดยให้รู้แจ้ง รู้จริงอย่างถ่องแท้เพื่อจะได้อธิบายหรือให้คำชี้แจง ช่วยเหลือแก่ลูกค้าผู้มารับบริการได้เป็นอย่างดี

7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความซื่อสัตย์ และความเชื่อถือได้ขององค์กรรวมทั้งบุคลากรผู้ให้บริการ เช่น องค์กรมีชื่อเสียงมีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่ไว้วางใจได้ เป็นต้น การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพต้องเป็นการให้ความช่วยเหลือลูกค้าอย่างถูกต้องตรงไปตรงมาไม่บิดพลิ้ว หรือใช้เล่ห์กลฉ้อฉล เนื่องจากลูกค้าทุกคนต้องการติดต่อขอรับบริการจากองค์กรและบุคลากรที่ซื่อสัตย์ รักษาคำพูด ดังนั้นพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ จึงเป็นที่ปรารถนาของลูกค้าทุกคน

8. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง การให้บริการที่ปราศจากอันตรายโดยไม่มีความเสี่ยง หรือความเคลือบแคลงใด ๆ เช่น การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีความถูกต้องเป็นที่ยอมรับในการให้บริการมีระบบการเก็บรักษาสินทรัพย์ ตลอดจนข้อมูลของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เป็นต้น เนื่องจากธุรกิจบริการบางประเภทมีความเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินของลูกค้า ดังนั้นการให้บริการที่คำนึงถึงความปลอดภัย ปราศจากอันตรายต่าง ๆ ย่อมเป็นที่พึงปรารถนาของลูกค้าผู้ใช้บริการ

9. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding the Customer) หมายถึง ความพยายามที่จะเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสำคัญแก่ลูกค้าทุกคน

10. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์เครื่องมือ บุคลากร และวัสดุในการติดต่อสื่อสาร

สรุปจะเห็นได้ว่า เป็นการมองคุณภาพที่ครอบคลุมทั้งตัวผู้ให้บริการที่ต้องมีความรู้ความสามารถที่ดีเพียงพอที่จะให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและลักษณะของบริการจะต้องเป็นบริการที่สะดวกและเป็นที่พึงพอใจของผู้รับบริการคุณภาพบริการ อาจพิจารณาได้เป็น 2 มิติ คือ

1. คุณภาพที่ต้องมี (Must be Quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หากไม่ได้รับการตอบสนองลูกค้าจะไม่พอใจอย่างมากเป็นระดับที่ยอมรับขั้นต่ำ

2. คุณภาพที่ประทับใจ (Attractive Quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าไม่ได้คาดหวัง แม้ไม่มีก็ไม่เป็นไร แต่ถ้าหากมีจะได้รับการชื่นชมประทับใจ แต่เมื่อเวลาผ่านไปสิ่งนี้จะกลายเป็นความคาดหวังของลูกค้าเป็นคุณภาพที่ต้องมีระบบการบริการทั้งหลาย มิติคุณภาพจึงอาจพิจารณาจากลักษณะ

ของระบบบริการ ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการด้วยทักษะที่ถูกต้องเท่าเทียมกัน ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดนั้น มีองค์ประกอบ ดังนี้

2.1 ปัจจัยนำเข้า (Input) หมายถึง ความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competency) ที่สามารถให้บริการแก่ผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องตามเทคนิคการให้บริการกระบวนการ (Process) ความเหมาะสมของการให้บริการ (Appropriateness) ที่สามารถให้บริการแก่ผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ซึ่งประกอบด้วย

2.1.1 การเข้าถึงบริการ (Accessibility) หมายถึง ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้ด้วยความสะดวกรวดเร็ว คือ สามารถรับบริการได้ง่าย และไม่ต้องรอนานจนเกินสมควร

2.1.2 ความปลอดภัย (Safety) หมายถึง ความปลอดภัย และอบอุ่นใจในการใช้บริการทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

2.1.3 ผลลัพธ์ (Outcome) การยอมรับของผู้รับบริการ (Acceptability) หมายถึง การยอมรับของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการนั้น ประกอบด้วย

2.1.3.1 ประสิทธิผล (Effectiveness) ผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่ต้องการภายหลังการรับบริการ

2.1.3.2 ประสิทธิภาพ (Efficiency) คุ้มค่า หมายถึง ผู้รับบริการรู้สึกคุ้มค่ากับการจ่ายเงิน เพื่อแลกกับการให้บริการที่ได้รับบริการที่ดีต้องมีค่าบริการที่เหมาะสมไม่สูงจนทำให้บุคคลบางกลุ่มถูกกีดกัน

2.1.3.3 ความเสมอภาค (Equity) หมายถึง ความเสมอภาคในการให้บริการแก่ประชาชนทุกคนอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่มีข้อยกเว้นหรือไม่มีการได้เปรียบเสียเปรียบในการไปใช้บริการ

ตัวบ่งชี้คุณภาพบริการ (Service Quality Indicators) เป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพบริการ เครื่องมือในการวัดคุณภาพบริการ หรือประเมิน และปรับปรุงคุณภาพบริการ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ประเภทตัวบ่งชี้คุณภาพ

1.1 ตัวบ่งชี้คุณภาพด้านโครงสร้าง (Structure Indicators) หรือตัวบ่งชี้ถึงการจัดระบบงานที่ดี (Good System) ทั้งระบบบริการ (Service System) ระบบสนับสนุนบริการ (Supporting Service System) ระบบพัฒนาบริการ (Improving Service System) และระบบบริหารจัดการ (Management System) เช่น อัตราการมีเอกสาร (Document) แสดงลักษณะระบบงานเอื้ออำนวยให้ผู้ปฏิบัติงานทางานได้สะดวก อัตราของบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจระบบงาน จำนวนเครื่องมือ จำนวนพนักงานอัยการ นิติกร หรือเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ต่อจำนวนคดีที่ให้บริการ เป็นต้น

1.2 ตัวบ่งชี้คุณภาพด้านกระบวนการ (Process Indicators) หมายถึง ตัวบ่งชี้กระบวนการทางานตามระบบที่วางไว้ (Good Implementation) ซึ่งสามารถประเมินได้จากกิจกรรมขั้นตอนในการให้บริการ เช่น การจัดให้มีพนักงานอัยการ/นิติกรไว้คอยให้บริการ ซึ่งสามารถตรวจสอบได้จากการสอบถามจากผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องและจากการสังเกตการปฏิบัติงานหรือให้บริการต่าง ๆ

1.3 ตัวบ่งชี้คุณภาพด้านผลลัพธ์ (Outcome Indicators) เป็นตัวบ่งชี้ที่เกิดจากผลการปฏิบัติงานต่อผู้รับบริการบ่งบอกถึงการได้ผลการดำเนินงานตามระบบที่ได้ใช้ประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้รับบริการที่เกิดในขณะให้บริการ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ระหว่างกระบวนการ (Proximate Outcome) เช่น

การได้รับพบพนักงานอัยการ/นิติกรทุกครั้งที่มาขอรับบริการและผลลัพธ์ขั้นสุดท้าย (Ultimate Outcome) เช่น ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นต้น การเลือกตัวบ่งชี้ที่ดีจะต้องคำนึงถึงความถูกต้องแม่นยำ ความไว ความยากง่ายในการเก็บข้อมูลเสียค่าใช้จ่ายต่ำและใช้เวลาน้อยที่สุด และบ่งชี้ถึงกิจกรรมหลักช่วยให้ค้นหาปัญหาได้ทั้งในปัจจุบันและย้อนหลังและสามารถป้องกันปัญหาได้ มีความน่าเชื่อถือเพียงพอประเมินสิ่งที่ต้องการจะประเมินได้ในระดับต่าง ๆ และมีความถูกต้องตามเนื้อหาหลักการกำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพ มีข้อพิจารณา ดังนี้

1.3.1 ตัวบ่งชี้ พึงชี้วัดถึง ผลสำเร็จของภารกิจที่รับผิดชอบ

1.3.1.1 ตัวบ่งชี้ พึงชี้ให้เห็นปัจจัย (Inputs) กระบวนการ (Process) และผลงาน (Output) ของบริการ (System Theory)

1.3.1.2 ตัวบ่งชี้ พึงมีความชัดเจนและสะดวกในการใช้ไม่ว่าจะเป็นตัวบ่งชี้คุณภาพเชิงปริมาณหรือตัวบ่งชี้คุณภาพเชิงพรรณนา

1.3.1.3 ตัวบ่งชี้คุณภาพพึงกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาคุณภาพบริการ

1.3.1.4 ตัวบ่งชี้พึงมีความยืดหยุ่นเพียงพอที่จะนำไปปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม

2. วิธีสร้าง และพัฒนาตัวบ่งชี้คุณภาพบริการ

การสร้างตัวบ่งชี้คุณภาพบริการของหน่วยงานอาจทำ ได้ดังนี้ 1) สร้างทีมพัฒนาที่มีจุดมุ่งหมายชัดเจนร่วมกัน 2) กำหนดขอบเขตของบริการ 3) ศึกษาความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ 4) ค้นหาแง่มุมสำคัญของการบริการและการดูแลเฝ้าติดตาม 5) กำหนดเครื่องบ่งชี้ 6) ตั้งเป้าหมายสำหรับระดับเครื่องบ่งชี้ที่บ่งบอกถึงปัญหาหรือโอกาสในการพัฒนา 7) วางกลไกในการเก็บข้อมูล 8) วางความถี่ที่จะดาเนินการทบทวนผลที่วัดโดยเครื่องบ่งชี้ 9) ทดสอบเครื่องบ่งชี้ 10) วางผู้ที่จะใช้ประโยชน์จากผลการประเมินและกิจกรรมที่จะดำเนินต่อไป ทบทวนและปรับปรุงเครื่องบ่งชี้คุณภาพให้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ นอกจากนี้เครื่องบ่งชี้คุณภาพที่สร้างขึ้นควรจะมีการนิยามที่ชัดเจนมีการกำหนดตัวอย่างหรือแหล่งของข้อมูลเพื่อให้เกิดความสม่ำเสมอในการปฏิบัติให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้

วิธีการและขั้นตอนในการสร้างตัวบ่งชี้คุณภาพบริการที่มีประสิทธิภาพนั้นควรอยู่ในกรอบแนวคิด ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทบทวนวรรณกรรม และการเลือกตัวบ่งชี้ โดยพิจารณาเลือกตัวบ่งชี้คุณภาพบริการที่ได้จากการทบทวนเอกสารวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และจากการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกรณีศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 การกลั่นกรองโดยคณะผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความถูกต้องตามเนื้อหา (Face Validity) และความถูกต้องตามการผูกโยง (Construct Validity)

ขั้นตอนที่ 3 การหาความเชื่อถือ (Reliability) โดยการนำไปทดลองใช้ในสถานการณ์จริงเพื่อทดสอบความไวและความจำเพาะของตัวบ่งชี้ในการค้นหาปัญหาคุณภาพและการนำไปใช้ประโยชน์

ขั้นตอนที่ 4 การจำลองการใช้ (Simulation) เพื่อศึกษาผลของตัวบ่งชี้ในสภาพแวดล้อมที่จะนำไปใช้จริงเป็นขั้นตอนที่จะหาคำตอบเกี่ยวกับคุณค่าของตัวบ่งชี้ในการค้นหาผู้ให้บริการ

ที่ด้อยคุณภาพได้อย่างถูกต้องแม่นยำและทำให้ทราบขนาดตัวอย่างว่าจะใช้มากน้อยเพียงใด มีความผิดพลาดในการวัดมากน้อยเพียงใด เป็นต้น

เชิดชาติ ตะโกจีน (2559) ได้กล่าวถึงการสร้างมิติแห่งการบริการ เพื่อให้มั่นใจว่าการบริการนั้นพอดีที่จะทำให้ลูกค้ารับรู้และรู้สึกว่าได้รับคุณค่าจากต้นทุนที่ได้ใช้จ่ายออกไปเพื่อสร้างความผูกพันระยะยาวได้กำหนดมิติคุณภาพการบริการ ออกเป็น 5 มิติ ได้แก่

1. สิ่งที่สัมผัสได้และสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangible) เช่น การมีที่จอดรถที่เพียงพอ การมีที่นั่งสำหรับรับรองลูกค้า การมีห้องน้ำที่สะอาด

2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) เช่น ทุกกิจกรรมเป็นไปอย่างถูกต้องและตรงกับวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นในเวลาที่เหมาะสม

3. การตอบสนอง (Responsiveness) ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ไม่ควรให้ลูกค้า รอนานรวมถึงให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าต้องการใช้บริการอย่างเร็วที่สุด

4. การสร้างความมั่นใจ (Assurance) เป็นการสร้างความมั่นใจว่าพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้านั้น เป็นผู้มีความรู้ความสามารถที่จะให้ความช่วยเหลือได้

5. การเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy) ต้องเข้าใจถึงปัญหา ความต้องการและการแก้ไขปัญหาตามความต้องการที่แตกต่างกันไป และจะต้องสื่อสารการทำความเข้าใจกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น

Millet (1954, p. 12) ได้ให้ความเห็นในเรื่องของการให้บริการว่าจะต้องมีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานของความคิดว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในทุกแง่มุมของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการให้บริการจะต้องมองว่าการให้บริการจะต้องตรงเวลาผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการจะต้องมีลักษณะที่มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity at the Right Geographical Location) Millett เห็นว่า ความเสมอภาค หรือการตรงเวลาจะไม่มีความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้การบริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลักไม่ใช่ยึดตามความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การให้บริการที่มีการปรับปรุง คุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพ หรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Parasuraman, et al. (1988) ให้ความหมายของ คุณภาพการบริการ หมายถึง ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการและการรับรู้ที่มีต่อการบริการจริง โดยได้สร้างเครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL โดยกำหนดมิติคุณภาพการบริการออกเป็น 5 มิติ ได้แก่

1. ด้านการสัมผัสและการรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (Tangibility) เป็นทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่ปรากฏในลักษณะที่ผู้รับบริการผ่านประสาทสัมผัส เช่น การแต่งกายกับพนักงาน ความสะดวกสบายของสถานที่ให้บริการ ความทันสมัยของเครื่องมือ เป็นต้น

2. ด้านความน่าเชื่อถือของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ (Reliability) เป็นความสามารถในการมอบบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญาหรือที่ควรจะเป็นได้อย่างถูกต้องและตรงตามวัตถุประสงค์ของการบริการภายในเวลาที่เหมาะสม เช่น การรักษาข้อมูลของลูกค้า การรักษาเวลาในการให้บริการ

3. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) เป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าโดยให้ความสำคัญกับการบริการอย่างรวดเร็ว ซึ่งมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ความรวดเร็วในการได้รับบริการ ความเต็มใจในการให้บริการ ความพร้อมในการให้บริการ

4. ด้านความรู้ความสามารถที่จะนำไปสู่ความน่าเชื่อมั่นและเชื่อถือ (Assurance) เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน อาทิ ความรู้สึกเชื่อมั่นไว้ใจในชื่อเสียง ความมั่นคงของบริการ ความสุภาพของพนักงาน และความพร้อมในการให้บริการของพนักงาน

5. ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy) เป็นการแสดงความเข้าใจการรับรู้ความต้องการของลูกค้า มีความใส่ใจดูแลให้บริการลูกค้าอย่างตั้งใจ เนื่องจากเข้าใจปัญหาที่ความต้องการของลูกค้าที่ต้องได้รับการตอบสนองมุ่งเน้นการบริการที่จะแก้ปัญหาให้ลูกค้าเป็นรายบุคคล

Ziethaml, Parasuraman and Berry (2013) กล่าวถึง คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือ วัดคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพตามสาเหตุที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อมการตกแต่ง ป้ายประกาศ เอกสารต่าง ๆ เป็นต้น โดยพิจารณาถึงความสะอาดและความเป็นระเบียบที่ลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการและสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าโดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้นเมื่อเห็นลูกค้าแล้วจะต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ รวมทั้งสอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และการให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาควาต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่อง โดยใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

**2.3.5 สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากงานบริการ**

นิติพล ภูตะโชติ (2551, อ้างถึงใน เบญชภา แจ้งเวชฉาย, 2559) กล่าวว่า เมื่อลูกค้าตัดสินใจใช้บริการแล้วลูกค้ามีความคาดหวังที่จะได้รับจากงานบริการหลายอย่าง ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. การดูแลเอาใจใส่ (Take Care) ลูกค้าส่วนมากต้องการให้ผู้ที่ให้บริการดูแลเอาใจใส่ให้ความสนใจในการให้บริการอย่างเต็มความสามารถติดตามให้บริการจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

2. ความเอื้ออาทรช่วยเหลือ (Hospitality) ความมีไมตรีจิต เพื่อให้ความช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจยิ่งผู้ให้บริการปฏิบัติกับลูกค้าดีมากเท่าไร ก็จะทำให้ลูกค้าประทับใจในบริการมากขึ้นเท่านั้น

3. ความซาบซึ้ง (Appreciation) ลูกค้าเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุด การให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าว่าลูกค้า คือ บุคคลสำคัญจะทำให้ผู้ให้บริการ บริการด้วยความตั้งใจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่เขาได้รับ

4. ความพร้อมของผู้ให้บริการ (Readiness) ความพร้อมของผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของงานบริการ คือ ต้องมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าตลอดเวลา มีความรู้ในเรื่องของงานเป็นอย่างดีและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าทันท่วงที

5. เปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็น (Open Minded) ผู้ที่ทางานในธุรกิจ การให้บริการจะต้องเปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็น และคำแนะนำต่าง ๆ จากลูกค้า การรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ จะทำให้ได้ข้อมูลเพื่อนำมาปรับปรุงงานบริการให้ดีและเหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

6. ความกระตือรือร้น (Enthusiast) เนื่องจากงานบริการเป็นงานที่มีความตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ให้การบริการจะต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น มีความตั้งใจและใช้ความพยายามในการแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงอย่างรวดเร็ว ไม่ทำให้ลูกค้าเสียเวลาในการรอคอย

7. ความประทับใจ (Impression) ความประทับใจในการบริการ เป็นสิ่งที่ลูกค้าสิ่งที่เขาควรจะได้รับ คือ ความประทับใจในการสร้างความประทับใจนั้นต้องคำนึงถึงความรู้ ความสามารถของพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานและผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี

8. สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ (Initiative) เนื่องจากธุรกิจบริการมีการแข่งขันกันสูง การปรับปรุงการเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เพื่อนำเสนอแก่ลูกค้าย่อมเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

จากการศึกษาพอนำมา สรุปได้ว่าในปัจจุบันมาตรฐานของการบริการที่ดีถูกกำหนด โดยคำว่า “คุณภาพ” ซึ่งมุมมองในปัจจุบันนั้นแตกต่างไปจากความเข้าใจแต่เดิมในอดีตจากเดิมที่คุณภาพจะถูกกำหนดโดยผู้ให้บริการแต่ในปัจจุบันการตัดสินของระดับคุณภาพได้ถูกเปลี่ยนมาเป็นที่ผู้รับบริการเป็นผู้กำหนดซึ่งคุณภาพจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้รับบริการมีการรับรู้คุณค่าหรือได้สัมผัสได้ใช้สินค้าหรือบริการนั้น หากผู้รับบริการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับเท่ากับหรือสูงกว่าสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังจะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและทำให้เกิดการบอกต่อผู้อื่นในคุณภาพที่รับรู้ รวมทั้งการกลับมาใช้บริการนั้นซ้ำในทางกลับกันหากผู้รับบริการได้รับสินค้าหรือบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังจะส่งผลให้ผู้รับบริการไม่เกิดความพึงพอใจและปฏิเสธที่จะใช้สินค้าหรือบริการนั้นซ้ำเป็นเหตุให้หน่วยงานหรือองค์กรนั้นได้รับความเสียหายในการดำเนินธุรกิจ

**2.3.6 ความสำเร็จในการให้บริการ**

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2539, อ้างถึงใน สมฤดี ธรรมสุรัติ, 2554) กล่าวว่า ความสำเร็จในการให้บริการและแบ่งองค์ประกอบ ออกเป็น 7 ประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักโดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้เพราะผู้ใช้บริการมีจุดหมายในการรับบริการและคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการผู้ให้บริการจำเป็นจะต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน ตลอดจนสำรวจความคาดหวังของผู้รับบริการเพื่อตอบสนองบริการตรงกับความคาดหวังจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

3. ความพร้อมในการให้บริการประสิทธิภาพของการให้บริการขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการภายในเวลาและรูปแบบที่ต้องการ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้า รวมทั้งความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจกับบริการที่ได้รับย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ การให้บริการมีลักษณะและวิธีการที่แตกต่างกัน ดังนั้นคุณค่าของการให้บริการจึงขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกพึงพอใจ

5. ความสนใจต่อการให้บริการ การให้ความสนใจอย่างจริงใจต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือเท่าเทียมกันนับเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เพราะลูกค้าทุกคนต่างก็ต้องการได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น

6. ความสุภาพในการให้บริการ การต้อนรับ และให้บริการลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและท่าทีที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการแสดงถึงความมีอัธยาศัยและบรรยากาศของการให้บริการ

7. ความมีประสิทธิภาพในการให้บริการ ความสำเร็จของการให้บริการขึ้นอยู่กับความเป็นระบบที่มีขั้นตอนในการให้บริการที่ชัดเจน การกำหนดปรัชญาหรือแผนและการพัฒนากลยุทธ์ในการให้บริการเพื่อให้การบริการมีคุณภาพสม่ำเสมอเป็นการแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการให้บริการ

กาญจนา คำตัน (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ โดยภาพรวมและในรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ รองลงมา คือ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา และด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ตามลำดับ

ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า ด้านการตอบสนองผู้ใช้บริการ ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้ใช้บริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01

นันทวุฒิ เถาถวิล (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ และรายได้เฉลี่ย/เดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้รับบริการศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติที่แตกต่างกัน และคุณภาพด้านการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการและปัจจัยด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ไทยวัน ศิริมา (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการไปรษณีย์ จังหวัดอุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการของไปรษณีย์ จังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ และด้านการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจในการให้บริการส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ ตามลำดับ

พีรวิชญ์ ลีวัฒนาพงศ์ (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอ ในจังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอ ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 3) ข้อเสนอแนะ ประกอบด้วย 3.1) ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ควรให้บริการด้วยความรวดเร็ว เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยและแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว 3.2) ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ควรการให้บริการตามลำดับคิว การให้บริการโดยเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ 3.3) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ตรงจุด ควรสนองความต้องการของประชาชนผู้รับบริการได้ตรงต่อความต้องการ มีความพร้อมที่จะให้บริการได้ทันทีที่ได้รับการร้องขอ 3.4) ด้านความน่าเชื่อถือ ควรเจ้าหน้าที่แต่งกายสะอาด เรียบร้อย และถูกกาลเทศะ มีความเป็นมืออาชีพ 3.5) ด้านภาพลักษณ์ ควรรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่มีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการให้บริการ

พีรพัฒน์ อภัยกาวี (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.06) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความเห็นอกเห็นใจต่อผู้มารับบริการ ( $\overline{X}$ = 4.18) รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ( $\overline{X}$ = 4.12) และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้มารับบริการ ( $\overline{X}$ = 4.05) ตามลำดับ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสรุปองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ ได้ดังนี้

**ตารางที่ 2.1** สังเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการให้บริการ

| องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ | ชื่อหนังสือ/งานวิจัย | ตัวแปร | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ | 2. ความน่าเชื่อถือ | 3. การตอบสนองลูกค้า | 4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า | 5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า |
| พีรวิชญ์ ลีวัฒนาพงศ์ (2567) | คุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอ ในจังหวัดร้อยเอ็ด | / | / | / | / | / |
| พีรพัฒน์ อภัยกาวี (2567) | คุณภาพการให้บริการของศูนย์ดำรงธรรมอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ | / | / | / | / | / |
| ไทยวัน ศิริมา (2567) | คุณภาพการให้บริการไปรษณีย์จังหวัดอุบลราชธานี | / | / | / | / | / |
| นันทวุฒิ เถาถวิล (2566) | คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ | / | / | / | / | / |
| ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ(2566) | คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา | / | / | / | / | / |
| กาญจนา คำตัน (2565) | คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ | / | / | / | / | / |
| Parasuraman, et al. (1988) | SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality | / | / | / | / | / |
| Berry (1988) | Service Quality: A conceptual Model and Implications for Future Research | / | / | / | / | / |
| Higgins (1995) | Innovate or Evaporate: Test and Improve Your Organization's IQ-Its Innovation Quotient | / | / | / | / | / |
| Ziethaml, Parasuraman and Berry (2013) | Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations | / | / | / | / | / |
| Millet (1954, p. 12) | Management in the Public Service | / | / | / | / | / |
| รวม | | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 |

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การส่งมอบการบริการที่ดีให้กับผู้รับบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการส่งผล ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดและอยากกลับมาใช้บริการอีก รวมทั้งมีการบอกต่อไปยังผู้อื่นในทางที่ดี ประกอบด้วย

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพตามสาเหตุที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อมการตกแต่ง ป้ายประกาศ เอกสารต่างๆ เป็นต้น โดยพิจารณาถึงความสะอาด และความเป็นระเบียบที่ลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการและสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

3. การตอบสนองลูกค้า หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าโดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เมื่อเห็นลูกค้าแล้วจะต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ รวมทั้งสอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และการให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบศึกษาควาต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่องโดยใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) มีความสำคัญในหลายมิติทั้งในด้านการตลาด การจัดการ และการพัฒนาธุรกิจ เพื่อให้เข้าใจได้ชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

### 2.2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หรือความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้

ความพึงพอใจ ตรงกับภาษาอังกฤษคำว่า “Satisfaction” โดยมีความหมายโดยทั่วไปว่าระดับความรู้สึกในเชิงบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความหมายของความพึงพอใจในการบริการสามารถจำแนกเป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับ 1) ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้า (Consumer Satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ของผู้ให้บริการในที่นี้ ผู้วิจัยขอเสนอ

ในแง่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้า (เพ็ญนภา จรัสพันธ์, 2557) ความพึงพอใจถือเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จของงาน กล่าวคือ เป็นการดูประสิทธิภาพของงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้เป็นผลมาจากการได้รับการตอบสนองต่อแรงจูงใจหรือความต้องการของแต่ละคนในแนวทางที่เขาพึงประสงค์

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2555) ให้ความหมายความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติเชิงบวกที่เกิดขึ้นจากการประเมินหรือเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลขึ้นอยู่กับบริบทหรือสถานการณ์ โดยความพึงพอใจอาจแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ประสบการณ์ ความรู้ ทักษะ ความต้องการและทัศนคติ เป็นต้น

จารุภา สายโยช์ (2559) ให้ความพึงพอใจใช้บริการธนาคารไว้ หมายถึง การตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกผลิตภัณฑ์ หรือบริการด้านสินเชื่อที่มีความคาดหวังในการใช้บริการแล้วก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการสินเชื่อประเภทต่าง ๆ ที่ลูกค้าเลือกใช้

พิณ ทองพูน (2566) ให้ความหมายความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกมีความสุขเมื่อประสบผลสำเร็จตาม ความคาดหวัง ความต้องการจากแรงจูงใจ

สมศักดิ์ คงเทียน และอัญชลี โพธิ์ทอง (2566) ให้ความหมายความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือยินดีเต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งทางวัตถุและด้านจิตใจ

Good (1973, p. 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดจะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับผลตอบสนองความเครียด ความไม่พอใจก็จะเกิดขึ้น

Willard and Teece (1983, p. 42) กล่าวว่า ความพึงพอใจเกิดจากความต้องการของบุคลากรในองค์กรบางคนอาจพอใจเนื่องจากผลงานที่ได้ทำสำเร็จ บางคนอาจพอใจเพราะลักษณะงานแต่บางคนอาจพอใจเพราะเพื่อนร่วมงาน

McCormick and Tiffin (1984, p. 298) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจว่าเป็นความต้องการที่จะได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่การงานของบุคคลอื่นแล้วได้รับการตอบสนองที่เหมาะสม

Kotler (1996, p. 40) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นระดับความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของแต่ละบุคคลก่อนที่จะใช้หรือได้รับสินค้าและบริการนั้น ๆ

Hornby (2000) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

Kotler and Keller (2006, p. 136) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลซึ่งมีระดับความพอใจที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงาน ตามทีเห็นและเข้าใจกับความคาดหวัง (Customer Expectations) หากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานวาต่ำกว่าความคาดหวังส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) แต่หากระดับของการเห็นและเข้าใจการทำงานตรงกับความคาดหวังบุคคลนั้นเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานสูงกว่าความคาดหวัง

ก็จะทำให้เกิดความประทับใจ (Delighted) ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าและประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีและไม่ดีของการทำงานนั้น ๆ ต่อบุคคลอื่นต่อไปยังผลของการทำงานสูงกว่าความคาดหวังเท่าใดผู้บริโภคจะยิ่งพึงพอใจมากเท่านั้น

Kotler and Armstrong (2008) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสินค้า หรือการบริการ

Lin, Chen and Chiu (2010) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ สิ่งที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ของบุคคล แต่ละบุคคลว่าพอใจ หรือมีความสุขโดยเกิดจากการเปรียบเทียบกับประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของบุคคลนั้น ๆ เปรียบเทียบกับความคาดหวังในผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต้องการจะได้รับ โดยประเมินจากที่รับผลิตภัณฑ์หรือบริการจริงกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คาดหวังไว้และความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่ขึ้นอยู่กับการตอบสนองของความต้องหรือแม้กระทั่งสังเกตได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออกทางพฤติกรรม

Schiffman and Kanuk (2010) ให้ความหมายของ ความพึงพอใจว่าเป็นการรับรู้ของลูกค้าแต่ละคนเกี่ยวกับการทำงานของสินค้าหรือบริการ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง

Kotler and Keller (2011) กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลจะเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างงานที่รับรู้จาก สินค้าหรือบริการที่ได้รับความคาดหวังของบุคคลและการวัดความสำเร็จในการดำเนินงานของในเรื่องภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า กลับมาใช้บริการซ้ำและการแนะนำบอกต่อลูกค้ารายอื่น

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นระดับความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าที่ได้รับจากสินค้า หรือบริการกับความคาดหวังของแต่ละบุคคลก่อนที่จะได้รับบริการนั้น ๆ โดยความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้น เมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้หรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ในตอนแรก

**2.2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ**

ความพึงพอใจเกิดขึ้นจากความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เป็นสำคัญตามแนวคิดตามพฤติกรรมศาสตร์ มีนักวิชาการหลายคนได้ให้แนวคิดและทฤษฎีที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ไว้มากมายความพึงพอใจได้มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง พอสรุปได้ดังนี้ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (The Needs Hierarchy Theory) ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Abraham Maslow) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความจูงใจจากความต้องการของมนุษย์โดยที่มองเห็นว่ามนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความต้องการที่จะสนองความ

ต้องการให้กับตนเอง ซึ่งความต้องการนี้จะไม่มีที่สิ้นสุดและความต้องการของมนุษย์จะมีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากระดับต่ำสุดไปหาสูงสุดเมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองจะมีความต้องการอื่นในระดับสูง ต่อไป (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, น. 311) ซึ่ง มาสโลว์ได้นำความต้องการมาจัดเรียงลำดับขั้นจากขั้นต่ำไปขั้นสูง ดังนี้

1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อความอยู่รอด เช่น ความอบอุ่น ที่อยู่อาศัย และการนอน การพักผ่อน มาสโลว์ได้กำหนดตำแหน่ง ซึ่งความต้องการเหล่านี้ได้รับการตอบสนองไปยังระดับที่มีความจำเป็นเพื่อให้ชีวิตอยู่รอดและความต้องการอื่นที่จะกระตุ้นบุคคล ต่อไป

2. ความต้องการความมั่นคง หรือความปลอดภัย (Security or Safety Needs) ความต้องการเหล่านี้ เป็นความต้องการที่จะเป็นอิสระจากอันตรายทางร่างกายและความกลัวต่อการสูญเสียงานทรัพย์สิน อาคาร หรือที่อยู่อาศัย

3. ความต้องการการยอมรับหรือความผูกพัน (Affiliation, or Acceptance Needs) เนื่องจากบุคคลอยู่ในสังคมจะต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ตามทฤษฎีของ มาสโลว์ เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการการยอมรับแล้วจะต้องการการยกย่องจากตัวเอง และจากบุคคลอื่น ความต้องการนี้เป็นความพึงพอใจในอำนาจ (Power) ความภาคภูมิใจ (Prestige) สถานะ (Status) และความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Confidence)

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Need for Self-Actualization) มาสโลว์คำนึงว่าความต้องการในระดับสูงสุดเป็นความปรารถนาที่จะสามารถประสบความสำเร็จเพื่อที่จะมีศักยภาพและบรรลุความสำเร็จในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระดับสูงสุด

ทฤษฎีความคาดหวัง Expectancy Theory (Vroom, 1964) Working and Motivation) ได้นำแนวคิดทฤษฎีนี้ มาจากหลายบุคคล ซึ่งนำโดย วรูม ได้อธิบาย ความพึงพอใจในแง่ที่ว่าบุคคลจะเกิดความพึงพอใจได้ก็ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่างานนั้น ๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ซึ่งบุคคลได้มีการตัดสินใจไว้ล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของสิ่งที่ได้รับ (รายได้การส่งเสริมให้ก้าวหน้า สภาพการทำงานที่ดีขึ้น) บุคคล จึงเลือกเอางานที่นำผลลัพธ์เหล่านั้นมาให้และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินเปรียบเทียบผลลัพธ์ต่าง ๆ บุคคลจะรู้สึกถึงความพึงพอใจที่เกิดขึ้น ดังนั้นทฤษฎีความคาดหวังจึงอยู่บนพื้นฐานของสมมุติฐาน 4 ข้อ คือ

1. พฤติกรรมจะถูกกำหนด โดยแรงกดดันภายในบุคคล และสภาพแวดล้อมคนจะมีความต้องการและความคาดหวังไม่เหมือนกันจะมีอิทธิพลต่อการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของงานที่ไม่เหมือนกันจะทำให้คนมีพฤติกรรมแตกต่างกัน

2. บุคคลจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของพวกเขาภายในองค์การซึ่งในการที่จะตัดสินใจเหล่านั้น อาจเป็นเรื่องของพฤติกรรมในฐานะที่เป็นสมาชิก การมาทำงาน การอยู่ภายในสถานที่ทำงานหรือพฤติกรรมของการใช้กำลังพยายามจะทำงานหนักมากน้อย แค่ไหน

3. บุคคลจะมีความต้องการและเป้าหมายไม่เหมือนกัน บุคคลต่าง ๆ จะมีความพอใจผลลัพธ์ไม่เหมือนกัน การทำความเข้าใจ ความต้องการของพวกเขาจะนำไปสู่ความเข้าใจเกี่ยวกับการจูงใจและให้ผลตอบแทนพวกเขาอย่างไรถึงจะดีที่สุด

4. บุคคลจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เป็นทางเลือก โดยอยู่บนพื้นฐานของความคาดหมายของพวกเขาว่าพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการมากน้อยแค่ไหน คนมีแนวโน้มจะมีพฤติกรรมในแนวทางที่พวกเขาเชื่อว่าจะได้รับผลตอบแทนและหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่พวกเขามองเห็นว่าจะก่อให้เกิดผลที่ติดตามที่ไม่ต้องการทฤษฎีของ (Herzberg, 1959, p. 79) แบ่งประเภทของความพึงพอใจ ออกเป็น 2 ลักษณะ ตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ได้แก่

4.1 ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่เกิดจากความมีสำนึกในการทำงานผลสัมฤทธิ์ ความเจริญเติบโตของงาน ความก้าวหน้า รายได้ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา เทคนิคการนิเทศงาน ความรับผิดชอบในการทำงาน นโยบายในการทำงาน

นโยบายและการบริหารงานของหน่วยงานสภาวะของงานตัวของงานที่ทำสภาพและปัจจัยส่วนตัวของผู้ทำงาน ตลอดจนความมั่นคงในการทำงาน ความพึงพอใจเบื้องต้นนี้สามารถสังเกตได้จากผลงานที่ทำ

4.2 ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูงส่วนใหญ่จะเป็นความพึงพอใจที่เกิดจากความรู้สึก เช่น ความรู้สึกอันเกิดจากสามัญสำนึกที่มีต่องานและผลสัมฤทธิ์ของงานความรู้สึกที่มีต่อความเจริญเติบโตของงานต่อความรับผิดชอบในการทำงาน ต่อกลุ่มผู้ร่วมงาน ต่อการเพิ่ม หรือลดความมั่นคงในการทำงาน ความรู้สึกที่มีต่อความยุติธรรม ความรู้สึกภูมิใจต่อความเสมอภาค หรือรู้สึกละอาย ต่อความไม่เสมอภาค รวมทั้งความรู้สึกที่มีต่อรายได้ที่ได้รับ

Millett (1954, p. 257) ความพึงพอใจด้านการให้บริการ หรือการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการโดยการพิจารณาจากองค์กร ประกอบด้วย 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ผู้ใช้บริการจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลาผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ จะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลย ถ้าไม่ตรงต่อเวลาผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสมความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้ หรือหยุดการบริการเมื่อใด

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน การเพิ่มประสิทธิภาพจะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Aday and Andersen (1975) ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการและความรู้สึกผู้ใช้บริการได้รับจากบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยประเมินระบบบริการว่าได้มีการเข้าถึงผู้ใช้บริการนำมาจัดกลุ่มความพึงพอใจ 6 ด้าน นั้น คือ

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ (Convenience) ซึ่งแยกออกเป็น
   1.1 การใช้เวลารอคอยในสถานที่บริการ (Office Waiting Time)
   1.2 การได้รับการดูแลเมื่อมีความต้องการ (Availability of Care When Needs)
   1.3 ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ (Base of Getting to Care)
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Co-Ordination) ซึ่งแยกออกเป็น
   2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง คือ ผู้ใช้บริการสามารถขอรับบริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ (Getting All Needs Met at One Place)
   2.2 ผู้ให้บริการให้ความสนใจผู้ใช้บริการ

2.3 ได้รับการติดตามผลงาน (Follow-Up)

3. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ (Information)

3.1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับการรับบริการ

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

4. ความพึงพอใจต่ออัธยาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอัธยาศัยท่าทางที่ดี เป็นกันเองของผู้ใช้บริการและความสนใจ ห่วงใยต่อผู้ใช้บริการ

4.1 คำพูดเชิงบวก

4.2 บุคลิกภาพที่น่าเลื่อมใส

4.3 มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี

4.4 มีความเอาใจใส่ตลอดเวลา

5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of Care) ได้แก่ คุณภาพของการบริการ

5.1 ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน

5.2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์

6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Output-Off-Pocket Cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ

6.1 ราคายุติธรรม

6.2 สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบลูกค้า

Olive (1981) ได้ใช้แบบจำลองความคาดหวัง เพื่ออธิบายถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ถูกกำหนดโดยการเปรียบเทียบจากความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ถึงประสิทธิภาพการทำงาน ทฤษฎีดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจของลูกค้าถูกวัดโดยช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและผลการปฏิบัติงานที่รับรู้ ดังนั้นหากประสิทธิภาพการรับรู้เกินความคาดหวังจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานและในทางตรงกันข้าม หากลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ต่ำก็จะส่งผลให้ลูกค้าไม่เกิดความพึงพอใจในงานนั้น ๆ

Rust and Oliver (1994) กล่าวว่า คุณภาพในการให้บริการที่ดีนั้นจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ความพึงพอใจเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้ให้บริการและเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในทางธุรกิจ

Patterson and Spreng (1997) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยหลักที่ชี้แนะความตั้งใจในการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภค คุณค่าที่ลูกค้ามองเห็นเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการหรือซื้อซ้ำ เพราะเมื่อลูกค้าเห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจซึ่งส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภค

Chaudhuri and Holbrook (2001) กล่าวว่า เมื่อลูกค้าเกิดความไว้เนื้อเชื่อใจแล้วย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจตามมา

สรุปได้ว่า จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ ดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทราบว่าความพอใจของบุคคลจะเกิดขึ้นภายในตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความคาดหวังในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งถูกกำหนดด้วยประสบการณ์ของคน ๆ นั้น และเมื่อได้รับการตอบสนองความคาดหวัง จึงก่อให้เกิดความพึงพอใจ และถ้าได้รับการตอบสนองมากเกินความคาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจสูงสุดแต่ความพึงพอใจของแต่ละ

บุคคลจะมีความแตกต่างกันไม่เท่ากัน ทั้งนี้อาจมาจากประสบการณ์ สถานการณ์ หรือแม้กระทั่งเป้าหมายของความคาดหวังนั้น ๆ

**2.2.3 ความสำคัญของความพึงพอใจ**

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543, น. 21) ได้กล่าวว่า ความสำคัญสามารถแบ่งออกเป็น

1. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการที่องค์กรต้องคำนึงถึงความพึงพอใจต่อการบริการ ต่อไปนี้

1.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการและลักษณะของการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกและความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการและวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในอันที่ตระหนักถึงความคาดหวังของผู้รับบริการและสามารถตอบสนองบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้จริง

1.2 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการที่ดีจะต้องมีคุณภาพตรงกับความต้องการ ความคาดหวัง และมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อ ๆ ไป คุณภาพของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏ ให้เห็น เช่น สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องใช้ บุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ เป็นต้น ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการบริหารด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่น

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ เป็นตัวชี้คุณภาพ และความสำเร็จของงานบริการที่ให้ความสำคัญกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นเรื่องจำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการให้ความสำคัญกับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการย่อมทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมายและตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถอันนำมาซึ่งคุณภาพของการบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและส่งผลให้กิจการบริการประสบผลสำเร็จ

ดนัย เทียนพุฒ (2543, น. 26) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าช่วยส่งผลต่อกำไรกับธุรกิจใน 4 หนทางด้วยกัน คือ

1. เพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ
2. สร้างการส่งเสริมการขายเชิงบวกแบบปากต่อปาก
3. เพิ่มการจ่ายเพิ่มขึ้นในขณะที่ทาการซื้อของลูกค้า
4. มีผลต่อกระแสเงินสดหมุนเวียน

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2555) กล่าวว่า ความพึงพอใจอาจแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ประสบการณ์ ความรู้ ทักษะ ความต้องการ และทัศนคติ เป็นต้น แบ่งองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ ออกเป็น 2 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ ผู้รับบริการจะสามารถรับรู้ว่าสินค้าและบริการที่ได้รับ มีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด

2. องค์ประกอบด้านรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการถึงพฤติกรรมของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่และปฏิกิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ

**2.2.4 องค์ประกอบของความพึงพอใจ**

Aday and Andersen (1975) ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการได้รับจากบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยประเมินระบบบริการว่าได้มีการเข้าถึงผู้ใช้บริการ ซึ่งนำมาจัดกลุ่มความพึงพอใจ 6 ด้าน ได้แก่

1. ความพึงพอใจต่ออัธยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอัธยาศัยท่าทางที่ดี ความเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ และความสนใจ ห่วงใยต่อผู้ใช้บริการ
   1.1 คำพูดเชิงบวก
   1.2 มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี
   1.3 มีความเอาใจใส่ตลอดเวลา
   1.4 บุคลิกภาพที่น่าเลื่อมใส
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Co-Ordination) ซึ่งแบ่งออกเป็น
   2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง คือ ผู้ใช้บริการสามารถขอรับบริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
   2.2 ผู้ให้บริการให้ความสนใจผู้ใช้บริการ
   2.3 ได้รับการติดตามผลงาน
3. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับการบริการ (Convenience) ซึ่งแบ่งออกเป็น
   3.1 การใช้เวลารอคอยในสถานที่ให้บริการ
   3.2 การได้รับการดูแล เมื่อลูกค้ามีความต้องการ
   3.3 ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานที่ให้บริการ
4. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการ (Quality of Care) ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ
   4.1 ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน
   4.2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์
5. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Output-Off-Pocket Cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ
   5.1 ราคายุติธรรม
   5.2 ความสมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบลูกค้า
6. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ (Information)
   6.1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับการรับบริการ
   6.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ

Solomon, Bamossy, Askegaard and Hogg (2010) กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้าสามารถแบ่งได้เป็น 4 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. การมีผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ (Perfect Product) บางครั้งสินค้าและบริการอาจเกิดความผิดพลาดขึ้นโดยไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจจะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจของลูกค้าได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีสินค้าและบริการที่ดีเยี่ยม ควรออกแบบสินค้าและบริการให้ดีที่สุด

2. การจัดส่งด้วยความใส่ใจ (Caring Delivery) เมื่อมีสินค้าและบริการที่ดีเยี่ยมแล้ว การเป็นมิตรในการนำส่งก็เป็นสิ่งสำคัญพนักงานที่เป็นมิตร มีความใส่ใจในการนำส่งสินค้าและบริการจะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อทั้งสินค้าและบริการ รวมถึงตัวธุรกิจด้วย

3. การใช้เวลาอย่างเหมาะสม (Timeliness) ลูกค้ามีประสบการณ์มากมายเป็นไปตามความคาดหวัง ดังนั้นการนำส่งตรงเวลาตามมาตรฐานที่ควรจะเป็น หรือการส่งสินค้าและบริการอย่างรวดเร็วช่วยให้เกิดความพึงพอใจได้

4. กระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Problem Resolution Process) สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นจากสินค้าและบริการที่ลูกค้าได้รับ เป็นเหตุการณ์ที่มีผลทางอารมณ์ที่สำคัญมากต่อธุรกิจ ดังนั้นการแก้ปัญหาจะช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวธุรกิจได้และการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพวัดได้จากคะแนนความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อทำให้ลูกค้ากลับมามีความจงรักภักดีกับสินค้าและบริการอีกครั้ง

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการ

### 2.3.1 ความหมายความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในหลากหลายบริบทโดยความคาดหวังสามารถประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาแนวทางในการจูงใจบุคคลให้แสดงพฤติกรรมที่ต้องการได้ มีนักวิชาการต่าง ๆ ให้ความหมาย ไว้ดังต่อไปนี้

พีร์ พวงมะลิต (2560) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความเชื่อของบุคคลว่าการกระทำของตนจะนำไปสู่การบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการความพึงพอใจต่อผลลัพธ์และผลตอบแทนที่ได้รับจากการบรรลุผลลัพธ์

Vroom (1964) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความเชื่อของบุคคลว่าการกระทำของตนจะนำไปสู่การบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการและผลลัพธ์นั้นเป็นสิ่งที่บุคคลพึงพอใจและผลตอบแทนที่จะได้รับจากการบรรลุผลลัพธ์นั้นเป็นสิ่งที่บุคคลพึงพอใจ

Zeithaml (1990 A, p. 31) องค์ประกอบที่ทำให้เกิดความคาดหวัง ซึ่งเกิดจากผู้รับบริการนั้นมี 3 องค์ประกอบ คือ คำบอกเล่าปากต่อปาก (Word of Mouth Communications) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) และประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) และอีกองค์ประกอบหนึ่งเกิดขึ้นจากผู้ให้บริการ ซึ่งก็คือ การสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ไปสู่ผู้รับบริการ (External Communications to Customers) องค์ประกอบเหล่านี้ มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจริง

Zeithaml (1990 B, p. 38) ความคาดหวังของผู้รับบริการนี้ แบ่งได้ 2 ระดับ ซึ่งแตกต่างกันระหว่างระดับบริการที่ปรารถนาและระดับบริการที่เคยได้รับในระดับแรกเกิดจากผู้รับบริการหวังไว้ว่าควรจะได้รับหรือควรจะเป็นส่วนในระดับที่สอง ผู้รับบริการได้รับเหมือนที่ผ่านมาในครั้งก่อน ๆ ก็จะยอมรับบริการนี้ได้

Johnson and Brown (1991, p. 44) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับว่าควรเป็นไปตามการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งความคาดหวังนี้เกิดจากประสบการณ์การได้รับบริการที่ผ่านมาประสบการณ์อื่นและการบริหารทางการตลาดของบริการนั้น ซึ่งในการตลาดของบริการต้องมีการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพเพื่อให้ผู้รับบริการรับทราบถึงบริการที่เป็นจริง ถ้าเกินความเป็นจริงจากบริการที่ได้รับผู้รับบริการก็จะรู้สึกผิดหวัง แต่ถ้าน้อยกว่าความเป็นจริง ก็ยากที่จะดึงดูดใจให้ผู้รับบริการได้ผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพของบริการตามความพึงพอใจที่มีต่อบริการที่ได้รับ โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ระดับ 1 ผู้รับบริการไม่พึงพอใจ ความคาดหวัง > บริการที่ได้รับ: ด้อยคุณภาพ

ระดับ 2 ผู้รับบริการพึงพอใจ ความคาดหวัง = บริการที่ได้รับ: มีคุณภาพ

ระดับ 3 ผู้รับบริการประทับใจ ความคาดหวัง < บริการที่ได้รับ: มีคุณภาพสูง

Tenner and De Toro (1992, p. 56) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้รับบริการมีความต้องการที่จะให้ความคาดหวังของตนเองบรรลุผลอย่างครบถ้วนและมีแนวโน้มที่จะยอมรับบริการนั้นได้ โดยการเปรียบเทียบประสบการณ์จริงที่เคยได้รับกับบริการจริงก่อนที่จะชำระค่าบริการ การตัดสินว่าบริการใด ไม่เป็นที่พึงพอใจก็คือ ความคาดหวังนั้นไม่ได้รับการตอบสนองนั่นเอง ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจ ก็ต่อเมื่อได้รับการตอบสนองและมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นเมื่อผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความคาดหวังได้มากที่สุด ดังนั้นในหน่วยงานที่ประสบผลสำเร็จในการบริการจะต้องเป็นหน่วยงานที่สามารถทำนายลักษณะความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการได้อย่างครบถ้วนทุก ๆ ครั้ง โดยมีปัจจัยที่กำหนดความคาดหวังของผู้รับบริการ ดังนี้

1. ลักษณะบริการที่ผู้รับบริการต้องการ
2. ระดับของการปฏิบัติงานผู้รับบริการรู้สึกพึงพอใจ
3. ความสัมพันธ์ของลักษณะงานบริการที่สำคัญ
4. ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน

นอกจากนี้ Tenner and De Toro ยังได้กล่าวถึง ความคาดหวังนี้เป็นการแสดงความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการนั้น มี 3 ระดับ ซึ่งความคาดหวังนี้เป็นการแสดงความต้องการของลูกค้าที่มีต่อบริการ ดังนี้

ระดับที่ 1 เป็นความคาดหวังขั้นพื้นฐานระดับต่ำสุดที่แสดงลักษณะของบริการที่ได้รับอยู่เสมอและถ้าไม่ได้รับก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ

ระดับที่ 2 เป็นความคาดหวังที่เหนือขึ้นมา ซึ่งแสดงถึงลักษณะเฉพาะและความต้องการของผู้รับบริการที่จะเลือกบริการได้

ระดับที่ 3 เป็นความคาดหวังที่อยู่ในระดับสูงสุด ซึ่งมีค่ามากกว่าลักษณะเฉพาะและเป็นจุดเด่นของบริการที่ผู้รับบริการไม่ได้คาดหวังไว้ ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ

Folkes, Rust and Oliver (1994, pp. 271-300, อ้างถึงใน ศุภกานต์ อโนมะศิริ, 2547, น. 25) ได้กล่าวไว้ว่าผู้รับบริการจากความพึงพอใจที่มีต่อบริการโดยการประเมินจากความคาดหวังที่คาดการณ์ไว้กับบริการที่ได้รับถ้ามีความแตกต่างกันก็จะไม่พึงพอใจ และประเมินว่าบริการนั้น ด้อยคุณภาพความคาดหวังของผู้รับบริการนั้น ได้ผ่านการคิดอย่างมีวิจารณญาณแล้วโดยการพิจารณาจากประสบการณ์การรับรู้ของตนเองในบริการที่ได้รับครั้งก่อนและการได้รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีอิทธิพล

ต่อความคาดหวังของผู้รับบริการถึงแม้ว่าบริการนั้นจะดีเพียงใดเมื่อได้รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการถึงแม้ว่าบริการนั้นจะดีเพียงใดเมื่อได้รับข่าวสารที่ไม่ตรงกันบ่อยครั้งผู้รับบริการก็จะเกิดอคติต่อบริการนั้นได้

Webster (1998, p. 815) ได้ให้ความหมาย ของความคาดหวังว่า หมายถึง การคาดการณ์อนาคตในสิ่งดี โดยที่ความคาดหวังนั้นอาจจะเป็นการคาดการณ์อนาคตในสิ่งที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ พจนานุกรมของ Oxford (1989, p. 721) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังว่าเป็นสภาวะทางจิต ซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิด หรือเป็นความคิดเห็นอย่างมีวิจารณญาณของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่าควรจะมีควรจะเป็นหรือควรจะเกิดขึ้นความคาดหวังของผู้รับบริการเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

สรุปได้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความเชื่อของบุคคลว่าการกระทำของตนจะนำไปสู่การบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการ ซึ่งผลลัพธ์นั้นอาจเป็นสิ่งที่บุคคลพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ ความคาดหวังสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลได้ โดยหากบุคคลมีความคาดหวังสูงว่าการกระทำของตนจะนำไปสู่การบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการบุคคลก็จะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ

**2.3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง**

ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังเป็นทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ โดยเชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากการคาดหวังของบุคคลว่าการกระทำของตนจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการหรือไม่ ผลลัพธ์ที่ต้องการนี้อาจเป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมนั้นๆ

พีร์ พวงมะลิต (2560) ได้ทำการศึกษาทฤษฎีความคาดหวังและประยุกต์ใช้กับพฤติกรรมการบริโภค โดยพบว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณภาพสินค้า ความพอใจต่อคุณภาพสินค้าและผลตอบแทนที่ได้รับจากการซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค สามารถตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของผู้รับบริการได้ ก็จะกล่าวว่า บริการนั้นมีคุณภาพ บริการนี้ เป็นบริการที่เกี่ยวเนื่อง (Peripheral Services) โดยผู้ให้บริการสามารถให้ร่วมกับบริการหลักที่ต้องการจริง ๆ (Core Services) ซึ่งมีส่วนช่วยส่งเสริมคุณภาพของบริการได้ โดยแบ่งเป็น

1. บริการที่คาดหวังว่าจะได้รับ (Expected Service) หมายถึง บริการข้างเคียงที่เกี่ยวเนื่องหลาย ๆ อย่างกับ (Core Services) ที่ผู้รับบริการคาดหวังล่วงหน้าว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการได้รับความรู้ และความเห็นอกเห็นใจความต้องการบริการในกลุ่มนี้จะเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ บุคคล เวลา และสถานที่ การได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้จะทำให้ผู้มารับบริการตามที่คาดหวังไว้จะทำให้ผู้มารับบริการเกิดความพึงพอใจ (Sates Faction) และประเมินว่าบริการที่ได้รับนั้น มีคุณภาพหากไม่ได้รับบริการที่คาดหวังบริการนั้นย่อมมีคุณภาพด้อยลง

2. บริการที่อยู่นอกเหนือความคาดหมาย (Augmented Services) หมายถึง บริการที่ผู้มารับบริการอยากจะได้รับแต่ไม่ได้คาดหวังว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการ เช่น ผู้รับบริการมารับใช้บริการอาจคาดว่าต้องนั่งรอเป็นเวลานาน แต่กลับได้รับบริการที่รวดเร็วมาก เป็นต้น การได้รับบริการ เช่นนี้จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความปิติยินดี และอิ่มอกอิ่มใจ (Delight) อันเป็นความรู้สึกที่ยิ่งกว่าความพอใจ ส่งผลให้ประเมินว่าบริการที่ได้รับมีคุณภาพดีเยี่ยม อย่างไรก็ดีแม้ว่าผู้มารับบริการจะไม่ได้บริการประเภทนี้ก็มิได้เกิดความไม่พึงพอใจแต่อย่างไร

จากแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การประเมินคุณภาพของบริการประกันภัยจะประเมินจากมุมมองของผู้รับบริการ หรือผู้ใช้บริการประกันภัยซึ่งจะเป็น

ผู้ได้รับประโยชน์จากบริการ โดยการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้รับบริการกับการรับรู้ของผู้มารับบริการต่อบริการที่ได้รับ หากบริการที่ได้รับสามารถตอบสนองความต้องการ หรือความคาดหวังของผู้มารับบริการได้บริการนั้นย่อมถือว่ามีคุณภาพ

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ โดยเชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากการคาดหวังของบุคคลว่าการกระทำของตนจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการหรือไม่ ผลลัพธ์ที่ต้องการนี้อาจเป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ

Vroom (1964) ผู้พัฒนาทฤษฎีความคาดหวัง ได้ศึกษาทฤษฎีนี้กับพนักงานในองค์กร โดยพบว่า ความคาดหวังของพนักงานต่อผลตอบแทน ความพอใจต่อผลตอบแทนและผลตอบแทนที่ได้รับจากการทำงานมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานทฤษฎีความคาดหวังได้รับการพัฒนา โดย Vroom ในปี ค.ศ. 1964 ประกอบด้วย สมมุติฐาน 3 ประการ คือ

1. ความคาดหวัง (Expectancy) หมายถึง ความเชื่อของบุคคลว่าการกระทำของตนจะนำไปสู่การบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการหรือไม่
2. ความพอใจ (Valence) หมายถึง ความพึงพอใจหรือความปรารถนาของบุคคลต่อผลลัพธ์ที่ต้องการ
3. ผลตอบแทน (Reward) หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้รับจากการบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการ

**2.3.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ**

2.3.3.1 ความหมายของการรับรู้

การรับรู้มีความสำคัญต่อมนุษย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ช่วยให้มนุษย์สามารถเข้าใจและตีความสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้ ซึ่งการรับรู้ที่ดีจะช่วยให้มนุษย์สามารถตัดสินใจและดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม ได้มีนักวิชาการต่างๆ ให้ความหมาย ดังนี้

พีร์ พวงมะลิต (2560) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้ความเห็นซึ่งเกิดขึ้นจากการตีความ การสัมผัสของร่างกายกับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งเร้าโดยการใช้ประสบการณ์เดิมช่วยในการให้ ความหมายแห่งการสัมผัสนั้น ๆ

สุวัฒน์ ทองอินทร์ (2562) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลรับเอาข้อมูลข่าวสารหรือสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมเข้ามาสู่ระบบประสาทส่วนกลาง และสร้างความหมายให้กับข้อมูลเหล่านั้น โดยอาศัยประสบการณ์เดิม ความสนใจ และความเชื่อที่มี

จิรศักดิ์ เรืองรัตนะ (2563) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลรับเอาข้อมูลข่าวสารหรือสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมเข้ามาสู่ระบบประสาทส่วนกลางและแปลความหมายให้กับข้อมูลเหล่านั้น โดยอาศัยประสบการณ์เดิม ความรู้ ความเชื่อ และทัศนคติที่มี

Parasuraman, et al. (1990, p. 69) ได้กล่าวไว้ว่า การรับรู้คุณภาพบริการนั้นเกิดขึ้นจากช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้บริการ ซึ่งการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการนั้นเป็นผลมาจากการเกิดปัญหาตั้งแต่ ช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4 เกิดขึ้นจากผู้ใช้บริการช่องว่างเหล่านั้นได้แก่

ช่องว่างที่ 1 เป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการและการรับรู้ของผู้บริหารที่มีต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

ช่องว่างที่ 2 เป็นช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้บริหารที่มีต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการและการกำหนดลักษณะหรือมาตรฐานของบริการ

ช่องว่างที่ 3 เป็นช่องว่างระหว่างลักษณะของคุณภาพบริการที่กำหนดไว้และบริการที่ให้

ช่องว่างที่ 4 เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ให้และการสื่อสารให้ผู้มาใช้บริการรับทราบ การที่จะให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพได้นั้น จะต้องพยายามลดช่องว่างหรือปัญหาที่เกิดขึ้นจากช่องว่างต่าง ๆ ให้น้อยลง

Bartal and Martin (1991) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีความคาดหวังตามแนวคิดของ Vroom ว่าจะต้องประกอบด้วย องค์ประกอบพื้นฐาน 3 องค์ประกอบ คือ ความคาดหวังในความพยายามต่อผลการปฏิบัติงาน ความคาดหวังในผลการปฏิบัติงานต่อผลลัพธ์และความคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์ ซึ่งบุคคลจะทุ่มเทความพยายามในการทำงานหรือไม่นั้น องค์ประกอบพื้นฐานของทฤษฎีความคาดหวังตามแนวคิดของ Vroom ประกอบด้วย

1. ความคาดหวังในความพยายามต่อผลการปฏิบัติงานเป็นการคาดการณ์หรือประมาณการไว้ล่วงหน้าว่ามีความเป็นไปได้มากน้องเพียงใดในการที่จะแสดงพฤติกรรมหรือลงมือทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งว่าจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ ถ้าได้ใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถของตนเองร่วมกับความพร้อมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ในขณะนั้น และถ้าคาดการณ์ หรือประมาณการพบว่า มีความพร้อมเพียงพอบุคคลจะตัดสินใจแสดงพฤติกรรม หรือลงมือทำงานชิ้นนั้นด้วยความพยายามดังกล่าว แต่ถ้าพบว่างานนั้นยากเกินไปตนเองไม่มีความสามารถเพียงพอขาดทรัพยากร หรือสิ่งสนับสนุนที่สำคัญ บุคคลอาจตัดสินใจไม่แสดงพฤติกรรมหรือลงมือทำงานชิ้นนั้น ดังนั้นงานความพร้อมของสิ่งแวดล้อมการทำงานและความสามารถของตนเองที่มีอยู่จึงเป็นตัวจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมหรือการทำงาน

2. ความคาดหวังในผลการปฏิบัติงานต่อผลลัพธ์ เป็นการคาดการณ์หรือประมาณการไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะแสดงพฤติกรรมหรือลงมือทำงานว่าถ้าได้แสดงพฤติกรรมหรือลงมือทำงานชิ้นนั้นแล้วด้วยความพยายามอย่างเต็มที่จะได้ผลลัพธ์อย่างไรกับตนเองผลลัพธ์ที่ได้นั้นก่อให้เกิดผลดี และผลเสียต่อตนเองอย่างไรบ้าง คุ้มค่าหรือไม่ ผลลัพธ์หรือรางวัลที่ได้รับนี้รวมถึงรางวัลภายนอกที่เป็นรูปธรรมชัดเจน เช่น เงิน คำชมเชย การเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น และรางวัลภายในที่เป็นนามธรรม เช่น ความรู้สึกเป็นสุข อิ่มเอิบใจในความสำเร็จของชีวิต ดังนั้นผลลัพธ์จึงเป็นตัวจูงใจสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรม

3. ความคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์เป็นการคาดการณ์หรือประมาณการในการให้คุณค่าของผลลัพธ์ หรือรางวัลจากการทำงานชิ้นนั้น ๆ เมื่อได้ใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถของตนเองแล้วบุคคลจะมีความคาดการณ์ หรือประมาณการในการให้คุณค่าของผลลัพธ์แตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล ถึงแม้ว่างานที่ทำนั้นจะมีลักษณะงานเช่นเดียวกันกับคนอื่นก็ตาม ถ้าเมื่อใดบุคคลมีความคาดการณ์ หรือประมาณการในการให้คุณค่าของผลลัพธ์ไว้มากก็จะเป็นรางวัลที่มีค่าสูง แต่ถ้าน้อยก็จะเป็นรางวัลที่มีคุณค่าต่ำ ดังนั้นรางวัลที่มีคุณค่าสูงจะเป็นตัวจูงใจให้บุคคลตัดสินใจแสดงพฤติกรรมหรือลงมือทำงาน

Desarbo, et al. (1991, pp. 201-202) ได้กล่าวไว้ว่า การรับรู้คุณภาพบริการผู้รับบริการนั้นสามารถสร้างเป็นรูปแบบคุณภาพบริการได้ โดยต้องมีสิ่งบ่งชี้ที่จะทำให้เกิดการรับรู้ได้ 3 ประการ ดังนี้

1. การให้บริการที่มีคุณภาพตามเทคนิควิธีการที่สำคัญของบริการนั้น
2. ผู้รับบริการสามารถรับรู้ถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ดังนั้นสิ่งสำคัญในการบริการ ก็คือ การสร้างภาพของบริการให้เป็นที่น่าเชื่อถือของผู้รับบริการ
3. การรับรู้คุณภาพบริการเป็นการประเมินบริการจากผู้รับบริการซึ่งเกิดจากการแตกต่างระหว่างความคาดหวังบริการและการรับรู้บริการ ถ้าบริการที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวัง ก็จะประเมินบริการนั้นว่ามีคุณภาพ

Teas (1993, p. 78) ได้กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพบริการของผู้รับบริการเป็นการประเมินผลลัพธ์ของการบริการ ซึ่งเกิดจากการมีช่องว่างความคาดหวังที่มีต่อบริการและการรับรู้บริการ การเกิดช่องว่างนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงการบริการให้มีรูปแบบการรับรู้ที่มีคุณภาพเพื่อให้ช่องว่างดังกล่าวลดลง

สรุปได้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลรับเอาข้อมูลข่าวสารหรือสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมเข้ามาสู่ระบบประสาทส่วนกลางและสร้างความหมายให้กับข้อมูลเหล่านั้น โดยอาศัยปัจจัยต่างๆ เช่น ประสบการณ์เดิม ความสนใจ ความเชื่อ และทัศนคติที่มี ซึ่งการรับรู้ของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันได้ เนื่องจากแต่ละบุคคลมีปัจจัยต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน

ดังนั้นในการประเมินคุณภาพของบริการ จึงขึ้นอยู่กับการพิจารณาเปรียบเทียบคุณภาพของบริการที่ได้รับกับคุณภาพของการบริการที่คาดหวัง ฉะนั้นคุณภาพของการบริการที่ดี จึงหมายถึงการได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังหรือเกิดกว่าความต้องการของผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจึงจำเป็นที่ต้องเข้าใจความหวังของผู้รับบริการและคำนึงถึงการรักษาคุณค่าของการบริการที่มีคุณภาพดี และผู้บริหารควรนำมาเป็นวัตถุประสงค์ หรือนโยบายหลักขององค์การที่เน้นคุณภาพของการบริการที่ประทับใจผู้รับบริการเป็นหลัก

## 2.4 บริบทพื้นที่ทั่วไปของเทศบาลเมืองมหาสารคาม

### 2.4.1 ความเป็นมาของเทศบาลเมืองมหาสารคาม

ท้องถิ่นเทศบาลเมืองมหาสารคาม ได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นเทศบาลเมืองมหาสารคาม เมื่อวันอาทิตย์ ที่ 14 กุมภาพันธ์ 2479 มีคณะเทศมนตรีชุดแรก เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2480 โดยนายบุญช่วย อัตถากร เป็นนายกเทศมนตรี สำนักงานเทศบาลเมืองมหาสารคาม ระยะเริ่มแรกได้อาศัยสถานที่สโมสรเสือป่า เป็นที่ทำการของสำนักงานเทศบาล จนถึง พ.ศ. 2483 จึงย้ายไปอยู่สุขศาลา อำเภอเมืองมหาสารคาม เป็นเวลา 5 ปีเศษ แล้วย้ายสำนักงานมาอยู่ชั้นบนตึกแถว 2 ชั้น (ปัจจุบัน คือ บริเวณตลาดสด) จนถึง พ.ศ. 2501 จึงย้ายมาอยู่อาคารหลังใหม่ และต่อมาในปี พ.ศ. 2519 ได้ย้ายสำนักงานไปสร้างในที่ดินซึ่งมีผู้อุทิศให้ จำนวน 10 ไร่ เป็นอาคารคอนกรีต 2 ชั้น ดังในปัจจุบันนี้ (เทศบาลเมืองมหาสารคาม, 2557, น. 14)

**2.4.2 สภาพทั่วไป และข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลเมืองมหาสารคาม** ที่ตั้ง และขนาด

เทศบาลเมืองมหาสารคาม ตั้งอยู่เลขที่ 27 ถนนผังเมืองบัญชา ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีพื้นที่ 24.14 ตารางกิโลเมตร หรือ 15,087.5 ไร่ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 475 กิโลเมตร โดยทางรถยนต์

2.4.2.1 ด้านอาณาเขตติดต่อ

1) ทิศเหนือ ติดต่อกับตำบลเกิ้งอำเภอเมืองมหาสารคาม

2) ทิศใต้ ติดต่อกับตำบลแวงน่าง อำเภอเมืองมหาสารคาม

3) ทิศตะวันออก ติดต่อกับตำบลเขวา อำเภอเมืองมหาสารคาม

4) ทิศตะวันตก ติดต่อกับตำบลท่าสองคอน อำเภอเมืองมหาสารคาม

2.4.2.2 ด้านการเมืองการปกครอง

1) การแบ่งเขตการปกครอง

เทศบาลเมืองมหาสารคาม แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 30 ชุมชน โดยอยู่ในความรับผิดชอบของนายกเทศมนตรีเมืองมหาสารคาม ประธานกรรมการชุมชน และกรรมการชุมชน ประชากรในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม รวมทั้งสิ้น 39,703 คน แยกเป็นชาย 18,553 คน หญิง 21,150 คน (ข้อมูล ณ เดือนมกราคม 2555)

2) อำนาจหน้าที่ของเทศบาลเมืองมหาสารคาม

เทศบาลเมืองมหาสารคาม เป็นหน่วยการปกครองท้องถิ่น มีบทบาทและหน้าที่ในการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อสร้างความเจริญให้กับท้องถิ่นตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 ได้แก่

2.1) รักษาความสงบเรียบร้อยของประชาชน

2.2) ให้มีและบำรุงทางบกและทางน้ำ

2.3) รักษาความสะอาดของถนนหรือทางเดินและที่สาธารณะ รวมทั้งการกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล

2.4) ป้องกันและระงับโรคติดต่อ

2.5) ให้มีเครื่องใช้ในการดับเพลิง

2.6) ให้ราษฎรได้รับการศึกษาอบรม

2.7) ให้ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

2.8) บำรุงศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น

2.9) หน้าที่อื่นตามที่กฎหมายบัญญัติให้เป็นหน้าที่ของเทศบาล กล่าวคือ ให้มีน้ำสะอาดหรือการประปา ให้มีโรงฆ่าสัตว์ ให้มีและบำรุงสถานที่ทำการพิทักษ์และรักษาคนเจ็บไข้ให้มีและบำรุงทางระบายน้ำ ให้มีและบำรุงส้วมสาธารณะ ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าหรือแสงสว่างโดยวิธีอื่น ให้มีการดำเนินกิจการโรงรับจำนำหรือสถานสินเชื่อท้องถิ่น

3) โครงสร้างในการบริหารงานของเทศบาลเมืองมหาสารคาม

3.1) สภาเทศบาล ประกอบด้วยสมาชิกที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชน จำนวน 18 คน อยู่ในตำแหน่งวาระละ 4 ปี

3.2) คณะผู้บริหาร ประกอบด้วย นายกเทศมนตรี 1 คน มาจากการเลือกตั้งโดยตรง นายกเทศมนตรีแต่งตั้ง รองนายกเทศมนตรี จำนวน ไม่เกิน 3 คน ที่ปรึกษาและเลขานุการนายกเทศมนตรี จำนวน ไม่เกิน 3 คน

3.3) ส่วนราชการของเทศบาลเมืองมหาสารคาม ดังนี้

3.3.1) สำนักปลัดเทศบาล

3.3.2) สำนักการช่าง

3.3.3) กองคลัง

3.3.4) สำนักการสาธารณสุข และสิ่งแวดล้อม

3.3.5) กองการศึกษา

3.3.6) กองวิชาการและแผนงาน

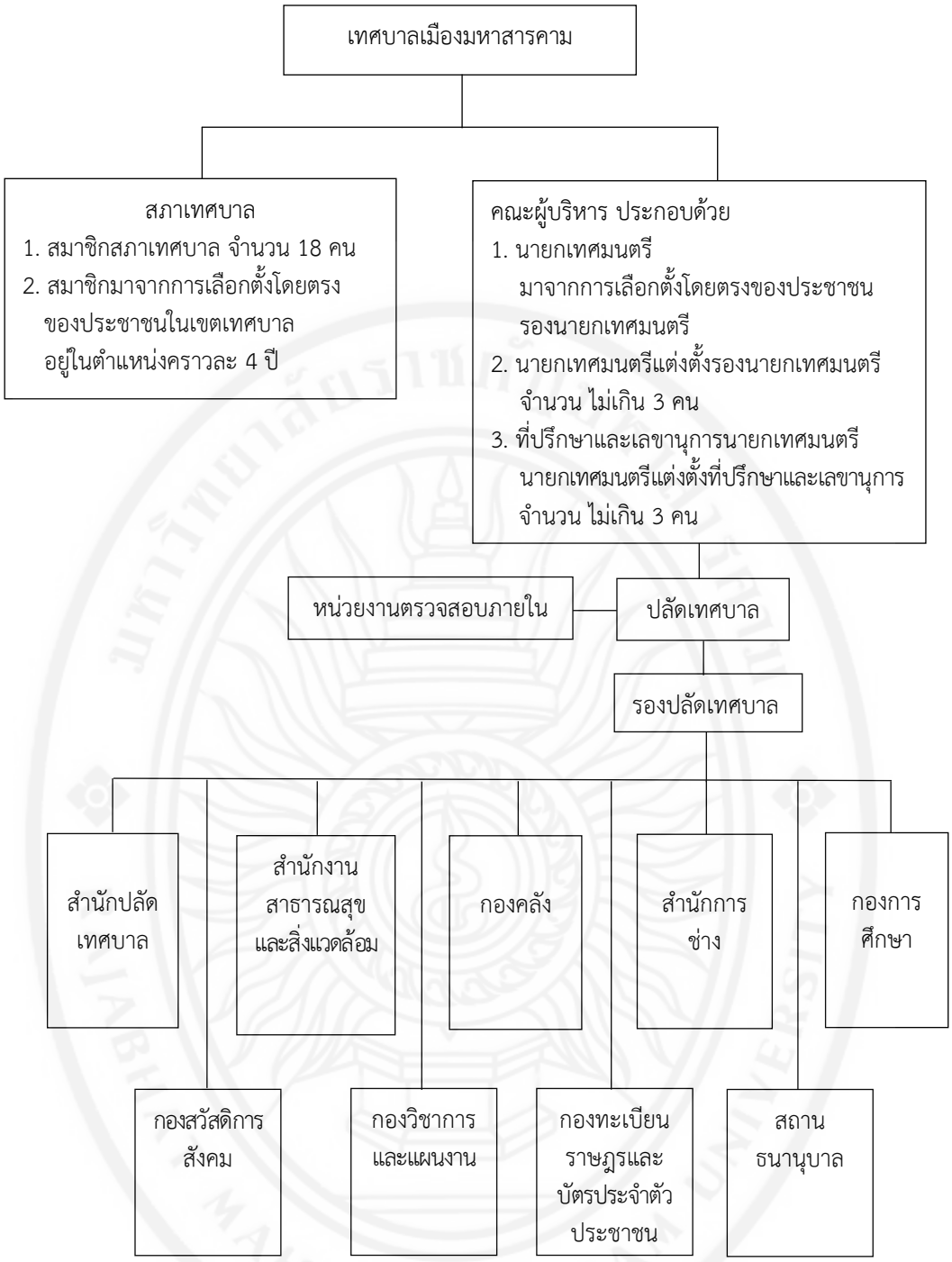
3.3.7) กองสวัสดิการสังคม

3.3.8) กองทะเบียนราษฎรและบัตรประจำตัวประชาชน

3.3.9) หน่วยงานตรวจสอบภายใน

3.3.10) สถานธนานุบาล

กล่าวโดยสรุป โครงสร้างการบริหารงานของเทศบาลเมืองมหาสารคาม ประกอบด้วย สภาเทศบาล นายกเทศมนตรีและพนักงานเทศบาล ดังแสดงในภาพที่ 2.1




**ภาพที่ 2.1** ตัวอย่างการวางภาพประกอบการทำบทนิพนธ์ ปรับปรุงจาก *โครงสร้างของเทศบาลเมืองมหาสารคาม (น. 20),* โดย เทศบาลเมืองมหาสารคาม, *2554.* มหาสารคาม: สำนักงานเทศบาลเมืองมหาสารคาม.

2.4.2.3 ด้านอัตรากำลัง

**ตารางที่ 2.2** อัตรากำลังบุคลากรของเทศบาลเมืองมหาสารคาม

| ส่วนราชการ | พนักงานเทศบาล/ข้าราชการ | | ลูกจ้างประจำ | พนักงานจ้าง | | รวมทั้งสิ้น |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | พนักงานเทศบาล | ถ่ายโอน | | ตามภารกิจ | ทั่วไป | |
| สำนักปลัดเทศบาล | 21 | - | 4 | 9 | 34 | 68 |
| สำนักการช่าง | 19 | 2 | 3 | 12 | 50 | 86 |
| สำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม | 13 | - | 2 | 15 | 75 | 105 |
| กองคลัง | 23 | - | 1 | 1 | 15 | 40 |
| กองการศึกษา | 15 | - | - | 16 | 7 | 38 |
| กองวิชาการและแผนงาน | 11 | - | 1 | 1 | 8 | 21 |
| กองสวัสดิการสังคม | 6 | - | - | - | 3 | 9 |
| กองทะเบียนราษฎรและบัตรประจำตัวประชาชน | 5 | - | - | - | 6 | 11 |
| รวม | 113 | 2 | 11 | 54 | 198 | 378 |

หมายเหตุ. ปรับปรุงจาก *แผนอัตรากำลัง 3 ปี (พ.ศ. 2564-2567),* โดย เทศบาลเมืองมหาสารคาม, 2567. มหาสารคาม: สำนักงานเทศบาลเมืองมหาสารคาม.

**2.4.3 นโยบายการพัฒนาเทศบาลเมืองมหาสารคาม**

2.4.3.1 วิสัยทัศน์การพัฒนาเทศบาลเมืองมหาสารคาม

เมืองน่าอยู่ คู่การศึกษา พัฒนาองค์กร คุณภาพชีวิต เศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

2.4.3.2 พันธกิจการพัฒนาเทศบาลเมืองมหาสารคาม

เพิ่มศักยภาพความพร้อมของเมืองเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยการพัฒนาเมือง, เศรษฐกิจ, สังคม, คุณภาพชีวิต, การศึกษา, การพัฒนาการบริหารจัดการ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมใช้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติให้น้อยและคุ้มค่าที่สุดเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของเมืองและเศรษฐกิจระดับอนุภูมิภาคในอนาคต

**2.4.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีดังนี้**

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาเมือง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาคุณภาพชีวิต และการศึกษา

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการบริหารจัดการองค์กร

จากข้อมูลเกี่ยวกับเทศบาลเมืองมหาสารคาม สรุปได้ว่า เทศบาลเมืองมหาสารคาม มีโครงสร้างการบริหารราชการอำนาจหน้าที่ตามที่พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 12)

พ.ศ. 2546 กำหนดไว้โดยต้องดำเนินการตามภารกิจอำนาจหน้าที่ให้ครบทุกด้านซึ่งผู้บริหารเทศบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาโดยใช้แผนพัฒนาเทศบาลเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง

**2.4.5 สถานธนานุบาลเทศบาลเมืองมหาสารคาม**

เทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางด้านการศึกษา การค้า และการบริการของจังหวัดมหาสารคาม ประชากร ในเขตเทศบาลมีทั้งกลุ่มนักศึกษา ผู้มีรายได้น้อย และประชาชนทั่วไปที่ต้องพึ่งพาสถานธนานุบาลในการขอเงินกู้เพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน หรือในสถานการณ์เร่งด่วน ช่วงปี 2567 ผู้ใช้บริการทั้งสิ้น 65,900 ราย สถานธนานุบาลเทศบาลเมืองมหาสารคาม ซึ่งเป็นโรงรับจำนำของรัฐบาล มีเงินทุนหมุนเวียนคงเหลือ 43 ล้านบาท และมีเงินสำรองจำนวน 80 ล้านบาท เพื่อรองรับประชาชนที่จะมาใช้บริการในช่วงเปิดเทอมและช่วงฤดูกาลที่เกษตรกรเริ่มทำการเพาะปลูก โดยคิดอัตราดอกเบี้ยรับจำนำ ดังนี้ (เทศบาลเมืองมหาสารคาม, 2567)

2.4.5.1 จำนวนเงินต้นไม่เกิน 5,000 บาท ดอกเบี้ยร้อยละ 50 สตางค์/เดือน

2.4.5.2 จำนวนเงินต้นเกินกว่า 5,000-30,000 บาท ดอกเบี้ยร้อยละ 1 บาท/เดือน

2.4.5.3 จำนวนเงินต้นเกินกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ดอกเบี้ยร้อยละ 1.25 บาท/เดือน

2.4.5.4 จำนำไม่เกิน 15 วัน คิดดอกเบี้ยเพียงครึ่งเดือน ถ้าเกิน 15 วันขึ้นไป คิดดอกเบี้ยหนึ่งเดือนตั๋วรับจำนำมีอายุ 4 เดือน 30 วัน สามารถเพิ่มเงินต้นได้ โรงรับจำนำเปิดทำการทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 8.00 น. ถึง 16.00 น. ไม่หยุดพักเที่ยง

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**2.5.1 งานวิจัยในประเทศ**

นาลิน เทียมแก้ว (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560 การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และศึกษาปัญหาข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 450 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .95 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ รองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านทรัพยากรสารสนเทศ โดยสรุปเป็นประเด็นความพึงพอใจในแต่ละด้านได้ดังนี้ 1.1) ด้านทรัพยากร สารสนเทศ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อทรัพยากรสารสนเทศมีเนื้อหาครอบคลุมสาขาวิชาอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ทรัพยากรสารสนเทศที่ได้รับตรงกับความต้องการและทรัพยากรสารสนเทศ มีความทันสมัยและทรัพยากรสารสนเทศ มีจำนวนเพียงพอ

กับความต้องการ 1.2) ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อขอใช้บริการ รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการผ่านออนไลน์ และขั้นตอนการให้บริการ ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน เข้าใจง่าย 1.3) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการคำแนะนำ และช่วยเหลือและมีบุคลิกภาพ กิริยามารยาท และการสื่อสารที่เหมาะสมอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ บุคลากรให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และบุคลากรมีความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ 1.4) ด้านสถานที่และสิ่ง อำนวยความสะดวก พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมสะอาดเป็นระเบียบเอื้อต่อการเรียนรู้ รองลงมา ได้แก่ มีแผ่นป้ายบอกประเภทสิ่งพิมพ์ และที่นั่งอ่านจัดไว้อย่างเป็นระเบียบ เพียงพอ และพร้อมใช้บริการ 1.5) ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์สำนักวิทยบริการให้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ได้อย่างครบถ้วน รองลงมา ได้แก่ สำนักวิทยบริการมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมบริการใหม่ ๆ สม่ำเสมอและทั่วถึง 2) ปัญหา และข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการด้านทรัพยากรห้องสมุด พบว่า ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ควรจัดซื้อหนังสือหรือจำนวนเล่ม (Copy) ให้เพียงพอกับความต้องการ ควรเพิ่มหนังสือใหม่ทันสมัยมาให้บริการและหนังสือเกี่ยวกับเด็กปฐมวัย และควรจัดซื้อฐานข้อมูล Scopus ด้านการบริการและขั้นตอนการให้บริการ ควรแก้ไขระบบ VPN ปรับปรุงการจัดเรียงหนังสือบนชั้น พัฒนาระบบการให้บริการให้มีความคล่องตัว ควรเพิ่มห้อง Study Room มากขึ้นและต้องการให้สำนักวิทยบริการจัดอบรมการใช้ฐานข้อมูล การใช้โปรแกรมต่าง ๆ ตลอดปี ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ บุคลากรบางคนยังขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ควรเพิ่มพื้นที่สำหรับอ่านหนังสือ ระบบปรับอากาศไม่ค่อยเย็น แสงสว่างไม่เพียงพอบางจุดบริการ เพิ่มจำนวนคอมพิวเตอร์และระบบ Wi-Fi ให้ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการ ด้านประชาสัมพันธ์ ควรประชาสัมพันธ์กิจกรรมการอบรมสำหรับนิสิตให้ทราบอย่างทั่วถึง

นิพนธ์ เรืองหิรัญวนิช (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับคุณภาพการให้บริการของกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร 2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร จำแนกตามคณะและวิทยาเขต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์และวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 392 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มี 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way Analysis of Variance) ผลการวิจัย พบว่า 1) นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านหอพักนักศึกษาและด้านอนามัย รองลงมา คือ ด้านบริการและสวัสดิการนักศึกษา ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านกีฬาและนันทนาการ 2) การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร จำแนกตามคณะและวิทยาเขต พบว่า นักศึกษาที่ศึกษา ในคณะ

และวิทยาเขตที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พัชรมน เชื้อนาคะ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้รับบริการที่แผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า จำนวน 400 คน ศึกษาโดยประยุกต์ใช้แบบจำลอง SERVQUAL ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการเป็นมีอิทธิพลมากที่สุด สำหรับปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการไม่ได้เป็นปัจจัยกำหนดความพึงพอใจของผู้รับบริการ

มณฑกานต์ ฉิมเกิด (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของฝ่ายวิชาการ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของฝ่ายวิชาการและแนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการของฝ่ายวิชาการคณะศึกษาศาสตร์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นิสิตหลักสูตรการศึกษาบัณฑิต (หลักสูตร 5 ปี) ปีการศึกษา 2557 คณะศึกษาศาสตร์ เลือกตัวอย่าง จำนวน 255 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test และ One-Way ANOVA ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และกำลังศึกษาสาขาวิชาการประถมศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของฝ่ายวิชาการ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความไว้วางใจ ด้านความเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองทันที และด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ข้อมูล ส่วนบุคคลด้านเพศ สาขาวิชาไม่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของฝ่ายวิชาการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุติมา วรชินา (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการการแพทย์ ฉุกเฉินขององค์การบริหารส่วนตำบลสว่าง อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการการแพทย์ฉุกเฉินขององค์การบริหารส่วนตำบลสว่าง อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด 2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ต่างกัน ต่อการให้บริการการแพทย์ฉุกเฉินขององค์การบริหารส่วนตำบลสว่าง อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด และ 3) เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการการแพทย์ฉุกเฉินขององค์การบริหารส่วนตำบลสว่าง อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้เคยรับบริการการแพทย์ฉุกเฉินหรือผู้เกี่ยวข้องที่อาศัยอยู่ในเขตตำบลสว่าง อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 181 คน โดยวิธีการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของ ทาโร่ ยามาเน่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 16 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.984 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และเปรียบเทียบรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe) ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการการแพทย์ฉุกเฉิน

ขององค์การบริหารส่วนตำบลสว่าง อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการแจ้งเหตุขอความช่วยเหลือ รองลงมา คือ ด้านการเจ็บป่วยและการพบเหตุ ด้านการนำส่งสถานพยาบาล ด้านการออกปฏิบัติการของหน่วยแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการขนย้ายลำเลียงและการดูแลระหว่างนำส่ง และด้านการรักษา พยาบาลฉุกเฉิน ณ จุดเกิดเหตุ 2) ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ ต่างกัน พบว่า คิดเห็นของประชาชนที่มีเพศและหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน แต่ประชาชนที่มีอายุ และการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ประชาชน มีข้อเสนอแนะต่อการบริการการแพทย์ ฉุกเฉินขององค์การบริหารส่วนตำบลสว่าง อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีค่าความถี่สูงสุดของแต่ละด้าน ดังนี้ ควรเพิ่มช่องทางในการแจ้งเหตุฉุกเฉินในหลาย ๆ ทาง เพื่อสะดวกในการแจ้งเหตุ ควรจัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ควรเพิ่มจำนวนรถกู้ชีพ เพื่อการออกปฏิบัติการที่ทั่วถึง ควรจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติการของหน่วยกู้ชีพเป็นประจำ ควรจัดส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการฝึกอบรมการเพื่อเพิ่มทักษะ ควรจัดส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการฝึกอบรม ทบทวนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติการการให้บริการ

สรรค์ชัย กิติยานันท์ และคณะ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับคุณภาพการให้บริการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี 2) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ผู้วิจัยเก็บข้อมูลวิธีการสุ่มโดยบังเอิญ ได้ตัวอย่าง จำนวน 278 ชุด โดยใช้หลักเกณฑ์ของการวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดตัวแปรด้วยวิธีเชิงนิรนัย ในการนำแนวคิดจากทฤษฎีต่าง ๆ มาสร้างสมติฐาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ระดับ มีค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติพิสูจน์ตัวแปรเชิงสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และศึกษาคุณภาพการให้บริการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี โดยอาศัยสถิติการวิเคราะห์ค่าที และค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับคุณภาพการให้บริการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความหน้าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ ด้านรูปธรรมของการบริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชา ชั้นปีการศึกษา การขอรับบริการ ไม่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

เกียรติศักดิ์ มาลีหวล (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลท่าตูม อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ และการศึกษา ศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการเทศบาลตำบลท่าตูม อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ การวิจัยแบบเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการงาน จำนวน 367 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้ในวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสถิติ t-test และ F-test ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ

ของเทศบาลตำบลท่าตูม อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณภาพด้านกระบวนการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการประสานงาน ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลท่าตูม อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลท่าตูม อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีเพียง 2 ด้าน ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประสานงาน ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลท่าตูม อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีเพียง 1 ด้าน ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และประชาชนที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลท่าตูม อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัญหา/อุปสรรคในการให้บริการ ได้แก่ปัญหาการติดต่อประสานงานทางโทรศัพท์ เป็นส่วนใหญ่และข้อเสนอแนะในการรับบริการ โดยส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีการตรวจเช็คโทรศัพท์อยู่เสมอหรือควรมีช่องทางการติดต่อที่หลากหลายขึ้น

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ศึกษาความสัมพันธ์คุณภาพการให้บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้รับบริการที่เข้ารับบริการจากโรงพยาบาล ตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป จำนวน 350 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยและใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีการของเพียร์สันเพื่อทดสอบสมติฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์= 0.692) รองลงมา คือ คุณภาพการให้บริการการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.689) ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า มีความสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากทุกด้าน 2) ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการมากที่สุด(ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.682) รองลงมา คือ ความพึงพอใจด้านความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์= 0.676) ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ความพึงพอใจทุกด้าน มีระดับความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำอยู่ในระดับมาก

อิทธิศักดิ์ อักษรเวช (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดมหาสารคาม สาขาบรบือ การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา รวมทั้งข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพ

การให้บริการของสำนักงานที่ดิน จังหวัดมหาสารคาม สาขาบรบือ กลุ่มตัวอย่างที่วิจัย ได้แก่ ประชาชนที่มารับบริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดมหาสารคาม สาขาบรบือ จำนวน 377 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ แล้วสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิและสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อตั้งแต่ .32 ถึง .84 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .84 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) หากพบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี LSD ผลการวิจัย พบว่า 1) ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดมหาสารคาม สาขาบรบือ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดมหาสารคาม สาขาบรบือ จำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา โดยรวมแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3)ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดมหาสารคาม สาขาบรบือ ปรากฏ ดังนี้ เจ้าหน้าที่ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ประชาชนที่มาใช้บริการอย่างทั่วถึงและสำนักงานที่ดินจังหวัดมหาสารคาม สาขาบรบือ ควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมแก่ผู้มารับบริการ

ธมน เครือเนตร (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลเทศบาลเมืองปากช่อง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพการให้บริการ และเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสถานธนานุบาลเทศบาลเมืองปากช่อง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการสถานธนานุบาลเทศบาลเมืองปากช่อง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ t-test, One-Way ANOVA และสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ, ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการจำนำ สิ่งที่นำไปเป็นสินทรัพย์ คือ ทองคำ เหตุผลที่เลือกใช้บริการเนื่องจากขั้นตอนไม่ซับซ้อน ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อทำการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้/เดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนสมาชิกแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุทิน นพเกตุ (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มาติดต่อราชการ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ ปวส. หรืออนุปริญญาตรี และอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน 2 ด้าน คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านความรู้ของพนักงานผู้ให้บริการ รองลงมา คือ ด้านความสะดวกของสถานที่ให้บริการ ด้านคุณภาพของงานบริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการให้บริการมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด การเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน พบว่า ประชาชนผู้ได้รับบริการที่มี เพศ การศึกษา รายได้ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ประชาชนผู้ได้รับบริการที่มีอายุ อาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

กรสุมา สุวัฒนะชัย (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการและการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์เล็กของคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์เล็กอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านความน่าเชื่อถือจนนำไปสู่ความพึงพอใจ คือ การให้บริการที่มีความถูกต้อง รอบคอบ ตรงต่อเวลา และมีความน่าเชื่อถือ

มงคล เถาชาลี (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสัสดีอำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของของสัสดี อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและข้อเสนอแนะอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 198 คน โดยการใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบอาชีพ ระดับการศึกษา และตำบลที่อาศัยอยู่ ใช้สถิติ One-Way ANOVA ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนที่มีระดับการศึกษา และตำบลที่อาศัยอยู่ต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 3) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ได้แก่ ควรมีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ ควรมีการบริการในช่วงพักเที่ยง ควรมีสถานที่ให้บริการที่ความสะอาด ควรมีช่องทางการติดต่อสอบถามที่หลากหลาย

ศิริรักษ์ ภูหิรัญ และกฤษฎา มูฮัมหมัด (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงและค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.963

โดยชุดแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปและสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ในครั้งนี้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบค่าที การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียวและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี พักอาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี เป็นระยะเวลา 15 ปี ขึ้นไปและประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ในด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่พักอาศัย และอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 2) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี พบว่า มีทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการด้านการตอบสนองผู้รับบริการ และด้านความน่าเชื่อถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักศึกษาต่างชาติต่อบริการทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาต่างชาติต่อบริการทาง การศึกษาของมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยใช้แบบวัดคุณภาพการบริการ SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ด้านความเป็นรูปธรรม 2) ด้านความน่าเชื่อถือวางใจได้ 3) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ 5) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาต่างชาติในระดับบัณฑิตศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2561 จำนวน 165 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือหาค่าความเที่ยงตรงโดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งพบว่า แบบสอบถามทั้งชุดมีค่าตั้งแต่ 0.67-1.00 และหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา พบว่า คำถามด้านคุณภาพของการบริการทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีค่าเท่ากับ 0.85 และคำถามด้านความพึงพอใจที่มีต่อการบริการทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยขอนแก่นเท่ากับ 0.86 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบคัดเลือกเข้า ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการที่สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของนักศึกษาต่างชาติ (y) มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (X1) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X2) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (X3) โดยมีค่าอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 59 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ±0.37 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย คือ $y = 2.47 + 0.27 x1 + 0.11 x2 + 0.09 x3$

อิสริยา ใจซื่อ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ และเพื่อทราบข้อเสนอแนะอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 291 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบ เพศ ใช้การทดสอบทีและการการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามเพศ อายุ และชั้นปีการศึกษา มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน 3) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ได้แก่ ควรจัดมีช่องทางการสื่อสารการบริการข้อมูลการศึกษาผ่าน Facebook Page และ Group Line ควรมีการบริการในช่วงพักเที่ยง ควรมีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ ควรมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น คอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย และควรมีสถานที่ให้บริการที่ความสะอาด

วิลาสิณี เจริญ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพในการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพในการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม เมื่อจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลและเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดิน จังหวัดนครพนม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม ในระหว่าง วันที่ 1 ตุลาคม-30 ธันวาคม พ.ศ. 2563 จำนวน 391 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบสมมติฐานด้วยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติ t-test และ F-test ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพในการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.40) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีคุณภาพในการใหบริการในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ( $\overline{X}$ = 4.48) รองลงมา คือ ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ ( $\overline{X}$ = 4.39) ด้านการจัดสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\overline{X}$ = 4.38) และด้านช่องทางการให้บริการ ( $\overline{X}$ = 4.36) ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม เมื่อจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ย/เดือน พบว่า ไม่แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม ได้แก่ 1) ควรพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็วทันต่อกำหนดเวลาพร้อมทั้งแจ้งให้ผู้รับบริการทราบอย่างชัดเจนเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาในการให้บริการ 2) ควรจัดเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถามหรือให้คำปรึกษาไว้ โดยเฉพาะเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้ประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนและออกหน่วยบริการให้คำปรึกษาในพื้นที่ 3) เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ให้บริการควรมีระบบสำรองการทำงานกรณีไฟฟ้าดับ 4) ควรปรับปรุงด้านอาคาร สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำประชาชนและที่จอดรถ

วิรัตน์ ชนะสิมมา (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ กรณีศึกษาตำบลบ้านโคก อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นและความพึงพอใจของประชาชนที่มารับบริการชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นที่มี

ต่อความพึงพอใจของประชาชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มของบุคคลที่ยื่นชำระภาษีท้องถิ่น ประจำปี 2562 จำนวน 276 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis-MRA) ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41-50 ปี การศึกษาระดับประถมศึกษาประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รายได้/เดือน โดยเฉลี่ย 10,001-20,000 บาท และประเภทภาษีที่ชำระมากที่สุด คือ ภาษีบำรุงท้องที่คุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นของเทศบาลตำบลหนองนาคำ ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ และด้านสิ่งที่จับต้องได้ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของประชาชนที่มารับบริการชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านโครงสร้างภาษี ในภาพรวม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และพบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ตัว สามารถร่วมกันส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ ได้ร้อยละ36.40

สุวรรณี เย็นรักศรี (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สาขาปราณบุรี การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สาขาปราณบุรี 2) ระดับปัจจัยในการให้บริการของสำนักงานที่ดิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สาขาปราณบุรี 3) ความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล ระหว่างปัจจัยในการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สาขาปราณบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่มาใช้บริการ ณ สำนักงานที่ดินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สาขาปราณบุรี จำนวน 138 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สาขาปราณบุรี ในภาพรวมมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ 2) ปัจจัยในการให้บริการของสำนักงานที่ดิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สาขาปราณบุรี พบว่า ในภาพรวมมีการให้บริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการให้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ ดังนี้ ความเชื่อมั่นของบุคลากรในการให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการประเภทของการให้บริการ ระเบียบกฎหมาย และสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ปัจจัยในการให้บริการ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สาขาปราณบุรี เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยในการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สาขาปราณบุรี ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านประเภทของการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความเชื่อมั่นการให้บริการ และด้านระเบียบกฎหมาย มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สาขาปราณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

สิทธิกร สมบูรณ์พร้อม (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลและ 3) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนผู้ใช้บริการสำนักทะเบียนอำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.784 และแบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการ ของสำนักทะเบียนอำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความเข้าใจและการรับรู้ความต้องการและด้านภาพลักษณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.48) 2) คุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย/เดือน ภาพรวมไม่แตกต่างกัน จำแนกตามประเภทการรับบริการ ภาพรวมมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม ได้แก่ นายอำเภอ ปลัดอำเภอ ควรกำกับ ดูแล และกำกับให้เจ้าหน้าที่ เอาใจใส่ในการแก้ไขปัญหาพร้อมที่จะให้คำแนะนำแก่ประชาชนผู้มาใช้บริการอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค ควรจัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือและเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่ผู้มารับบริการให้มีความพร้อมกับการให้บริการและเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ควรมีการจัดสภาพแวดล้อมให้มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยที่เหมาะสมกับการให้บริการ และตรวจสอบกระบวนการและขั้นตอนในการทำงานเพื่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการให้บริการให้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

กาญจนา คำตัน (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดิน กรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ และ 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ ตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มารับบริการ ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร คือ ประชาชนผู้มารับบริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานครสาขาบางกะปิ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 375 คน โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ ทาโร่ ยามาเน่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่าง โดยใช้สถิติแบบ F-test ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ โดยภาพรวมและในรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ รองลงมา คือ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา และด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ตามลำดับ 2) อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้/เดือน ที่แตกต่างกันมีความเห็นคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ ไม่แตกต่างกัน

กุลนิดา กูลระวัง (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กรณีศึกษาเส้นทางการบินน่าน การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 2) วิเคราะห์คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ ในเส้นทางการบินน่าน การศึกษานี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร ได้แก่ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ ในเส้นทางการบินน่าน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน คำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ จำนวน 400 คน วิธีเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้โดยสารที่มีอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ย/เดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในบริการ ด้านการตอบสนองในการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการสร้างความเชื่อมั่น และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และร่วมกันอธิบายความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินไทยไลอ้อนแอร์เส้นทางการบินจังหวัดน่าน ได้ร้อยละ 60.30

ณัฐวุฒิ สุขเกษม (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลนครขอนแก่น โดยมุ่งวิเคราะห์ความแตกต่างในการประเมินคุณภาพบริการของประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการประเมินคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการให้บริการของเทศบาลนครขอนแก่น มีมาตรฐานเดียวกันสำหรับผู้รับบริการทุกกลุ่ม โดยไม่คำนึงถึงระดับการศึกษา อันเป็นผลจากการที่หน่วยงานได้พัฒนาแนวทางการบริการภายใต้หลักความเสมอภาค (Equity) และความเท่าเทียม (Equality in Service Delivery) อย่างเป็นรูปธรรมหน่วยงานเทศบาลนครขอนแก่นให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากร โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการที่ได้รับการอบรมเกี่ยวกับหลักจิตบริการ (Service Mind) และแนวทางการให้บริการประชาชนอย่างมีคุณภาพตามมาตรฐานของกระทรวงมหาดไทย โดยเน้นการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเข้าใจผู้รับบริการทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูงหรือมีการศึกษาน้อย เจ้าหน้าที่ต้องให้คำแนะนำอย่างชัดเจน สุภาพ และเข้าใจง่าย เพื่อให้ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างเท่าเทียม ซึ่งเป็นแนวทางการบริการที่สะท้อนถึงการบริหารภาครัฐแนวใหม่ (New Public Service: NPS) ที่เน้นการรับใช้ประชาชน (Serving Citizens) มากกว่าการควบคุมหรือบริหารในเชิงอำนาจตามระบบราชการแบบเดิม

ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานปกครอง 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานปกครอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานปกครอง เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการหน่วยงานปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยสุ่มแบบตามความสะดวก จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม จำนวน 34 ข้อ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน การทดสอบค่า t-test F-test และ Multiple Regression Analysis ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการหน่วยงานปกครอง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานปกครอง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน ในขณะที่เพศต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และ 3) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองผู้ใช้บริการ ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้ใช้บริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01

เยาวธิดา สุริจักหงส์ (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของเทศบาลตำบลแก่นฝาง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลแก่นฝาง 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของเทศบาลตำบลแก่นฝาง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น ใช้ตัวอย่างจำนวน 370 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้นำตัวแปรอิสระเข้าสู่สมการ พยากรณ์ด้วยวิธีการ Enter (Enter Method) ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลแก่นฝาง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ ความพึงพอใจในการให้บริการของเทศบาลตำบลแก่นฝาง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ประกอบด้วย ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านช่องทางการให้บริการ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความความพึงใจในการให้บริการของเทศบาลตำบลแก่นฝาง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น พบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความความพึงใจในการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 คุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจการให้บริการ ได้ร้อยละ 85.30 ($R^2$ =0.853) ซึ่งทำให้เห็นว่าการให้บริการของเทศบาลตำบลแก่นฝางมีกระบวนการให้บริการที่สอดคล้องกันกับความต้องการให้บริการของประชาชนในเขตพื้นที่ให้บริการ

ขวัญสุดา สุทธิแสน (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการประชาชนของสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมจังหวัดน่าน การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการประชาชนของสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดน่าน 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างหลักสังคหวัตถุธรรมกับคุณภาพการให้บริการประชาชนของสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดน่าน 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนตามหลักสังคหวัตถุธรรมของสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดน่าน เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 309 คน วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูล สำคัญ จำนวน 10 รูปหรือคน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบ

บริบท ผลการศึกษา พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการประชาชนของสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดน่าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ความสัมพันธ์ระหว่างหลักสังคหวัตถุ 4 กับคุณภาพการให้บริการประชาชน ของสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดน่าน โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ประชาชนของสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดน่าน พบว่า มีแนวทาง ดังนี้ 1) การให้บริการ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตอย่างเท่าเทียมกัน 2) การให้บริการด้วยความพร้อม ตรงต่อเวลา รวดเร็ว ตามขั้นตอน ด้วยความถูกต้องตามระเบียบกฎหมาย 3) การให้บริการเพียงพอ มีความพร้อมของวัสดุอุ ปกรณ์ 4) การให้บริการอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง ด้วยความเต็มใจ เอาใจใส่ทุกขั้นตอน 5) การพัฒนาระบบ การให้บริการทันต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ลดระยะเวลาในการขอรับบริการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

จิราภรณ์ วงศ์วัฒน์ (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารของรัฐ โดยมุ่งวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ จำแนกตามช่วงอายุ เพื่อพิจารณาว่าปัจจัยด้านอายุมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการหรือไม่ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มลูกค้าทุกช่วงอายุไม่ว่าจะเป็นวัยหนุ่มสาว วัยทำงาน หรือวัยสูงอายุ มีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความมีมาตรฐานเดียวกันในการให้บริการของธนาคารของรัฐ และความเป็นกลางในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่โดยไม่เลือกปฏิบัติตามช่วงอายุของลูกค้า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าทุกช่วงอายุไม่แตกต่างกันเกิดจากการที่พนักงานของธนาคารทุกคนได้รับการฝึกอบรมตามหลักสูตรมาตรฐานด้านการบริการ (Standardized Service Training Program) ที่มุ่งเน้นการสร้างจิตบริการ (Service Mind) ความโปร่งใส (Transparency) และความเป็นธรรม (Fairness) ในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการให้ข้อมูล การให้คำปรึกษาทางการเงินและการจัดการธุรกรรม ซึ่งต้องดำเนินการอย่างรอบคอบ ชัดเจน และตรวจสอบได้ การดำเนินงานในลักษณะนี้ช่วยให้ลูกค้าในทุกกลุ่มอายุได้รับประสบการณ์การบริการที่มีคุณภาพเท่าเทียมกันส่งผลให้การประเมินคุณภาพโดยรวมไม่แตกต่างกันในมุมมองของการบริหารเชิงคุณภาพ จิราภรณ์ได้ชี้ว่าธนาคารของรัฐมีบทบาทที่แตกต่างจากธนาคารพาณิชย์เอกชนตรงที่มุ่งเน้น ภารกิจเพื่อสังคม (Social Mission) และการให้บริการทางการเงินเพื่อประชาชนทุกระดับรายได้และทุกช่วงอายุ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีข้อจำกัดทางเศรษฐกิจ ธนาคารจึงต้องรักษามาตรฐานบริการที่สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ในมิติของ ความเสมอภาค (Equity) และ ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและลดความเหลื่อมล้ำทางการเงินในสังคม

นวพร พันธุ์ประสิทธิ์ (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในจังหวัดขอนแก่นระหว่างสถานธนานุบาลของรัฐและเอกชน โดยมุ่งวิเคราะห์ความแตกต่างด้านการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการในแต่ละมิติ ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการสถานธนานุบาลของรัฐมีความพึงพอใจในภาพรวมสูงกว่าเอกชน โดยเฉพาะในด้านความเอาใจใส่ (Empathy) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการบริการที่มีคุณภาพตามแนวคิด SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ที่เน้นว่าความเอาใจใส่และความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของลูกค้าโดยตรง ในด้านความเอาใจใส่ (Empathy) พบว่าเจ้าหน้าที่ของสถานธนานุบาลภาครัฐมักแสดงพฤติกรรมการบริการที่เป็นมิตร

ให้เกียรติผู้ใช้บริการ และมีความเข้าใจต่อสภาพปัญหาทางเศรษฐกิจของลูกค้า เช่น การอธิบายขั้นตอนการรับจำนำอย่างละเอียด หรือให้คำแนะนำในการไถ่ถอนทรัพย์สินอย่างเป็นธรรม การปฏิบัติเช่นนี้ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการได้รับความดูแลเอาใจใส่ในฐานะ “ประชาชนผู้มาขอรับบริการ” มากกว่าการเป็นเพียง “ผู้ใช้บริการทั่วไป” ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมการบริการภาครัฐที่มุ่งเน้นความเท่าเทียมและคุณธรรมในการดำเนินงานในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) สถานธนานุบาลของรัฐมีระบบการบริหารจัดการที่ชัดเจน โปร่งใส และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทำให้ลูกค้ารับรู้ว่ามีมาตรฐานในการดำเนินงานที่มั่นคงและตรวจสอบได้ อีกทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐมักปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับอย่างเคร่งครัด ไม่เลือกปฏิบัติ และไม่มีแรงจูงใจทางผลประโยชน์ส่วนตน ส่งผลให้ลูกค้ามีความไว้วางใจในกระบวนการให้บริการมากกว่าการใช้บริการจากสถานธนานุบาลเอกชน ซึ่งบางแห่งอาจมุ่งเน้นผลกำไรมากกว่าการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย

นันทวุฒิ เถาถวิล (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการของศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการของศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการของศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ และรายได้เฉลี่ย/เดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้รับบริการศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติที่แตกต่างกัน และคุณภาพด้านการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการและปัจจัยด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พุธิตา พรหมภู่ (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการต่อผู้โดยสารของสายการบินที่ใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติ มีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการต่อผู้โดยสารของสายการบินที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อผู้โดยสารของสายการบินที่ใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานนานาชาติต่อผู้โดยสารของสายการบิน เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการจากสายการบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติด้วยการสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้โดยสารจากสายการบินที่ใช้บริการของท่าอากาศยานนานาชาติแห่งหนึ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 อายุระหว่าง 21–30 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0

การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 121 คน ร้อยละ 34 ความถี่ในการใช้บริการท่าอากาศยาน 1–2 ครั้ง/ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ใช้บริการท่าอากาศยานเพื่อโดยสารเครื่องบินขาเข้าและขาออก จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 เลือกใช้บริการท่าอากาศยานมีสายการบินให้เลือกใช้บริการหลากหลาย จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการท่าอากาศยาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการท่าอากาศยาน ผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยาน ในภาพรวมส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการท่าอากาศยาน คิดเป็นร้อยละ 63.9 เมื่อพิจารณาคุณภาพการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัย ทั้ง 5 ด้าน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานอยู่ในระดับสูง

ยุพดี บัวแดง (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามกับผู้มารับบริการที่สถานธนานุบาลของเทศบาลฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563-2565 จำนวนทั้งสิ้น 58,327 ราย และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane จำนวน 398 คน แต่คณะผู้วิจัยขอใช้ 399 คน เพื่อความเท่าเทียมในการแจกแบบสอบถามกับผู้มารับบริการที่สถานธนานุบาล สังกัดเทศบาลนครนครสวรรค์ จำนวน 3 แห่ง ได้กลุ่มตัวอย่างแห่งละ 133 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ผลการวิจัย พบว่า ผู้มารับบริการที่สถานธนานุบาลของเทศบาล มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลนครนครสวรรค์ ทั้ง 3 แห่ง เป็นอย่างมาก และมีการแนะนำโปรโมชั่นการลดอัตราดอกเบี้ยได้ชัดเจน

ศุภกิจ มโนวราภรณ์ (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยมุ่งเน้นวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่อาจส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ ผลการวิจัย พบว่า ระดับรายได้ของผู้รับบริการไม่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลไม่ได้ขึ้นอยู่กับฐานะทางเศรษฐกิจหรือรายได้ส่วนบุคคล แต่เกิดจากการรับรู้ต่อมาตรฐานการบริการขององค์กรที่ยึดหลัก “ความเสมอภาค” (Equality of Service) และ “ความเป็นธรรม” (Fairness in Public Service) ที่เป็นหัวใจสำคัญของการบริหารงานภาครัฐในเชิงวิเคราะห์ ศุภกิจ อธิบายว่า การให้บริการของเทศบาลนครเชียงใหม่มีลักษณะเป็น บริการเพื่อสาธารณะ (Public Service) ที่ดำเนินงานบนพื้นฐานของพันธกิจเพื่อประโยชน์ส่วนรวม ไม่ใช่เพื่อผลกำไร ดังนั้นเจ้าหน้าที่ภาครัฐจึงให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ครอบคลุมทุกกลุ่มประชาชนอย่างเท่าเทียม ไม่ว่าจะมีรายได้มากหรือน้อย ผู้รับบริการทุกคนจะได้รับการดูแลด้วยมาตรฐานเดียวกัน ทั้งในด้านคุณภาพการให้ข้อมูลความรวดเร็ว ความสุภาพ และความโปร่งใสของกระบวนการ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของระบบราชการที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อประชาชนในฐานะ “ผู้เสียภาษี” และ “ผู้มีสิทธิ์ได้รับบริการจากรัฐ” ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะระดับท้องถิ่นอย่างเทศบาลได้พัฒนาระบบการบริหารงานที่มุ่งเน้น

หลักธรรมาภิบาล (Good Governance) โดยเฉพาะในมิติของความเสมอภาค (Equity) และความโปร่งใส (Transparency) ซึ่งทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นและพึงพอใจต่อการบริการในระดับสูง

ไทยวัน ศิริมา (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการไปรษณีย์ จังหวัดอุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของไปรษณีย์ จังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของไปรษณีย์ จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน และประเภทการบริการ งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 370 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน (Proportionate Stratified Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .952 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และการทดสอบค่า F ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการของไปรษณีย์จังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ และด้านการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจในการให้บริการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ ตามลำดับ 2) ผลการเปรียบเทียบ คุณภาพการให้บริการของไปรษณีย์ จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน และประเภทการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการของไปรษณีย์ จังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ การศึกษาต่างกันเห็นว่าระดับคุณภาพการให้บริการของไปรษณีย์ จังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการให้ความมั่นในในการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้ประเภทการบริการแตกต่างกัน เห็นว่าระดับคุณภาพการให้บริการทั้งในภาพรวมและรายด้าน ด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจในการให้บริการ และด้านการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ อาชีพ รายได้/เดือนต่างกัน เห็นว่าระดับคุณภาพการให้บริการของไปรษณีย์ จังหวัดอุบลราชธานี ทั้งในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน ด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจในการให้บริการ และด้านการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการไม่แตกต่างกัน

พีรวิชญ์ ลีวัฒนาพงศ์ (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอ ในจังหวัดร้อยเอ็ด การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอ ในจังหวัดร้อยเอ็ด 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอ ในจังหวัดร้อยเอ็ดจำแนกตามเพศ อายุ สภานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ประเภทการรับบริการ และระยะทางในการเดินทางมาใช้บริการ 3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะ มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 389 คน ตามสูตรของทาโร ยามาเน่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าสถิติ

ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแทนค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบการมีส่วนร่วม จำแนกตามเพศ และสถานะภาพ ใช้สถิติ t-test และจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ประเภทการรับบริการและระยะทางในการเดินทางมาใช้บริการใช้สถิติ One-Way ANOVA ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอ ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามเพศ อายุ สถานะภาพ อาชีพ ประเภทการรับบริการและระยะทางในการเดินทางมาใช้บริการที่ต่างกัน มีความคิดเห็น ต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนจำแนกตามระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ข้อเสนอแนะ ประกอบด้วย 3.1) ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ควรให้บริการด้วยความรวดเร็ว เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยและแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว 3.2) ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ควรให้บริการตามลำดับคิว การให้บริการโดยเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ 3.3) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ตรงจุด ควรสนองความต้องการของประชาชนผู้รับบริการได้ตรงต่อความต้องการ มีความพร้อมที่จะให้บริการได้ทันทีที่ได้รับการร้องขอ 3.4) ด้านความน่าเชื่อถือ ควรให้เจ้าหน้าที่แต่งกายสะอาด เรียบร้อย และถูกกาลเทศะ มีความเป็นมืออาชีพ 3.5) ด้านภาพลักษณ์ ควรรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่มีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการให้บริการ

พีรพัฒน์ อภัยกาวี (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ เมื่อจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชน ที่มาร้องเรียนร้องทุกข์ หรือมาใช้บริการศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ใช้วิธีการสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบเจาะจง และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.06) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีคุณภาพ การให้บริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความเห็นอกเห็นใจต่อผู้มารับบริการ ( $\overline{X}$ = 4.18) รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ( $\overline{X}$ = 4.12) และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้มารับบริการ ( $\overline{X}$ = 4.05) ตามลำดับ คุณภาพการให้บริการของศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ เมื่อจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย/เดือน พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ในภาพรวมทุกด้าน ไม่มีความแตกต่างกัน ข้อเสนอแนะของประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ มีความคิดเห็นว่าควรมีการปรับปรุงป้ายประชาสัมพันธ์ให้สามารถเห็นได้ชัดเจน มีขนาดใหญ่ เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องให้บริการ

เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วขึ้นและเปิดช่องทางที่หลากหลายให้ประชาชนที่มาใช้บริการได้ถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็นต่อการให้บริการ

**2.5.2 งานวิจัยต่างประเทศ**

Kassim and Abdullah (2022) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสถาบันการเงินในประเทศมาเลเซีย พบว่า ลูกค้ามีแนวโน้มให้คะแนนความพึงพอใจต่อหน่วยงานของรัฐสูงกว่าเอกชน โดยเฉพาะในด้านความโปร่งใส ความเป็นธรรม และความน่าเชื่อถือของข้อมูลการสื่อสาร ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นในมาตรฐานการกำกับดูแลของรัฐและจรรยาบรรณของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผลการวิจัยทั้งสองสอดคล้องกันในประเด็นที่ว่า “ความโปร่งใสและความเป็นธรรมของการให้บริการ” คือ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประชาชนเกิดความไว้วางใจต่อหน่วยงานของรัฐมากกว่าเอกชนและเป็นองค์ประกอบที่สะท้อนถึงบทบาทของภาครัฐในการคุ้มครองผู้บริโภคและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในสังคม นอกจากนี้ยังสามารถตีความได้ว่าการที่สถานธนานุบาลของรัฐมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านความเอาใจใส่และความน่าเชื่อถือ ยังสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินงานภายใต้หลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ซึ่งเน้นความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการให้บริการอย่างเป็นธรรม โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนทางเศรษฐกิจของประชาชนมากกว่าการแสวงหากำไร ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่แตกต่างจากการดำเนินงานของภาคเอกชนที่ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพทางธุรกิจและผลตอบแทนทางการเงินเป็นหลัก

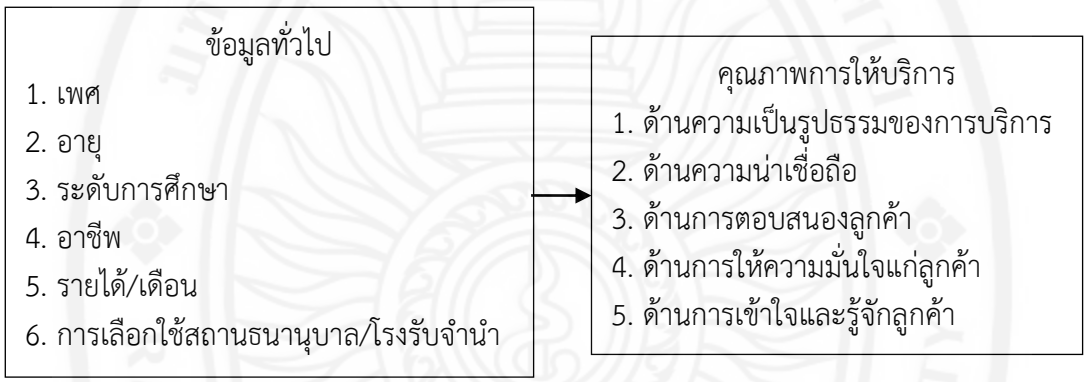
Mahmood and Hassan (2022) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าในองค์กรสาธารณะของประเทศมาเลเซีย พบว่า ปัจจัยด้านอายุไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการประเมินคุณภาพบริการโดยรวมเช่นกัน โดยผู้วิจัยอธิบายว่าการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าในองค์กรภาครัฐไม่ได้ขึ้นอยู่กับช่วงอายุของผู้ใช้บริการแต่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการใช้บริการ (Service Experience) และความคุ้นชินกับระบบบริการ (Familiarity With Service System) มากกว่า กล่าวคือ ลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการติดต่อกับหน่วยงานบ่อยครั้งจะสามารถเข้าใจขั้นตอนการให้บริการได้ดีและมีความคาดหวังที่เหมาะสมต่อการให้บริการของรัฐ จึงมีแนวโน้มประเมินคุณภาพบริการในระดับที่ค่อนข้างคงที่ ไม่ว่าตนจะอยู่ในช่วงอายุใดก็ตาม เมื่อนำผลการวิจัยทั้งสองประเทศมาเปรียบเทียบ พบว่า มีลักษณะร่วมกันในเชิงระบบการบริหารภาครัฐที่มุ่งเน้นมาตรฐานการบริการเดียวกันสำหรับทุกกลุ่มประชากร (Standardized Public Service for All) ซึ่งเป็นแนวทางที่อยู่บนหลักความเท่าเทียมทางสังคม (Social Equality) และการบริหารเพื่อประชาชน (Citizen-Oriented Administration) โดยมีการกำหนดแนวทางการทำงานของพนักงานให้ยึดหลักความสุภาพ ความโปร่งใส และการสื่อสารที่ชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าทุกคนรู้สึกว่าตนได้รับการบริการด้วยความเคารพและความเป็นธรรม

Pham Tran and Nguyen (2024) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการภาครัฐในประเทศเวียดนาม โดยเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งกลุ่มที่มีการศึกษาสูงและต่ำมีการรับรู้คุณภาพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สาเหตุเนื่องจากระบบการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐในเวียดนามมีลักษณะเป็นระบบราชการแบบรวมศูนย์ที่ใช้มาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ ทั้งในด้านขั้นตอนการให้บริการ การจัดคิว การให้ข้อมูลและการตรวจสอบคุณภาพ โดยมีหน่วยงานกำกับดูแล (Supervisory Agencies) ทำหน้าที่ตรวจสอบความโปร่งใสและมาตรฐานการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เมื่อเปรียบเทียบทั้งสองกรณี

จะเห็นได้ว่าทั้งประเทศไทยและเวียดนามมีลักษณะร่วมในเชิงบริหาร คือ การพัฒนาระบบบริการสาธารณะที่มีมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในระบบราชการและลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการของประชาชน แม้ว่าทั้งสองประเทศจะมีความแตกต่างด้านโครงสร้างการบริหาร แต่ต่างก็ยึดหลัก “บริการด้วยมาตรฐานเดียวกันสำหรับทุกคน” (Uniform Standard of Public Service) ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญของหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) โดยเฉพาะในมิติของความโปร่งใส (Transparency) ความรับผิดชอบ (Accountability) และความเสมอภาค (Equity)

## 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังนี้




**ภาพที่ 2.2** กรอบแนวคิดในการวิจัย

# บทที่ 3
# วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัย ได้ดำเนินการวิจัย ไว้ตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

## 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรายละเอียด ดังนี้

**3.1.1 ประชากร** ได้แก่ ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ทั้งสิ้น 65,900 ราย (เทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม, 2567)

**3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 398 คน โดยการใช้สูตรหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ (Yamane, 1973, p. 727) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \qquad (3\text{-}1)$$

กำหนดให้ N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด

n แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

e แทน ค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ กำหนดให้ไม่เกิน .05

แทนค่าในสูตรได้

$$\text{แทนค่า } n = \frac{65,900}{1 + 65,900(.05)^2}$$

$n = 397.58$ คน

จำนวนเต็ม คือ $n = 398$ คน

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการบูรณาการจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน และการเลือกใช้สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำ

**ตอนที่ 2** เป็นคำถามคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีระดับให้เลือกตอบ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

**ตอนที่ 3** เป็นคำถามแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม มีลักษณะเป็นปลายเปิด

### 3.2.2 การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

3.2.2.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสารตำรา และงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อกำหนดประเด็นต่าง ๆ แล้วกำหนดเป็นข้อคำถามในการสร้างเครื่องมือให้ครอบคลุมเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด และนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมกับการศึกษาครั้งนี้

3.2.2.2 กำหนดขอบเขตคำถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิด วัตถุประสงค์และองค์ประกอบที่ทำให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม แล้วนำไปใช้เป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

3.2.2.3 ร่างแบบสอบถาม นำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเที่ยงตรงในเนื้อหาและข้อเสนอแนะที่จะจัดทำเป็นต้นฉบับของแบบสอบถาม ซึ่งคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตั้งข้อคำถามให้ตรงกับนิยามศัพท์เฉพาะและสอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัย

3.2.2.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบและแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหา การใช้ภาษา และด้านการวัดและประเมินผล เพื่อตรวจสอบข้อคำถามหรือข้อความแต่ละข้อ และครอบคลุมเนื้อหาตามที่ต้องการศึกษาหรือไม่เป็นตัวแทนของเนื้อหาทั้งหมดที่ต้องการให้ถามหรือไม่ รวมถึงความสอดคล้องตามคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์โดยใช้วิธีหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดค่า ดังนี้

+1 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
0 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

1) นายสันบัติ สันคำ วุฒิการศึกษา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รป.ม.) ตำแหน่ง ผู้จัดการสถานธนานุบาลเทศบาลเมืองมหาสารคาม เป็นผู้ด้านเชี่ยวชาญด้านการใช้ภาษาและความถูกต้องของข้อมูล

2) ดร.สุวิมล สมไชย วุฒิการศึกษา การศึกษามหาบัณฑิต (กศ.ม.) สาขาวิชาภาษาไทย ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาลัยศาสนศาสตร์ยโสธร เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา

3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ สิงหเลิศ วุฒิการศึกษา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาประชากรศาสตร์ ตำแหน่ง อาจารย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านวัดผลและประเมินผล

3.2.2.5 หากการประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 หมายความว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง สอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์

3.2.2.6 นำข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67-1.00 ไปทดลองใช้กับประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

3.2.2.7 การค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ทั้งฉบับ โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach, 1970) แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น .890

3.2.2.8 นำแบบสอบถามที่ได้จัดพิมพ์เป็นฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปเก็บข้อมูลต่อไป

## 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนทุกด้าน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.3.1 ขอหนังสือรับรองและแนะนำตัวผู้วิจัยจากคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ประสานขอความร่วมมือถึงผู้จัดการสถานธนานุบาลเทศบาลเมืองมหาสารคาม เพื่อขอความอนุเคราะห์และอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.2 ดำเนินการแจกแบบสอบถามโดยผู้วิจัยดำเนินการด้วยตัวเอง โดยผู้วิจัยได้อธิบายขั้นตอนและวิธีการเก็บรวบรวมให้แก่ผู้ช่วยวิจัยให้เข้าใจก่อนและเก็บข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่าง

3.3.3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามเวลาที่กำหนดไว้

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนจากกลุ่มตัวอย่าง มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.3.5 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์แล้วไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

## 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

3.4.2 ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามแต่ละฉบับที่ได้รับคืน

3.4.3 ลงรหัสในแบบสอบถาม ตามแบบการลงรหัส (Coding Form) (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 5 คะแนน

ระดับความคิดเห็นมาก 4 คะแนน

ระดับความคิดเห็นปานกลาง 3 คะแนน

ระดับความคิดเห็นน้อย 2 คะแนน

ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด 1 คะแนน

3.4.4 นำแบบสอบถามไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยกำหนดใช้ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556, น. 103)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

## 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.5.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.5.2 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่

3.5.3.1 จำแนกตามเพศ และและการเลือกใช้สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำใช้สถิติ Independent Samples t-test

3.5.3.2 จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้/เดือน ใช้สถิติ One-Way ANOVA F-test

3.5.4 การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ใช้การแจกแจงความถี่จากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอโดยการพรรณนาความ

# บทที่ 4
# ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำเสนอข้อมูลด้วยตาราง ประกอบด้วย การอธิบายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย
2. ลำดับการนำเสนอผลการวิจัย
3. ผลการวิจัย

## 4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมายจากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

| | | |
|---|---|---|
| N | แทน | จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย |
| $\overline{X}$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean) |
| S.D. | แทน | ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) |
| SS | แทน | ผลรวมของค่าความเบี่ยงเบน (Sum of Squares) |
| MS | แทน | ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบน (Mean of Squares) |
| F | แทน | สถิติทดสอบที่ใช้ในการพิจารณา (F-Distribution) |
| $df$ | แทน | ระดับความเป็นอิสระ (Degree of Freedom) |
| Sig. | แทน | ค่าสำคัญทางสถิติทดสอบ |

## 4.2 ลำดับการนำเสนอผลการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้ลำดับการนำเสนอผลการวิจัย ไว้ดังนี้

**ตอนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตอนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

**ตอนที่ 3** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน และการเลือกใช้ สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำ

**ตอนที่ 4** ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

## 4.3 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**ตอนที่ 1** วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 398 คน ปรากฏผลดังแสดงในตารางที่ 4.1

**ตารางที่ 4.1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อ | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|---|
| 1. | เพศ | | |
| 1.1 | ชาย | 175 | 43.97 |
| 1.2 | หญิง | 223 | 56.03 |
| | รวม | 398 | 100 |
| 2. | อายุ | | |
| 2.1 | ต่ำกว่า 25 ปี | 34 | 8.54 |
| 2.2 | 25-35 ปี | 68 | 17.09 |
| 2.3 | 36-45 ปี | 123 | 30.90 |
| 2.5 | 46-55 ปี | 117 | 29.40 |
| 2.5 | 55 ปีขึ้นไป | 56 | 14.07 |
| | รวม | 398 | 100 |
| 3. | ระดับการศึกษา | | |
| 3.1 | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 192 | 48.24 |
| 3.2 | ปริญญาตรี | 174 | 43.72 |
| 3.3 | สูงกว่าปริญญาตรี | 32 | 8.04 |
| | รวม | 398 | 100 |
| 4. | ตำแหน่ง | | |
| 4.1 | นักเรียน/นักศึกษา | 71 | 17.84 |
| 4.2 | รับจ้างทั่วไป | 78 | 19.60 |
| 4.3 | พนักงานเอกชน | 64 | 16.08 |
| 4.4 | เกษตรกร | 59 | 14.82 |
| 4.5 | รับราชการ | 20 | 5.03 |
| 4.6 | รัฐวิสาหกิจ | 37 | 9.30 |

(ต่อ)

**ตารางที่ 4.1 (ต่อ)**

| ข้อ | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|---|
| 4.7 | ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 69 | 17.34 |
| | รวม | 398 | 100 |
| 5. | รายได้/เดือน | | |
| 5.1 | ไม่เกิน 10,000 บาท/เดือน | 214 | 53.77 |
| 5.2 | 10,000-20,000 บาท/เดือน | 109 | 27.39 |
| 5.3 | 20,000 บาทขึ้นไป/เดือน | 75 | 18.84 |
| | รวม | 398 | 100 |
| 6. | การเลือกใช้สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำ | | |
| 6.1 | ธนานุบาล (ภาครัฐ) | 185 | 46.48 |
| 6.2 | โรงรับจำนำ (ภาคเอกชน) | 213 | 53.52 |
| | รวม | 398 | 100 |

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 398 คน

1. ด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 56.03 และเพศชาย จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.97

2. ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่อายุ 36-45 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90 รองลงมา คือ อายุ 46-55 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 อายุ 25-35 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.09 อายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.07 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.54

3. ด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.24 รองลงมา คือ ปริญญาตรี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.72 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.04

4. ด้านตำแหน่ง พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.84 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.34 พนักงานเอกชน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.08 เกษตรกร จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.82 รัฐวิสาหกิจ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 และรับราชการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.03

5. ด้านรายได้/เดือน พบว่า ส่วนใหญ่รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท/เดือน จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.77 รองลงมา คือ รายได้ 10,000-20,000 บาท/เดือน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.39 รายได้ 20,000 บาทขึ้นไป/เดือน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.84

6. ด้านการเลือกใช้สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการโรงรับจำนำ (ภาคเอกชน) จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.52 และใช้บริการธนานุบาล (ภาครัฐ) จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.48

**ตอนที่ 2** วิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

**ตารางที่ 4.2** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

| ข้อ | คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม | ระดับคุณภาพการให้บริการ | | แปลผล | อันดับ |
|---|---|---|---|---|---|
| | | $\overline{X}$ | S.D. | | |
| 1. | ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ | 3.81 | 0.87 | มาก | 1 |
| 2. | ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ | 3.66 | 0.63 | มาก | 4 |
| 3. | ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ | 3.71 | 0.85 | มาก | 2 |
| 4. | ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า | 3.70 | 0.74 | มาก | 3 |
| 5. | ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า | 3.64 | 0.78 | มาก | 5 |
| โดยรวม | | 3.70 | 0.77 | มาก | - |

จากตารางที่ 4.2 ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ( $\overline{X}$ = 3.81) รองลงมา คือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ( $\overline{X}$ = 3.71) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.70) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ( $\overline{X}$ = 3.66) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.64) ตามลำดับ

1. ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายด้าน และรายข้อ

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

**ตารางที่ 4.3** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

| ข้อ | ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
|---|---|---|---|---|
| 1. | สถานที่ให้บริการมีความสะอาดและเป็นระเบียบอย่างน่าพึงพอใจ | 3.82 | 0.88 | มาก |
| 2. | อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานที่จัดเตรียมไว้ มีคุณภาพสูง และพร้อมใช้งานอยู่เสมอ | 3.70 | 0.80 | มาก |
| 3. | ป้ายประกาศและเอกสารต่าง ๆ มีความชัดเจน สะอาดและเข้าถึงง่าย | 3.77 | 0.90 | มาก |
| 4. | สภาพแวดล้อมและการตกแต่งของสถานที่ให้บริการสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ | 3.90 | 0.91 | มาก |
| 5. | การจัดแสดงและการจัดวางสิ่งของในสถานที่ให้บริการช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า | 3.85 | 0.87 | มาก |
| | โดยรวม | 3.81 | 0.87 | มาก |

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.81) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ สภาพแวดล้อมและการตกแต่งของสถานที่ให้บริการสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ ( $\overline{X}$ = 3.90) รองลงมา คือ การจัดแสดงและการจัดวางสิ่งของในสถานที่ให้บริการช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.85) สถานที่ให้บริการมีความสะอาด และเป็นระเบียบอย่างน่าพึงพอใจ ( $\overline{X}$ = 3.82) ป้ายประกาศและเอกสารต่าง ๆ มีความชัดเจน สะอาด และเข้าถึงง่าย ( $\overline{X}$ = 3.77) และอุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานที่จัดเตรียมไว้มีคุณภาพสูงและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ ( $\overline{X}$ = 3.70) ตามลำดับ

1.2 ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ

**ตารางที่ 4.4** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ

| ข้อ | ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
|---|---|---|---|---|
| 1. | การบริการถูกส่งมอบตามเวลาที่กำหนดและสอดคล้องกับที่ได้สัญญาไว้ | 3.70 | 0.80 | มาก |
| 2. | ข้อมูลและคำแนะนำจากพนักงานมีความถูกต้องและมีความสม่ำเสมอ | 3.56 | 0.84 | มาก |
| 3. | พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ | 3.82 | 0.87 | มาก |
| 4. | ระบบการจัดเก็บและเข้าถึงข้อมูลลูกค้ามีความปลอดภัยและสามารถใช้งานได้อย่างรวดเร็ว | 3.58 | 0.92 | มาก |
| 5. | จำนวนพนักงานมีความเพียงพอต่อความต้องการในการให้บริการของลูกค้า | 3.50 | 0.84 | มาก |
| โดยรวม | | 3.66 | 0.63 | มาก |

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.66) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ( $\overline{X}$ = 3.82) รองลงมา คือ การบริการถูกส่งมอบตามเวลาที่กำหนดและสอดคล้องกับที่ได้สัญญาไว้ ( $\overline{X}$ = 3.70) ระบบการจัดเก็บและเข้าถึงข้อมูลลูกค้ามีความปลอดภัยและสามารถใช้งานได้อย่างรวดเร็ว ( $\overline{X}$ = 3.58) ข้อมูลและคำแนะนำจากพนักงานมีความถูกต้องและมีความสม่ำเสมอ ( $\overline{X}$ = 3.56) จำนวนพนักงานมีความเพียงพอต่อความต้องการในการให้บริการของลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.50) ตามลำดับ

1.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

**ตารางที่ 4.5** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

| ข้อ | ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
|---|---|---|---|---|
| 1. | พนักงานแสดงความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการลูกค้า | 3.64 | 0.88 | มาก |
| 2. | การบริการมีความรวดเร็วและลูกค้าไม่ต้องรอคิวนานเกินควร | 3.50 | 0.85 | มาก |
| 3. | พนักงานมีความสามารถในการประเมินและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม | 3.65 | 0.82 | มาก |
| 4. | กระบวนการให้บริการมีประสิทธิภาพและสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว | 3.96 | 0.95 | มาก |
| 5. | การแก้ไขปัญหาหรือข้อสงสัยของลูกค้าได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ | 3.78 | 0.75 | มาก |
| | โดยรวม | 3.71 | 0.85 | มาก |

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.71) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ กระบวนการให้บริการมีประสิทธิภาพและสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ( $\overline{X}$ = 3.96) รองลงมา คือ การแก้ไขปัญหาหรือข้อสงสัยของลูกค้าได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ( $\overline{X}$ = 3.78) พนักงานมีความสามารถในการประเมินและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม ( $\overline{X}$ = 3.65) พนักงานแสดงความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.64) การบริการมีความรวดเร็วและลูกค้าไม่ต้องรอคิวนานเกินควร ( $\overline{X}$ = 3.50) ตามลำดับ

1.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

**ตารางที่ 4.6** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

| ข้อ | ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
|---|---|---|---|---|
| 1. | พนักงานมีความรู้และทักษะเพียงพอในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า | 3.92 | 0.71 | มาก |
| 2. | พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมืออาชีพและมีประสิทธิภาพ | 3.62 | 0.86 | มาก |
| 3. | พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจและเชื่อถือได้ | 3.66 | 0.82 | มาก |
| 4. | ลูกค้ารู้สึกมั่นใจว่าบริการที่ได้รับมีคุณภาพและมาตรฐานสูง | 3.56 | 0.84 | มาก |
| 5. | พนักงานสามารถสร้างความรู้สึกปลอดภัยและเชื่อมั่นให้กับลูกค้า | 3.75 | 0.48 | มาก |
| โดยรวม | | 3.70 | 0.74 | มาก |

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.70) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ พนักงานมีความรู้และทักษะเพียงพอในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.92) รองลงมา คือ พนักงานสามารถสร้างความรู้สึกปลอดภัยและเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.75) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจและเชื่อถือได้ ( $\overline{X}$ = 3.66) พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมืออาชีพและมีประสิทธิภาพ ( $\overline{X}$ = 3.62) และลูกค้ารู้สึกมั่นใจว่าบริการที่ได้รับมีคุณภาพและมาตรฐานสูง ( $\overline{X}$ = 3.56) ตามลำดับ

1.5 ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

**ตารางที่ 4.7** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

| ข้อ | ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
|---|---|---|---|---|
| 1. | พนักงานให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และความเป็นมิตร | 3.77 | 0.89 | มาก |
| 2. | พนักงานแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเกี่ยวข้องให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง | 3.83 | 0.86 | มาก |
| 3. | พนักงานมีความสามารถในการเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย | 3.56 | 0.80 | มาก |
| 4. | ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดและเป็นกันเองจากพนักงาน | 3.48 | 0.86 | ปานกลาง |
| 5. | พนักงานให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังและความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย | 3.58 | 0.48 | มาก |
| โดยรวม | | 3.64 | 0.78 | มาก |

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกเป็นรายข้อ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.64) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ พนักงานแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเกี่ยวข้องให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง ( $\overline{X}$ = 3.83) รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และความเป็นมิตร ( $\overline{X}$ = 3.77) พนักงานให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังและความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย ( $\overline{X}$ = 3.58) พนักงานมีความสามารถในการเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย ( $\overline{X}$ = 3.56) และลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดและเป็นกันเองจากพนักงาน ( $\overline{X}$ = 3.48) ตามลำดับ

**ตอนที่ 3** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน และการเลือกใช้ สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำ

**ตารางที่ 4.8** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีเพศต่างกัน

| คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม | เพศ | | | | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ชาย | | หญิง | | | |
| | $\overline{X}$ | S.D. | $\overline{X}$ | S.D. | | |
| 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ | 3.87 | 0.53 | 3.78 | 0.62 | -.21 | .22 |
| 2. ด้านความน่าเชื่อถือ | 3.78 | 0.54 | 3.84 | 0.51 | -.60 | .68 |
| 3. ด้านการตอบสนองลูกค้า | 3.58 | 0.55 | 3.64 | 0.45 | -1.56 | .09 |
| 4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า | 3.51 | 0.59 | 3.52 | 0.45 | -1.28 | .07 |
| 5. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า | 3.72 | 0.62 | 3.7 | 0.48 | -1.02 | .10 |
| รวม | 3.69 | 0.57 | 3.70 | 0.50 | -1.10 | .20 |

หมายเหตุ. * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีเพศต่างกัน โดยรวมมีคุณภาพการให้บริการ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

**ตารางที่ 4.9** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | SS | $df$ | MS | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| ระหว่างกลุ่ม | 0.12 | 2 | .06 | .235 | .79 |
| ภายในกลุ่ม | 47.34 | 396 | 25 | - | - |
| รวม | 47.46 | 398 | - | - | - |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับอายุต่างกัน โดยรวมมีคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันทางสถิติ

**ตารางที่ 4.10** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | SS | *df* | MS | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| ระหว่างกลุ่ม | 0.13 | 2 | 0.06 | 0.20 | 0.82 |
| ภายในกลุ่ม | 114.08 | 396 | 0.32 | - | - |
| รวม | 114.20 | 398 | - | - | - |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยรวมมีคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันทางสถิติ

**ตารางที่ 4.11** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอาชีพ

| แหล่งความแปรปรวน | SS | *df* | MS | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| ระหว่างกลุ่ม | 0.42 | 3 | 0.14 | 0.568 | 0.64 |
| ภายในกลุ่ม | 47.03 | 395 | 0.25 | - | - |
| รวม | 47.45 | 398 | - | - | - |

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอาชีพต่างกัน โดยรวมมีคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันทางสถิติ

**ตารางที่ 4.12** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีการเลือกใช้บริการสถานธนานุบาล /โรงรับจำนำต่างกัน

| คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม | การเลือกใช้บริการ | | | | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | สถานธนานุบาล | | โรงรับจำนำ | | | |
| | $\overline{X}$ | S.D. | $\overline{X}$ | S.D. | | |
| 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ | 3.40 | 1.11 | 2.94 | 1.35 | 3.433 | .001* |
| 2. ด้านความน่าเชื่อถือ | 3.65 | 0.57 | 3.01 | 1.02 | 6.853 | .000* |
| 3. ด้านการตอบสนองลูกค้า | 3.64 | 0.88 | 3.53 | 0.73 | 1.277 | .202 |
| 4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า | 3.37 | 0.82 | 3.45 | 0.69 | -.978 | .325 |
| 5. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า | 3.58 | 0.55 | 3.64 | 0.45 | -1.562 | .091 |
| รวม | 3.52 | 0.63 | 3.24 | 0.90 | 3.309 | .001* |

หมายเหตุ. * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีการเลือกใช้บริการต่างกัน โดยรวมมีคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตอนที่ 4** การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

ผู้วิจัย ได้สัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์ ได้แก่ ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 10 คน โดยผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผลการสัมภาษณ์ปรากฏ ดังนี้

**1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ**

จากผลการสัมภาษณ์ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบและบรรยากาศของการให้บริการยังสามารถพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านความสะอาด ความทันสมัย และความสะดวกในการเข้าถึง ทั้งนี้ประชาชนให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ขององค์กรที่เป็นมิตรและโปร่งใส ซึ่งมีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ปรับปรุงสถานที่ให้บริการให้สะอาด ทันสมัย และเป็นมิตรกับผู้ใช้บริการจัดสภาพแวดล้อมภายในอาคารให้โปร่ง โล่ง และมีแสงสว่างเพียงพอ ปรับปรุงบริเวณจุดรอรับบริการให้มีที่นั่งเพียงพอ มีเครื่องปรับอากาศ และสื่อประชาสัมพันธ์แสดงข้อมูลดอกเบี้ย เงื่อนไข และระยะเวลาการรับจำนำอย่างชัดเจน จัดพื้นที่จอดรถให้เพียงพอและสะดวกต่อผู้มาใช้บริการ โดยเฉพาะผู้สูงอายุหรือผู้พิการ

1.2 พัฒนาระบบการให้บริการที่ใช้เทคโนโลยีสนับสนุน นำระบบดิจิทัล เช่น การจองคิวออนไลน์ การแจ้งเตือนกำหนดไถ่ถอนผ่าน SMS หรือแอปพลิเคชัน มาใช้เพิ่มความสะดวก จัดทำเว็บไซต์ หรือเพจข้อมูลข่าวสารของสถานธนานุบาลเพื่อให้ประชาชนสามารถตรวจสอบอัตราดอกเบี้ย เงื่อนไขการจำนำ และประกาศขายทรัพย์ได้ด้วยตนเอง

1.3 พัฒนามาตรฐานการแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ กำหนดระเบียบการแต่งกายให้เป็นแบบเดียวกัน มีความเรียบร้อยและสะท้อนภาพลักษณ์ที่เป็นทางการส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะการสื่อสาร การต้อนรับ และการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างสุภาพ

1.4 จัดทำคู่มือบริการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจง่าย จัดทำเอกสารหรืออินโฟกราฟิกอธิบายขั้นตอนการใช้บริการ เงื่อนไข และสิทธิของผู้ใช้บริการเพื่อให้ประชาชนเข้าใจและลดความสับสน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและสื่อสารได้กับทุกกลุ่มวัย

“...อยากให้มีที่จอดรถเยอะขึ้น โดยเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ เพราะบางครั้งหาที่จอดยาก และอยากให้มีป้ายบอกขั้นตอนต่าง ๆ ชัดเจนกว่านี้ค่ะ...”

(คนที่ 1 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...มีระบบจองคิวออนไลน์ หรือแจ้งเตือนวันไถ่ถอนผ่านโทรศัพท์มือถือจะช่วยประหยัด เวลาและสะดวกมากขึ้น ไม่ต้องมารอที่หน้าสถานที่นาน ๆ...”

(คนที่ 2 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...ถ้าเจ้าหน้าที่แต่งกายเรียบร้อย ยิ้มแย้ม และพูดจาสุภาพ ลูกค้าก็รู้สึกสบายใจและไว้ใจที่จะใช้บริการต่อไป...”

(คนที่ 3 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...อยากให้มีคู่มือหรืออินโฟกราฟิกแสดงขั้นตอนชัดเจน เช่น วิธีจำนำ เงื่อนไขดอกเบี้ย หรือระยะเวลาไถ่ถอน จะได้เข้าใจง่าย โดยเฉพาะคนสูงอายุที่อ่านหนังสือไม่คล่อง...”

(คนที่ 4 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...อยากให้สถานธนานุบาลมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรและโปร่งใสค่ะ ถ้าทุกอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และดูสะอาดน่าเชื่อถือ ประชาชนก็จะไว้วางใจมากขึ้นแน่นอน...”

(คนที่ 5 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

**2. ด้านความน่าเชื่อถือ**

จากผลการสัมภาษณ์ประชาชนผู้มารับบริการ พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความถูกต้องและความโปร่งใสของการดำเนินงาน เช่น ความถูกต้องของเอกสารจำนำ ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ การคิดอัตราดอกเบี้ยที่ชัดเจนและการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าประชาชนต้องการให้สถานธนานุบาลเป็นแหล่งเงินทุนที่สามารถไว้วางใจได้ในยามฉุกเฉินและต้องการให้ทุกขั้นตอนดำเนินการด้วยความยุติธรรม ไม่ลำเอียง และโปร่งใส มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 กำหนดมาตรฐานการดำเนินงานและขั้นตอนบริการที่ชัดเจนและโปร่งใส จัดทำคู่มือมาตรฐานการให้บริการ (Service Manual) เพื่อให้เจ้าหน้าที่ทุกคนยึดถือปฏิบัติอย่างเป็นระบบแสดงขั้นตอนการจำนำ อัตราดอกเบี้ย เงื่อนไขการไถ่ถอนและระยะเวลาอย่างเปิดเผยบริเวณจุดให้บริการ

2.2 พัฒนาระบบตรวจสอบความถูกต้องและความโปร่งใสในการทำธุรกรรมใช้ระบบคอมพิวเตอร์ช่วยบันทึกข้อมูลจำนำ ลดข้อผิดพลาดจากการทำงานด้วยมือ จัดให้มีการตรวจสอบเอกสาร การรับจ่ายทรัพย์และบัญชีรายวันโดยเจ้าหน้าที่ 2 ฝ่าย เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและป้องกันข้อผิดพลาด

2.3 ส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจัดอบรมเกี่ยวกับจรรยาบรรณของเจ้าหน้าที่สถานธนานุบาล เช่น ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และการให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความซื่อสัตย์และการทำงานบนพื้นฐานของธรรมาภิบาล

2.4 สร้างระบบการร้องเรียนและติดตามผลที่มีประสิทธิภาพ จัดตั้งช่องทางร้องเรียนทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ประชาชนสามารถแจ้งปัญหาหรือข้อเสนอแนะได้สะดวกมีการติดตามผลและตอบกลับอย่างเป็นระบบพร้อมนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงานบริหารจัดการข้อมูลลูกค้าอย่างปลอดภัยและเป็นความลับ จัดระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าทั้งเอกสารและข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ปฏิบัติตามหลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ

“...อยากให้มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ช่วยบันทึกข้อมูลและออกใบเสร็จให้ทันทีค่ะ เพื่อป้องกันความผิดพลาดและอยากให้มีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบกันเองอีกชั้นหนึ่งจะได้มั่นใจว่าทุกขั้นตอนถูกต้องจริง ๆ...”

(คนที่ 6 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...อยากให้เจ้าหน้าที่พูดจาดี เป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ค่ะ บางคนอาจจะรีบหรือพูดไม่ชัด ลูกค้าก็ไม่เข้าใจ อยากให้มีการอบรมเรื่องจรรยาบรรณและการสื่อสารกับประชาชนบ่อย ๆ...”

(คนที่ 7 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...ควรมีทั้งแบบกล่องรับเรื่องร้องเรียนที่หน้าสำนักงาน และช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์หรือเพจ เพื่อให้แจ้งปัญหาได้สะดวก และอยากให้มีการตอบกลับจริง ๆ ไม่ใช่แค่รับเรื่องไว้เฉย ๆ...”

(คนที่ 8 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...ควรมีทั้งแบบกล่องรับเรื่องร้องเรียนที่หน้าสำนักงาน และช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์หรือเพจเพื่อให้แจ้งปัญหาได้สะดวกและอยากให้มีการตอบกลับจริง ๆ ไม่ใช่แค่รับเรื่องไว้เฉย ๆ...”

(คนที่ 8 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

**3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า**

จากผลการสัมภาษณ์ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความรวดเร็ว ความใส่ใจ และการให้ข้อมูลที่ชัดเจนของเจ้าหน้าที่ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก เช่น ช่วงต้นเดือนหรือช่วงเปิดภาคเรียน ซึ่งเป็นช่วงที่มีความต้องการใช้บริการสูง การให้บริการที่ล่าช้าหรือขาดการชี้แจงที่ชัดเจนอาจส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พอใจและรู้สึกไม่ได้รับการเอาใจใส่เท่าที่ควร มีรายละเอียดดังนี้

3.1 เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการให้บริการให้รวดเร็วและลดเวลารอคอย ปรับระบบการจัดคิวให้มีประสิทธิภาพ เช่น ใช้ระบบคิวอิเล็กทรอนิกส์ หรือการแจ้งเตือนล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชัน วิเคราะห์ข้อมูลช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการหนาแน่น เพื่อจัดสรรเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอในแต่ละช่วงเวลา

3.2 จัดอบรมเจ้าหน้าที่ด้านการสื่อสารและการบริการเชิงรุก ฝึกอบรมทักษะ Service Mind และ Active Listening เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถามและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้รวดเร็ว ถูกต้องและสุภาพ ส่งเสริมทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการตัดสินใจเบื้องต้นเพื่อให้สามารถช่วยเหลือลูกค้าได้โดยไม่ต้องรอขั้นตอนที่ซับซ้อน

3.3 พัฒนาช่องทางการติดต่อที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย จัดตั้งช่องทางติดต่อผ่านโทรศัพท์ เว็บไซต์ หรือเพจของสถานธนานุบาลเพื่อให้ประชาชนสามารถสอบถามข้อมูลหรือแจ้งปัญหาได้ตลอดเวลา ติดตั้งจุดบริการข้อมูล (Information Corner) ภายในสถานธนานุบาล เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงข้อมูลด้วยตนเองอย่างรวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มความสะดวกและตอบสนองได้ทันทีพัฒนาระบบแจ้งเตือนวันครบกำหนดไถ่ถอนหรือวันหมดอายุของตั๋วจำนำผ่าน SMS หรือ Line Official Account นำระบบจองคิว ออนไลน์มาใช้ เพื่อให้ประชาชนสามารถกำหนดวัน เวลาการเข้ารับบริการได้ด้วยตนเอง

3.4 สร้างระบบรับข้อเสนอแนะและติดตามผลการให้บริการ จัดกล่องรับความคิดเห็นหรือแบบประเมินความพึงพอใจ (ทั้งออนไลน์และออฟไลน์) เพื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการใช้ผลการประเมินมาปรับปรุงการทำงานของเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง พร้อมรายงานผลการพัฒนาให้ประชาชนทราบอย่างโปร่งใส

“...บางช่วงที่คนเยอะ เช่น ต้นเดือนหรือช่วงเปิดเทอมจะต้องรอนาน อยากให้มีระบบจัดคิวที่รวดเร็วขึ้นค่ะ ถ้ามีแจ้งเตือนวันไถ่ถอนผ่านไลน์หรือข้อความก็น่าจะสะดวกค่ะ...”

(คนที่ 9 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลดีนะคะ แต่บางครั้งพูดเร็วหรือใช้ศัพท์ทางเทคนิคเกินไป คนสูงอายุอาจไม่เข้าใจ อยากให้พูดช้า ๆ ชัด ๆ และยิ้มแย้มหน่อยค่ะ...”

(คนที่ 2 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...น่าจะอบรมเรื่องใจบริการกับการสื่อสารกับลูกค้า ค่ะ เพราะถ้าพูดดี มีน้ำใจ ลูกค้าก็รู้สึกประทับใจ แม้ต้องรอนานก็ไม่รู้สึกหงุดหงิด...”

(คนที่ 10 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...อยากให้มีทั้งกล่องรับความคิดเห็นที่สถานที่และแบบออนไลน์ เช่น แบบฟอร์มบนเว็บไซต์หรือเพจจะได้สะดวกและกล้าพูดมากขึ้น...”

(คนที่ 7 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...อยากให้สถานธนานุบาลดูแลลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมค่ะ ไม่ว่าจะมาจำนำมากหรือน้อย ถ้าได้รับบริการรวดเร็ว เป็นกันเองและมีข้อมูลชัดเจน ทุกคนก็จะอยากกลับมาใช้บริการอีกค่ะ...”

(คนที่ 6 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

**4. การพัฒนาด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม**

จากผลการสัมภาษณ์ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาล พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ การประเมินราคา และอัตราดอกเบี้ยอย่างถูกต้อง โปร่งใส และสามารถอธิบายให้เข้าใจได้ง่าย ขณะเดียวกัน ประชาชนให้ความสำคัญกับท่าทีของเจ้าหน้าที่ เช่น ความสุภาพ ความเป็นมืออาชีพและความปลอดภัยในการดูแลทรัพย์สินที่นำมาจำนำ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่สร้างความมั่นใจและความเชื่อถือต่อองค์กร มีรายละเอียด ดังนี้

4.1 พัฒนาศักยภาพและความรู้ของเจ้าหน้าที่ให้มีความเชี่ยวชาญด้านงานบริการจำนำจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการประเมินทรัพย์สิน การคิดอัตราดอกเบี้ย และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถให้คำปรึกษาและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้องพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีความเข้าใจในหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานธนานุบาล เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดและสร้างความเชื่อมั่นในด้านความถูกต้องตามกฎหมาย

4.2 สร้างภาพลักษณ์ของความปลอดภัยและความโปร่งใสในการดำเนินงานปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่ เช่น กล้องวงจรปิด ระบบเก็บรักษาทรัพย์สิน และระบบตรวจสอบการเข้า ออกของเจ้าหน้าที่ จัดทำใบเสร็จและเอกสารหลักฐานทุกขั้นตอนอย่างเป็นทางการพร้อมให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้

4.3 ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรแห่งความซื่อสัตย์และบริการด้วยใจ จัดกิจกรรมเสริมสร้างจริยธรรมในการทำงาน เช่น โครงการเจ้าหน้าที่ซื่อสัตย์ โปร่งใส ใส่ใจประชาชน เพื่อปลูกฝังคุณธรรมและจิตสำนึกในการให้บริการที่โปร่งใส ให้รางวัลแก่เจ้าหน้าที่ที่ได้รับคำชมจากผู้ใช้บริการเพื่อเป็นแบบอย่างด้านการสร้างความไว้วางใจ

4.4 พัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีเพื่อสร้างความมั่นใจในข้อมูลและทรัพย์สินของลูกค้า ใช้ระบบจัดเก็บข้อมูลลูกค้าแบบดิจิทัลที่มีการเข้ารหัสและสำรองข้อมูล เพื่อป้องกันการสูญหายหรือรั่วไหล พัฒนาแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลการจำนำของตนเองได้แบบเรียลไทม์

“...ควรรู้เรื่องการประเมินราคาและอัตราดอกเบี้ยให้ชัดเจนค่ะ เวลามาใช้บริการจะได้มั่นใจว่าได้รับข้อมูลถูกต้องและไม่เสียเปรียบ อยากให้มีโครงการอบรมเรื่องจรรยาบรรณและบริการด้วยใจบ่อย ๆ จะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจมากขึ้นค่ะ...”

(คนที่ 5 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...ถ้ามีแอปหรือเว็บไซต์ให้ดูข้อมูลจำนำของเราได้เองก็จะสบายใจเพราะรู้ว่าทรัพย์ยังอยู่และข้อมูลปลอดภัย...”

(คนที่ 4 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...อยากให้เน้นเรื่องความโปร่งใสและความซื่อสัตย์ค่ะ ถ้าเจ้าหน้าที่มีจิตบริการและพูดคุยกับลูกค้าอย่างเปิดเผย ประชาชนก็จะรู้สึกไว้วางใจและพร้อมมาใช้บริการต่อค่ะ...”

(คนที่ 7 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

**5. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า**

จากผลการสัมภาษณ์ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาล พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้เจ้าหน้าที่เข้าใจสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและความเดือดร้อนของลูกค้ามากกว่าการปฏิบัติตามระเบียบเพียงอย่างเดียว เช่น การยืดหยุ่นระยะเวลาการไถ่ถอน การให้คำแนะนำเกี่ยวกับเงื่อนไขดอกเบี้ย และการพูดจาด้วยน้ำเสียงที่สุภาพ อ่อนโยน และให้เกียรติ ซึ่งช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการดูแลจากหน่วยงานภาครัฐที่เข้าใจความเป็นจริงของชีวิต ไม่ใช่เพียงแหล่งจำนำทั่วไป มีรายละเอียด ดังนี้

5.1 สร้างวัฒนธรรมการบริการที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer-Centric Service) ปลูกฝังทัศนคติให้เจ้าหน้าที่ตระหนักว่าผู้ใช้บริการคือประชาชนที่สมควรได้รับความเคารพและเข้าใจในฐานะผู้ร่วมพัฒนาเมือง จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับจิตบริการ (Service Mind) และการเข้าใจความหลากหลายของลูกค้า เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ผู้พิการ หรือผู้มีรายได้น้อย ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่กล่าว

ต้อนรับ ขอบคุณ และอำลาลูกค้าอย่างสุภาพ เพื่อสร้างความประทับใจในทุกขั้นตอนการให้บริการ

5.2 พัฒนาทักษะการสื่อสารและการให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าอย่างเห็นอกเห็นใจ ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีทักษะการฟังอย่างตั้งใจ (Active Listening) การสื่อสารอย่างอ่อนโยน และการตอบสนองด้วยความเห็นอกเห็นใจ ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่สามารถให้คำแนะนำทางการเงินเบื้องต้น เช่น การวางแผนชำระคืน หรือการจัดการทรัพย์สินเพื่อไม่ให้เกิดภาระซ้ำซ้อน

5. ออกแบบบริการเฉพาะกลุ่มเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหลากหลายประเภท จัดบริการ สำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ เช่น ช่องบริการพิเศษหรือเจ้าหน้าที่ช่วยเหลือเฉพาะออกมาตรการส่งเสริม การคืนทรัพย์ เช่น การลดดอกเบี้ยในช่วงเทศกาล หรือการขยายระยะเวลาไถ่ถอนกรณีมีเหตุจำเป็นทางเศรษฐกิจ

5.4 จัดให้มีระบบติดตามความพึงพอใจและรับฟังเสียงจากลูกค้า (Customer Voice System) ใช้แบบสอบถาม ความคิดเห็นออนไลน์ หรือกล่องรับข้อเสนอแนะ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าทุกกลุ่ม นำผลการประเมินความพึงพอใจมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงบริการและรายงานผลให้ประชาชนทราบเพื่อสร้างความโปร่งใส

“...อยากให้พูดจาดี ยิ้มแย้ม และให้เกียรติลูกค้าทุกคนค่ะ แม้จะมาจำนำของเล็กน้อยก็อยากให้ดูแลเท่าเทียมกัน ถ้าเจ้าหน้าที่เข้าใจลูกค้าก็จะรู้สึกอุ่นใจและกล้ามาใช้บริการอีก...”

(คนที่ 10 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...ควรมีช่องบริการพิเศษหรือมีเจ้าหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวก เพราะบางคนเดินไม่สะดวกหรืออ่านตัวหนังสือไม่ชัด ถ้ามีบริการแบบนี้จะดีมากเลยค่ะ...”

(คนที่ 11 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...ควรมีทั้งแบบกล่องรับความคิดเห็นที่สำนักงานและแบบออนไลน์ เช่น แบบสอบถามผ่านมือถือเพื่อให้ลูกค้าทุกวัยสามารถแสดงความคิดเห็นได้ง่าย...”

(คนที่ 9 สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

“...อยากให้เจ้าหน้าที่มองลูกค้าเหมือนคนในครอบครัว เข้าใจปัญหาชีวิตและพูดจากับลูกค้าอย่างเห็นใจ คนในชุมชนจะรู้สึกอบอุ่นและเชื่อมั่นในสถานธนานุบาลมากขึ้นค่ะ...”

(คนที่ 8 สัมภาษณ์วันที่ 30 สิงหาคม 2568)

# บทที่ 5
# สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยสามารถ สรุป อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ ไว้ลำดับดังนี้

## 5.1 สรุป

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า

**5.1.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม** จำนวน 398 คน

5.1.2.1 ด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 56.03 และเพศชาย จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.97

5.1.2.2 ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่อายุ 36-45 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90 รองลงมา คือ อายุ 46-55 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 อายุ 25-35 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.09 อายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.07 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.54

5.1.2.3 ด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.24 รองลงมา คือ ปริญญาตรี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.72 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.04

5.1.2.4 ด้านตำแหน่ง พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.84 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.34 พนักงานเอกชน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.08 เกษตรกร จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.82 รัฐวิสาหกิจ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 และรับราชการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.03

5.1.2.5 ด้านรายได้/เดือน พบว่า ส่วนใหญ่รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท/เดือน จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.77 รองลงมา คือ รายได้ 10,000-20,000 บาท/เดือน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.39 รายได้ 20,000 บาทขึ้นไป/เดือน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.84

5.1.2.6 ด้านการเลือกใช้สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำ พบว่า ใช้บริการธนานุบาล (ภาครัฐ) จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.52 ส่วนใหญ่ใช้บริการโรงรับจำนำ (ภาคเอกชน) จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.48

**5.1.3 ระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม** โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ( $\overline{X}$ = 3.81) รองลงมา คือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ( $\overline{X}$ = 3.71) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.70) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ( $\overline{X}$ = 3.66) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.64) ตามลำดับ

5.1.3.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.81) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ สภาพแวดล้อมและการตกแต่งของสถานที่ให้บริการสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ ( $\overline{X}$ = 3.90) รองลงมา คือ การจัดแสดงและการจัดวางสิ่งของในสถานที่ให้บริการช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.85) สถานที่ให้บริการมีความสะอาดและเป็นระเบียบอย่างน่าพึงพอใจ ( $\overline{X}$ = 3.82) ป้ายประกาศและเอกสารต่าง ๆ มีความชัดเจน สะอาด และเข้าถึงง่าย ( $\overline{X}$ = 3.77) และอุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานที่จัดเตรียมไว้ มีคุณภาพสูงและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ ( $\overline{X}$ = 3.70) ตามลำดับ

5.1.3.2 ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.66) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ( $\overline{X}$ = 3.82) รองลงมา คือ การบริการถูกส่งมอบตามเวลาที่กำหนดและสอดคล้องกับที่ได้สัญญาไว้ ( $\overline{X}$ = 3.70) ระบบการจัดเก็บและเข้าถึงข้อมูลลูกค้ามีความปลอดภัยและสามารถใช้งาน ได้อย่างรวดเร็ว ( $\overline{X}$ = 3.58) ข้อมูลและคำแนะนำจากพนักงานมีความถูกต้องและมีความสม่ำเสมอ ( $\overline{X}$ = 3.56) จำนวนพนักงานมีความเพียงพอต่อความต้องการในการให้บริการของลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.50) ตามลำดับ

5.1.3.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.71) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ กระบวนการให้บริการมีประสิทธิภาพและสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ( $\overline{X}$ = 3.96) รองลงมา คือ การแก้ไขปัญหาหรือข้อสงสัยของลูกค้าได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ( $\overline{X}$ = 3.78) พนักงานมีความสามารถในการประเมินและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม ( $\overline{X}$ = 3.65) พนักงานแสดงความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.64) การบริการมีความรวดเร็วและลูกค้าไม่ต้องรอคิวนานเกินควร ( $\overline{X}$ = 3.50) ตามลำดับ

5.1.3.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.70) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ พนักงานมีความรู้และทักษะเพียงพอในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.92) รองลงมา คือ พนักงานสามารถสร้างความรู้สึกปลอดภัยและเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ( $\overline{X}$ = 3.75) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจและเชื่อถือได้ ( $\overline{X}$ = 3.66) พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมืออาชีพและมีประสิทธิภาพ ( $\overline{X}$ = 3.62) และลูกค้ารู้สึกมั่นใจว่าบริการที่ได้รับมีคุณภาพและมาตรฐานสูง ( $\overline{X}$ = 3.56) ตามลำดับ

5.1.3.5 ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.64) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ พนักงานแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเกี่ยวข้องให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง ( $\overline{X}$ = 3.83) รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และความเป็นมิตร ( $\overline{X}$ = 3.77) พนักงานให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังและความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย ( $\overline{X}$ = 3.58) พนักงานมีความสามารถในการเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย ( $\overline{X}$ = 3.56) และลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดและเป็นกันเองจากพนักงาน ( $\overline{X}$ = 3.48) ตามลำดับ

**5.1.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม** โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน และการเลือกใช้สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำ พบว่า

5.1.4.1 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีเพศต่างกัน โดยรวมมีการจัดบริการสาธารณะ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

5.1.4.2 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับอายุต่างกัน โดยรวมมีคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันทางสถิติ

5.1.4.3 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยรวมมีคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันทางสถิติ

5.1.4.4 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอาชีพต่างกัน โดยรวมมีคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันทางสถิติ

5.1.4.5 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีการเลือกใช้บริการต่างกัน โดยรวมมีคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**5.1.5 สรุปแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม** ดังนี้

5.1.5.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

จากผลการสัมภาษณ์ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบและบรรยากาศของการให้บริการยังสามารถพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นโดยเฉพาะในด้านความสะอาด ความทันสมัย และความสะดวกในการเข้าถึง ทั้งนี้ประชาชนให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ขององค์กรที่เป็นมิตรและโปร่งใส ซึ่งมีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง มีรายละเอียด ดังนี้

1) ปรับปรุงสถานที่ให้บริการให้สะอาด ทันสมัย และเป็นมิตรกับผู้ใช้บริการ จัดสภาพแวดล้อมภายในอาคารให้โปร่ง โล่ง และมีแสงสว่างเพียงพอ ปรับปรุงบริเวณจุดรอรับบริการให้มีที่นั่งเพียงพอ มีเครื่องปรับอากาศ และสื่อประชาสัมพันธ์แสดงข้อมูลดอกเบี้ย เงื่อนไข และระยะ

เวลาการรับจำนำอย่างชัดเจน จัดพื้นที่จอดรถให้เพียงพอและสะดวกต่อผู้มาใช้บริการโดยเฉพาะผู้สูงอายุหรือผู้พิการ

2) พัฒนาระบบการให้บริการที่ใช้เทคโนโลยีสนับสนุน นำระบบดิจิทัล เช่น การจองคิวออนไลน์ การแจ้งเตือนกำหนดไถ่ถอนผ่าน SMS หรือแอปพลิเคชันมาใช้เพิ่มความสะดวก จัดทำเว็บไซต์หรือเพจข้อมูลข่าวสารของสถานธนานุบาล เพื่อให้ประชาชนสามารถตรวจสอบอัตราดอกเบี้ย เงื่อนไขการจำนำ และประกาศขายทรัพย์ได้ด้วยตนเอง

3) พัฒนามาตรฐานการแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ กำหนดระเบียบการแต่งกายให้เป็นแบบเดียวกัน มีความเรียบร้อยและสะท้อนภาพลักษณ์ที่เป็นทางการ ส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะการสื่อสาร การต้อนรับ และการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างสุภาพ

4) จัดทำคู่มือบริการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจง่าย จัดทำเอกสารหรืออินโฟกราฟิกอธิบายขั้นตอนการใช้บริการ เงื่อนไข และสิทธิของผู้ใช้บริการเพื่อให้ประชาชนเข้าใจและลดความสับสนใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและสื่อสารได้กับทุกกลุ่มวัย

5.1.5.2 ด้านความน่าเชื่อถือ

จากผลการสัมภาษณ์ประชาชนผู้มารับบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความถูกต้องและความโปร่งใสของการดำเนินงาน เช่น ความถูกต้องของเอกสารจำนำ ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ การคิดอัตราดอกเบี้ยที่ชัดเจน และการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าประชาชนต้องการให้สถานธนานุบาลเป็นแหล่งเงินทุนที่สามารถไว้วางใจได้ในยามฉุกเฉินและต้องการให้ทุกขั้นตอนดำเนินการด้วยความยุติธรรม ไม่ลำเอียง และโปร่งใส มีรายละเอียด ดังนี้

1) กำหนดมาตรฐานการดำเนินงานและขั้นตอนบริการที่ชัดเจนและโปร่งใส จัดทำคู่มือมาตรฐานการให้บริการ (Service Manual) เพื่อให้เจ้าหน้าที่ทุกคนยึดถือปฏิบัติอย่างเป็นระบบ แสดงขั้นตอนการจำนำ อัตราดอกเบี้ย เงื่อนไขการไถ่ถอน และระยะเวลาอย่างเปิดเผยบริเวณจุดให้บริการ

2) พัฒนาระบบตรวจสอบความถูกต้องและความโปร่งใสในการทำธุรกรรม ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ช่วยบันทึกข้อมูลจำนำ ลดข้อผิดพลาดจากการทำงานด้วยมือ จัดให้มีการตรวจสอบเอกสารการรับ จ่ายทรัพย์ และบัญชีรายวันโดยเจ้าหน้าที่ 2 ฝ่าย เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและป้องกันข้อผิดพลาด

3) ส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจัดอบรมเกี่ยวกับจรรยาบรรณของเจ้าหน้าที่สถานธนานุบาล เช่น ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และการให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความซื่อสัตย์และการทำงานบนพื้นฐานของธรรมาภิบาล

4) สร้างระบบการร้องเรียนและติดตามผลที่มีประสิทธิภาพ จัดตั้งช่องทางร้องเรียนทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ประชาชนสามารถแจ้งปัญหาหรือข้อเสนอแนะได้สะดวก มีการติดตามผลและตอบกลับอย่างเป็นระบบ พร้อมนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงาน บริหารจัดการข้อมูลลูกค้าอย่างปลอดภัยและเป็นความลับ จัดระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าทั้งเอกสารและข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ ปฏิบัติตามหลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ

5.1.5.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

จากผลการสัมภาษณ์ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความรวดเร็ว ความใส่ใจ และการให้ข้อมูลที่ชัดเจนของเจ้าหน้าที่ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก เช่น ช่วงต้นเดือนหรือช่วงเปิดภาคเรียน ซึ่งเป็นช่วงที่มีความต้องการใช้บริการสูง การให้บริการที่ล่าช้าหรือขาดการชี้แจงที่ชัดเจนอาจส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พอใจและรู้สึกไม่ได้รับการเอาใจใส่เท่าที่ควร มีรายละเอียด ดังนี้

1) เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการให้บริการให้รวดเร็วและลดเวลารอคอย ปรับระบบการจัดคิวให้มีประสิทธิภาพ เช่น ใช้ระบบคิวอิเล็กทรอนิกส์ หรือการแจ้งเตือนล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชันวิเคราะห์ข้อมูลช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการหนาแน่น เพื่อจัดสรรเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอในแต่ละช่วงเวลา

2) จัดอบรมเจ้าหน้าที่ด้านการสื่อสารและการบริการเชิงรุก ฝึกอบรมทักษะ Service Mind และ Active Listening เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถามและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้รวดเร็ว ถูกต้อง และสุภาพ ส่งเสริมทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการตัดสินใจเบื้องต้นเพื่อให้สามารถช่วยเหลือลูกค้าได้โดยไม่ต้องรอขั้นตอนที่ซับซ้อน

3) พัฒนาช่องทางการติดต่อที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย จัดตั้งช่องทางติดต่อผ่านโทรศัพท์ เว็บไซต์ หรือเพจของสถานธนานุบาล เพื่อให้ประชาชนสามารถสอบถามข้อมูลหรือแจ้งปัญหา ได้ตลอดเวลา ติดตั้งจุดบริการข้อมูล (Information Corner) ภายในสถานธนานุบาลเพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงข้อมูลด้วยตนเองอย่างรวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มความสะดวกและตอบสนองได้ทันที พัฒนาระบบแจ้งเตือนวันครบกำหนดไถ่ถอนหรือวันหมดอายุของตั๋วจำนำผ่าน SMS หรือ Line Official Account นำระบบจองคิวออนไลน์มาใช้ เพื่อให้ประชาชนสามารถกำหนดวัน เวลาการเข้ารับบริการได้ด้วยตนเอง

4) สร้างระบบรับข้อเสนอแนะและติดตามผลการให้บริการ จัดกล่องรับความคิดเห็น หรือแบบประเมินความพึงพอใจ (ทั้งออนไลน์และออฟไลน์) เพื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการใช้ผลการประเมินมาปรับปรุงการทำงานของเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่องพร้อมรายงานผลการพัฒนาให้ประชาชนทราบอย่างโปร่งใส

5.1.5.4 การพัฒนาด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม

จากผลการสัมภาษณ์ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาล พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ การประเมินราคา และอัตราดอกเบี้ยอย่างถูกต้อง โปร่งใส และสามารถอธิบายให้เข้าใจได้ง่าย ขณะเดียวกันประชาชนให้ความสำคัญกับท่าทีของเจ้าหน้าที่ เช่น ความสุภาพ ความเป็นมืออาชีพ และความปลอดภัยในการดูแลทรัพย์สินที่นำมาจำนำ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่สร้างความมั่นใจและความเชื่อถือต่อองค์กร มีรายละเอียด ดังนี้

1) พัฒนาศักยภาพและความรู้ของเจ้าหน้าที่ให้มีความเชี่ยวชาญด้านงานบริการจำนำ จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการประเมินทรัพย์สิน การคิดอัตราดอกเบี้ย และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถให้คำปรึกษาและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีความเข้าใจในหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานธนานุบาลเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดและสร้างความเชื่อมั่นในด้านความถูกต้องตามกฎหมาย

2) สร้างภาพลักษณ์ของความปลอดภัยและความโปร่งใสในการดำเนินงาน ปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่ เช่น กล้องวงจรปิด ระบบเก็บรักษาทรัพย์สิน และระบบตรวจสอบการเข้า ออกของเจ้าหน้าที่ จัดทำใบเสร็จและเอกสารหลักฐานทุกขั้นตอนอย่างเป็นทางการพร้อมให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้

3) ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรแห่งความซื่อสัตย์และบริการด้วยใจ จัดกิจกรรมเสริมสร้างจริยธรรมในการทำงาน เช่น โครงการเจ้าหน้าที่ซื่อสัตย์ โปร่งใส ใส่ใจประชาชนเพื่อปลูกฝังคุณธรรมและจิตสำนึกในการให้บริการที่โปร่งใส ให้รางวัลแก่เจ้าหน้าที่ที่ได้รับคำชมจากผู้ใช้บริการเพื่อเป็นแบบอย่างด้านการสร้างความไว้วางใจ

4) พัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีเพื่อสร้างความมั่นใจในข้อมูลและทรัพย์สินของลูกค้า ใช้ระบบจัดเก็บข้อมูลลูกค้าแบบดิจิทัลที่มีการเข้ารหัสและสำรองข้อมูล เพื่อป้องกันการสูญหายหรือรั่วไหล พัฒนาแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลการจำนำของตนเองได้แบบเรียลไทม์

5.1.5.5 ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

จากผลการสัมภาษณ์ประชาชนผู้มารับบริการของสถานธนานุบาล พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้เจ้าหน้าที่เข้าใจสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและความเดือดร้อนของลูกค้ามากกว่าการปฏิบัติตามระเบียบเพียงอย่างเดียว เช่น การยืดหยุ่นระยะเวลาการไถ่ถอน การให้คำแนะนำเกี่ยวกับเงื่อนไขดอกเบี้ย และการพูดจาด้วยน้ำเสียงที่สุภาพ อ่อนโยน และให้เกียรติ ซึ่งช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการดูแลจากหน่วยงานภาครัฐที่เข้าใจความเป็นจริงของชีวิต ไม่ใช่เพียงแหล่งจำนำทั่วไป มีรายละเอียด ดังนี้

1) สร้างวัฒนธรรมการบริการที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer-Centric Service)ปลูกฝังทัศนคติให้เจ้าหน้าที่ตระหนักว่าผู้ใช้บริการคือประชาชนที่สมควรได้รับความเคารพและเข้าใจในฐานะผู้ร่วมพัฒนาเมือง จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับจิตบริการ (Service Mind) และการเข้าใจความหลากหลายของลูกค้า เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ผู้พิการ หรือผู้มีรายได้น้อย ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่กล่าวต้อนรับ ขอบคุณ และอำลาลูกค้าอย่างสุภาพเพื่อสร้างความประทับใจในทุกขั้นตอนการให้บริการ

2) พัฒนาทักษะการสื่อสารและการให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าอย่างเห็นอกเห็นใจ ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีทักษะการฟังอย่างตั้งใจ (Active Listening) การสื่อสารอย่างอ่อนโยนและการตอบสนองด้วยความเห็นอกเห็นใจ ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่สามารถให้คำแนะนำทางการเงินเบื้องต้น เช่น การวางแผนชำระคืน หรือการจัดการทรัพย์สินเพื่อไม่ให้เกิดภาระซ้ำซ้อน

3) ออกแบบบริการเฉพาะกลุ่มเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหลากหลายประเภทจัดบริการสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ เช่น ช่องบริการพิเศษหรือเจ้าหน้าที่ช่วยเหลือเฉพาะ ออกมาตรการส่งเสริมการคืนทรัพย์ เช่น การลดดอกเบี้ยในช่วงเทศกาล หรือการขยายระยะเวลาไถ่ถอนกรณีมีเหตุจำเป็นทางเศรษฐกิจ

4) จัดให้มีระบบติดตามความพึงพอใจและรับฟังเสียงจากลูกค้า (Customer Voice System) ใช้แบบสอบถาม ความคิดเห็นออนไลน์ หรือกล่องรับข้อเสนอแนะ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าทุกกลุ่มนำผลการประเมินความพึงพอใจมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงบริการและรายงานผลให้ประชาชนทราบเพื่อสร้างความโปร่งใส

## 5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผล ดังนี้

**5.2.1 สมมุติฐานที่ 1** คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีบทบาทสำคัญในฐานะหน่วยงานของรัฐที่ให้บริการประชาชนในด้านการเงินอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส การดำเนินงานภายใต้นโยบายของเทศบาลที่มุ่งเน้นบริการเพื่อประชาชนส่งผลให้บุคลากรของสถานธนานุบาลมีความตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการ นอกจากนี้การจัดระบบการทำงานที่ชัดเจนโปร่งใสและมีกระบวนการ ตรวจสอบภายในที่เข้มงวดทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมคุณภาพการให้บริการ คือ การพัฒนาทักษะและจิตบริการของเจ้าหน้าที่ ผ่านการอบรมและการกำกับ ติดตามจากเทศบาลเมืองมหาสารคามอย่างต่อเนื่อง เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่มีประสบการณ์และเข้าใจบริบทของผู้มาใช้บริการ ซึ่งส่วนมากเป็นประชาชนในพื้นที่ที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ การให้บริการด้วยความสุภาพ เอื้อเฟื้อ และยืดหยุ่นในกรอบระเบียบ เช่น การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับดอกเบี้ย การยืดระยะเวลาไถ่ถอน หรือการแนะนำแนวทางแก้ปัญหาทางการเงิน ล้วนช่วยสร้างความประทับใจและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพดี บัวแดง (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้มารับบริการที่สถานธนานุบาลของเทศบาลมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลนครนครสวรรค์ ทั้ง 3 แห่ง เป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ พีรพัฒน์ อภัยกาวี (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์ดำรงธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา คำตัน (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ โดยภาพรวมและในรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญสุดา สุทธิแสน (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการประชาชนของสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมจังหวัดน่าน ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการประชาชนของสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดน่าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

**5.2.2 สมมุติฐานที่ 2** เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน และการเลือกใช้ สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำ ที่แตกต่างกัน

5.2.2.1 ผลการวิจัยเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศแตกต่างกัน มีคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ จากผลการวิจัยดังกล่าว อาจเป็นเพราะว่าผู้มารับบริการทั้งเพศชายและเพศหญิงได้รับการปฏิบัติจากเจ้าหน้าที่ในลักษณะเท่าเทียมกันโดยสถานธนานุบาลเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีมาตรฐานการบริการและระเบียบการดำเนินงานที่ชัดเจน เจ้าหน้าที่ให้บริการตามขั้นตอนและกฎเกณฑ์เดียวกันแก่ลูกค้าทุกคน โดยไม่เลือกปฏิบัติตามเพศ ส่งผลให้ลูกค้าทั้งสองกลุ่มรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในระดับใกล้เคียงกัน อีกทั้งลักษณะของบริการในสถานธนานุบาลเป็นบริการที่มีลักษณะทางธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งมีกระบวนการที่เป็นทางการและอิงหลักกฎหมาย เช่น การประเมินทรัพย์ การกำหนดวงเงินจำนำ หรือการต่อสัญญาไถ่ถอน ซึ่งล้วนดำเนินการตามมาตรฐานเดียวกันที่กำหนดโดยเทศบาลเมืองมหาสารคาม นอกจากนี้โดยเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ผ่านการอบรมด้านจิตบริการและจรรยาบรรณของบุคลากรภาครัฐทำให้มีความตระหนักในการปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างเสมอภาค ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธมน เครือเนตร (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลเทศบาลเมืองปากช่อง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้/เดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

5.2.2.2 ผลการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุแตกต่างกัน มีคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันทางสถิติ ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ จากผลการวิจัยดังกล่าว อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการทุกช่วงอายุได้รับบริการตามมาตรฐานเดียวกัน โดยลักษณะของการดำเนินงานของสถานธนานุบาลเป็นระบบราชการที่มีขั้นตอนการให้บริการชัดเจน โปร่งใส และไม่เลือกปฏิบัติ ส่งผลให้ลูกค้าทุกกลุ่มอายุได้รับประสบการณ์การบริการในระดับที่ใกล้เคียงกัน ทั้งด้านความรวดเร็ว ความสุภาพ ความน่าเชื่อถือ และสิ่งอำนวยความสะดวก อีกทั้ง การรับรู้คุณภาพการให้บริการของประชาชนแต่ละช่วงอายุอาจมีพื้นฐานจากประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ของสถานธนานุบาลมีแรงจูงใจในการมาใช้บริการในลักษณะเดียวกัน คือ เพื่อบรรเทาปัญหาทางการเงินระยะสั้น เช่น การจำนำทรัพย์สินเพื่อใช้จ่ายฉุกเฉิน จึงมุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์ของบริการมากกว่าปัจจัยด้านอายุของตนเอง นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ของสถานธนานุบาลมักได้รับการอบรมให้มีจิตบริการ (Service Mind) และมีความเข้าใจในความหลากหลายของผู้ใช้บริการทุกวัย ไม่ว่าจะเป็นวัยทำงาน วัยผู้สูงอายุ หรือวัยเกษียณ โดยเน้นการสื่อสารอย่างสุภาพและให้เกียรติทุกกลุ่มทำให้การรับรู้ของลูกค้า ต่อคุณภาพบริการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ วงศ์วัฒน์ (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารของรัฐ พบว่า กลุ่มลูกค้าทุกช่วงอายุ มีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมให้ให้บริการตามมาตรฐานเดียวกันและให้ความสำคัญกับความโปร่งใสและความเป็นธรรมในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Mahmood and Hassan (2022) ได้ทำการศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าในองค์กรสาธารณะของมาเลเซีย พบว่า ปัจจัยด้านอายุไม่ได้มีอิทธิพลต่อการประเมินคุณภาพบริการ โดยรวมแต่ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการใช้บริการและความคุ้นชินกับระบบการบริการกลับมีผลมากกว่า

5.2.2.3 ผลการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีคุณภาพการให้บริการ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ จากผลการวิจัยดังกล่าวอาจเป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการไม่ว่าจะมีระดับการศึกษาสูงหรือต่ำ ต่างได้รับบริการภายใต้มาตรฐานและระเบียบเดียวกันของสถานธนานุบาล ซึ่งมีขั้นตอนที่ชัดเจน โปร่งใส และยึดหลัก ความเสมอภาคในการให้บริการส่งผลให้ทุกกลุ่มมีการรับรู้คุณภาพการบริการในระดับที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ผู้ใช้บริการของสถานธนานุบาลส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักคล้ายกัน คือ การนำทรัพย์สินมาจำนำเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจเฉพาะหน้า ซึ่งเป็นบริการที่ไม่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้ความรู้ทางเทคนิคสูง จึงทำให้ระดับการศึกษาของผู้รับบริการไม่ส่งผลต่อการประเมินคุณภาพของการให้บริการแต่อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ สุขเกษม (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลนครขอนแก่น พบว่า กลุ่มประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการประเมินคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน เนื่องจากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานได้รับการอบรมด้านการให้บริการที่ยึดหลักความเสมอภาคและเน้นความเข้าใจผู้รับบริการทุกระดับอย่างเท่าเทียม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pham Tran and Nguyen (2024) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการ ภาครัฐในประเทศเวียดนาม พบว่า ผู้ใช้บริการในระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้คุณภาพไม่แตกต่างกัน เพราะขั้นตอนการบริการของภาครัฐเป็นไปตามมาตรฐานเดียวกันและได้รับการตรวจสอบจากหน่วยงาน กำกับ ดูแล

5.2.2.4 ผลการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามรายได้แตกต่างกัน มีคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันทางสถิติ ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ จากผลการวิจัยดังกล่าวอาจเป็นเพราะว่าผู้มารับบริการของสถานธนานุบาลไม่ว่าจะมีรายได้มากหรือน้อยต่างได้รับการบริการในลักษณะเดียวกัน เนื่องจากสถานธนานุบาลเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีระเบียบ มาตรฐาน และหลักเกณฑ์การให้บริการที่ชัดเจน โดยเน้นความเสมอภาค โปร่งใส มีขั้นตอนและอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดไว้ตามระเบียบ ของเทศบาล ซึ่งไม่ขึ้นอยู่กับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้มาใช้บริการผู้ที่มีรายได้น้อยและรายได้ปานกลางต่างได้รับสิทธิ์และเงื่อนไขเดียวกัน เช่น การกำหนดอัตราดอกเบี้ย การประเมินทรัพย์ และระยะเวลาการไถ่ถอน จึงทำให้ไม่เกิดความแตกต่างในการรับรู้คุณภาพบริการตามระดับรายได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภกิจ มโนวราภรณ์ (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า ระดับรายได้ไม่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยอธิบายว่าการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐมีลักษณะเป็นบริการเพื่อสาธารณะที่ยึดหลักความเสมอภาค ไม่ว่าผู้รับบริการจะมีรายได้เท่าใดก็ตามจะได้รับการดูแลและให้บริการด้วยมาตรฐานเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา คำตัน (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ ผลการวิจัย พบว่า อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้/เดือน ที่แตกต่างกันมีความเห็นคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ ไม่แตกต่างกัน

5.2.2.5 ผลการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการเลือกใช้บริการโรงรับจำนำของรัฐ หรือเอกชน แตกต่างกัน มีคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ จากผลการวิจัยดังกล่าว อาจเป็นเพราะว่า โรงรับจำนำของรัฐและของเอกชน มีลักษณะการบริหารจัดการและนโยบายการให้บริการที่แตกต่างกัน โดยสถานธนานุบาลของรัฐอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีมาตรฐานการดำเนินงานที่ยึดหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส และมุ่งเน้นการช่วยเหลือประชาชนมากกว่าการแสวงหากำไร ขณะที่โรงรับจำนำเอกชน มักดำเนินการภายใต้แนวคิดเชิงธุรกิจ จึงอาจเน้นความรวดเร็วและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจมากกว่า ซึ่งส่งผลให้ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างด้านคุณภาพของการให้บริการในบางมิติโดยเฉพาะในมิติของ ความเอาใจใส่ (Empathy) และความมั่นใจ (Assurance) พบว่า เจ้าหน้าที่ของรัฐให้คำแนะนำอย่างสุภาพเป็นกันเอง และให้ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการไถ่ถอนหรือการต่อสัญญาอย่างโปร่งใส รวมถึงมีการควบคุมอัตราดอกเบี้ยตามกฎหมาย จึงทำให้ลูกค้ารู้สึกเชื่อมั่นและไว้วางใจในการใช้บริการมากกว่าโรงรับจำนำเอกชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นวพร พันธุ์ประสิทธิ์ (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในจังหวัดขอนแก่นระหว่างสถานธนานุบาลของรัฐและเอกชน พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการสถานธนานุบาลของรัฐมีความพึงพอใจในภาพรวมสูงกว่าเอกชน โดยเฉพาะในด้านความเอาใจใส่ (Empathy) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) เนื่องจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐมีความสุภาพให้คำแนะนำอย่างโปร่งใสและปฏิบัติตามระเบียบที่ชัดเจน ไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการทำให้ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจมากกว่า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kassim and Abdullah (2022) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของสถาบันการเงินในมาเลเซีย พบว่า ลูกค้าประเมินบริการของหน่วยงานรัฐว่ามีความโปร่งใสและเป็นธรรมมากกว่าเอกชน โดยเฉพาะด้านการสื่อสารและความน่าเชื่อถือของข้อมูล ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นในมาตรฐานการกำกับ ดูแลของรัฐ

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

5.3.1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการเทศบาลเมืองมหาสารคาม ควรมีการจัดสรรงบประมาณและบำรุงรักษาอย่างเป็นระบบกำหนดงบประมาณประจำปีเพื่อการตรวจสอบ บำรุงรักษา และทดแทนอุปกรณ์สำนักงานที่เสื่อมสภาพอย่างปรับปรุงอุปกรณ์สำนักงานให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล เช่น ระบบคอมพิวเตอร์ โปรแกรมบริหารข้อมูลลูกค้า เครื่องพิมพ์และเครื่องนับเงินอัตโนมัติ เพื่อช่วยลดเวลาในการให้บริการเพิ่มความถูกต้องและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

5.3.1.2 ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการเทศบาลเมืองมหาสารคาม ควรประเมินปริมาณการให้บริการในแต่ละช่วงเวลา เช่น ช่วงเปิดเทอม หรือเทศกาลสำคัญ ซึ่งมักมีลูกค้าใช้บริการเพิ่มขึ้น เพื่อวางแผนปรับจำนวนพนักงานให้เหมาะสมกับภาระงานจริง โดยอาจใช้ระบบการบริหารกำลังคนแบบยืดหยุ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการในช่วงที่มีความต้องการสูง

5.3.1.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ เทศบาลเมืองมหาสารคามควรมีการทบทวนขั้นตอนการให้บริการตั้งแต่การรับลูกค้า การประเมินทรัพย์ไปจนถึงการรับ จ่ายเงิน เพื่อกำจัดขั้นตอน

ที่ซ้ำซ้อนและลดระยะเวลาการดำเนินการ ลดระยะเวลาในการบริการ พร้อมทั้งควรนำระบบคิวอัตโนมัติหรือระบบจองคิวออนไลน์มาใช้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถทราบลำดับการให้บริการล่วงหน้าและบริหารเวลาของตนเองได้ดีขึ้น

5.3.1.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เทศบาลเมืองมหาสารคามควรกำหนดมาตรฐานการบริการในแต่ละขั้นตอน เช่น ระยะเวลาการให้บริการ ความถูกต้องของเอกสาร การตรวจสอบทรัพย์ และการสื่อสารกับลูกค้าอย่างชัดเจน เพื่อให้เจ้าหน้าที่มีแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกัน และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ พร้อมทั้งควรพัฒนาเจ้าหน้าที่ในด้านความรู้ ความสามารถ และทักษะการให้บริการที่เป็นมืออาชีพ เช่น การอบรมเรื่องมาตรฐานการบริการภาครัฐยุคใหม่ หรือจิตบริการเชิงบวกเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าในทุกขั้นตอนของการรับบริการ

5.3.1.5 ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า เทศบาลเมืองมหาสารคามควรพัฒนาทักษะด้านจิตบริการ (Service Mind) และความเข้าใจลูกค้า (Empathy Skills) จัดอบรมพนักงานให้มีความเข้าใจในสภาพเศรษฐกิจและปัญหาของลูกค้า เพื่อให้สามารถให้บริการด้วยความเห็นอกเห็นใจและเข้าใจสถานการณ์ของผู้มารับบริการได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะการสื่อสารด้วยน้ำเสียงที่สุภาพ อ่อนโยน และให้เกียรติ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกได้รับการดูแลเหมือนเป็นคนในครอบครัว

**5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป**

5.3.2.1 ควรขยายขอบเขตของพื้นที่ศึกษาให้ครอบคลุมสถานธนานุบาลในเขตเทศบาลอื่นหรือจังหวัดใกล้เคียงเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการในบริบทที่แตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อสรุปเชิงลึกและแนวทางพัฒนาที่สามารถประยุกต์ใช้ได้ในระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ

5.3.2.2 ควรศึกษาเชิงลึกในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับลูกค้าและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เพื่อให้เข้าใจถึงมิติทางจิตใจ ความคาดหวัง และประสบการณ์จริงของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะช่วยเสริมความเข้าใจเชิงลึกต่อปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ

5.3.2.3 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความภักดีของลูกค้า เพื่อวิเคราะห์ว่าคุณภาพการบริการในแต่ละมิติส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ความไว้วางใจ และการบอกต่อของลูกค้าอย่างไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์การบริหารงานของสถานธนานุบาลในระยะยาว

# บรรณานุกรม

# บรรณานุกรม


กัลยาณี วงศ์สุวรรณ. (2565). การวัดและปรับปรุงคุณภาพการบริการในธุรกิจร้านอาหาร. *วารสารการจัดการธุรกิจ,* 18(2), 45-58.

กุลนิดา กูลระวัง. (2565). *คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินไทยไลอ้อนแอร์โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กรณีศึกษาเส้นทางการบินน่าน.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2555). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ไทยวัน ศิริมา. (2567). คุณภาพการให้บริการไปรษณีย์จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตรและสังคมศาสตร์,* 5(1).

นาลิน เทียมแก้ว (2560). *การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560.* มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น จำกัด.

ปฐมพงค์ กุกแก้ว (2563). *กลยุทธ์การพัฒนาและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรการไฟฟ้า.* เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พัชรมน เชื้อนาคะ. (2560). *คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า* (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

มงคล เถาชาลี. (2563). *คุณภาพการให้บริการของสัสดีอำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร* (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). *คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สมศักดิ์ คงเทียน และอัญชลี โพธิ์ทอง. (2566). *การจัดการคุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้า: บทวิเคราะห์เชิงลึก*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. (2563). คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักศึกษาต่างชาติต่อบริการทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยขอนแก่น. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม,* 10(1), มกราคม-เมษายน.

สุติมา วรชินา. (2560). *ความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการการแพทย์ฉุกเฉินขององค์การบริหารส่วนตำบลสว่าง อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด* (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ และคณะ. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ในยุคนิวนอร์มอลของผู้บริโภคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารมหาจุฬาวิชาการ,* 9(3), 145-162.

ชาติ ตะโกจีน. (2559). *อิทธิพลของความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการแรงจูงใจในการใช้บริการและภาพลักษณ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการรถไฟโดยสารชั้น 1* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นิติพล ภูตะโชติ. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เบญชภา แจ้งเวชฉาย. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยากรุงเทพ.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2539). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ *ในจิตวิทยาการบริการหน่วยที่ 8-15* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สมฤดี ธรรมสุรัติ. (2554). *ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพฯ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กาญจนา คำตัน. (2565). คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกะปิ. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา,* 12(2).

ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ. (2566). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

นันทวุฒิ เถาถวิล. (2566). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พีรวิชญ์ ลีวัฒนาพงศ์. (2567). *คุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอ ในจังหวัดร้อยเอ็ด* (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

เพ็ญนภา จรัสพันธ์. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าจีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

จารุภา สายโยธ์. (2559). *อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์การ และส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจ ความไว้เนื้อเชื่อใจ ความผูกพัน การบอกต่อ และกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาวงศ์สว่าง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา.* กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของสถาบันธนานุบาลในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคมมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดนัย เทียนพุฒ. (2543). *นวัตกรรมการบริการลูกค้า.* กรุงเทพฯ: บุ๊คแบงก์.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2555). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ *เอกสารประกอบการสอน.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พีร์ พวงมะลิต. (2560). *ทัศนคติและการรับรู้ของประชาชนต่อกฎหมายเกี่ยวกับการปล่อยโคมลอย.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

เทศบาลเมืองมหาสารคาม. (2554). *โครงสร้างของเทศบาลเมืองมหาสารคาม*. มหาสารคาม: สำนักงานเทศบาลเมืองมหาสารคาม.

นิพนธ์ เรืองหิรัญวนิช, วรรณี เนียมหอม และสันติ ศรีสวนแตง. (2560). คุณภาพการให้บริการของกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปกร. *Veridian E-Journal,* 10(2), 2677-2689.

มณฑกานต์ ฉิมเกิด. (2560). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของฝ่ายวิชาการ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. *วารสารเกษมบัณฑิต,* 18(1), 36-51.

สรรค์ชัย กิติยานันท์ และคณะ. (2560). คุณภาพการให้บริการของคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม,* 4(2), 105-112.

เกียรติศักดิ์ มาลีหวล. (2561). คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลท่าตูม อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิจัยวิทยการจัดการ,* 2(2).

ราตรี ตราชูวณิช. (2561). คุณภาพการให้บริการของศูนย์การศึกษาพิเศษ ประจำจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย,* 13(2).

อิทธิศักดิ์ อักษรเวช. (2561). *คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดิน จังหวัดมหาสารคาม สาขาบรบือ* (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ธมน เครือเนตร. (2562). *คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลเทศบาลเมืองปากช่อง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.

สุทิน นพเกตุ. (2562). คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์,* 4(1), 149-158.

ศิริรักษ์ ภูหิรัญ และกฤษฎา มูฮัมหมัด. (2563). ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี. *ในการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15* (น. 873-886). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.

อิสริยา ใจซื่อ. (2563). *คุณภาพการให้บริการของคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม* (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

วิลาสิณี เจริญ. (2564). คุณภาพในการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม. *วารสารพุทธมัคค์ วิทยาลัยพิชญบัณฑิต,* 6(2), 127-139.

วิรัตน์ ชนะสิมมา. (2564). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ กรณีศึกษาตำบลบ้านโคก อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ,* 11(2), 15-27

สุวรรณี เย็นรักศรี. (2562). คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สาขาปราณบุรี. *บัณฑิตวิทยาลัย*, 16(2), 59.

สิทธิกร สมบูรณ์พร้อม. (2564). *คุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม* (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

ณัฐวุฒิ สุขเกษม. (2565). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลนครขอนแก่น* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เยาวธิดา สุริจักหงส์. (2565). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของเทศบาลตำบลแก่นฝาง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์และนโยบายศาสตร์,* 14(1), 85-100.

ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ในยุคนิวนอร์มอลของผู้บริโภคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารมหาจุฬาวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย,* 9(3), 145-162.

ยุพดี บัวแดง. (2566). คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิจัยและวิชาการบวรพัฒน์,* 1(1).

ขวัญสุดา สุทธิแสน. (2566). *คุณภาพการให้บริการประชาชนของสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดน่าน* (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ. (2566). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารการบริหารภาครัฐและการพัฒนาท้องถิ่น,* 9(2), 85-102.

กฤติยา ชาญเวช. (2566). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชน. *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์,* 11(1), 45-60.

มานะ ดำรงค์. (2563). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ. *วารสารการจัดการภาครัฐ,* 7(2), 112-128.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2566). การรับรู้คุณภาพการให้บริการขององค์กรภาครัฐ. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์,* 10(1), 33-49.

พิณ ทองพูน. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ. *วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการจัดการ,* 8(1), 71-88.

ศุภกานต์ อโนมะศิริ. (2547). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า. *วารสารการตลาดและการบริการ,* 2(1), 15-30.

สุวัฒน์ ทองอินทร์. (2562). การบริหารคุณภาพการบริการของหน่วยงานภาครัฐ. *วารสารการบริหารราชการไทย,* 6(2), 95-111.

จิรศักดิ์ เรืองรัตนะ. (2563). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชน. *วารสารการจัดการภาครัฐ,* 7(1), 54-69.

จิราภรณ์ วงศ์วัฒน์. (2566). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารของรัฐ. *วารสารเศรษฐศาสตร์และการเงิน,* 12(1), 101-118.

นวพร พันธุ์ประสิทธิ์. (2566). การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในจังหวัดขอนแก่นระหว่างภาครัฐและเอกชน. *วารสารการเงิน การธนาคาร และการพัฒนา,* 9(2), 60-78.

พุธิตา พรหมภู่. (2566). คุณภาพการให้บริการต่อผู้โดยสารสายการบินที่ใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติ. *วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ,* 11(1), 89-105.

ศุภกิจ มโนวราภรณ์. (2566). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลนครเชียงใหม่. *วารสารการบริหารท้องถิ่น,* 10(2), 40-58.

สำนักงานธนานุเคราะห์. (2561). *บทบาทของสถานธนานุบาลในการช่วยเหลือประชาชนผู้มีรายได้น้อย.* สืบค้นจาก https://www.pawn.co.th/Upload/Temp/SjyF9eBh15102021013635.pdf

สำนักงานธนานุเคราะห์. (2565). *รายงานประจาปี 2565 สำนักงานธนานุเคราะห์: รายงานสถานการณ์และผลการดำเนินงาน.* สืบค้นจากhttps://www.pawn.co.th/Upload/Temp/fvMCMDQs12042023093407.pdf.

Aday, L.A. and Andersen, R.M. (1975). A Framework for the Study of Access to Medical Care. *Health Services Research,* 10(1), 1-21.

Bartol, K.M. and Martin, D.C. (1991). *Management.* New York: McGraw-Hill.

Bitner, M.J. and Hubbert, A.R. (1994). *Encounter Satisfaction versus Overall Satisfaction versus Quality.* In Service Quality: New Directions in Theory and Practice. Sage Publications.

Chaudhuri, A. and Holbrook, M.B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing,* 65(2), 81-93

Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing,* 56(3), 55-68.

Crosby, L.A. (1988). "Defining and Measuring Service Quality: An Empirical Examination. *Journal of Services Marketing,* 2(3), 18-22.

Desarbo, W.S. Oliver, R.L. and Ranga, S.A. (1991). Customer satisfaction and loyalty: A latent class analysis approach. *Journal of Consumer Research,* 18(1), 50-64.

Fornell, C. and Wernerfelt, B. (1987). Defensive Marketing Strategy by Customer Complaint Management: A Theoretical Analysis. *Journal of Marketing Research*, 24(4), 337-346.

Fornell, C. and Wernerfelt, B. (1987). Defensive Marketing Strategy by Customer Complaint Management. *Journal of Marketing Research,* (24), 71-82.

Good, C.V. (1973). *Dictionary of Education.* New York: McGraw Hill.

Gronroos, C. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications. *European Journal of Marketing,* 18(4), 36-44.

Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing.* Massachusetts: Lexington.

Gronroos, K. (1984). *Consumer Behavior*. Chicago: University of Chicago.

Higgins, J.M. (1995). *Innovate or evaporate: Test & improve your organization's IQ-Its innovation quotient.* New York: New Management.

Hornby, A.F. (2000). *Advance Learner's Dictionary* (6th ed.). London, England: Oxford University.

Johnson, D.W. and Johnson, E.P. (1991). *Joining together: Group Theory and Group Skills.* Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Kassim, N.M. and Abdullah, N.A. (2022). Service quality dimensions and customer satisfaction: Evidence from public sector organizations. *International Journal of Service Management,* 33(2), 215–230.

Kotler, P. (1988). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control.* Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Kotler, P. (1996). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. (2000). Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. and Armstrong, G. (2008). *Principle of Marketing* (12th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. and Keller, K. (2011). *Marketing Management* (14th ed.). London: Pearson Education.

Kotler, P. and Keller, L.K. (2006). *Marketing management.* New Jersey: Pearson Education.

Lawrence, P. and Barbara, J. (1988). *Organizational behavior and service performance.* New York: McGraw-Hill.

Lewis, R.C. and Bloom, J. (1983). Defining and Measuring Service Quality: A Multi-Dimensional Approach. *Journal of Retailing,* 59(1), 1-16.

Lin, R.J., Chen, R.H. and Chiu, K.K.S. (2010). Customer relationship management and innovation capability: an empirical study. *Industrial Management & Data Systems,* 110(1), 111-133.

Lovelock, C. and Wirtz, J. (2011). *Services marketing: People, technology, strategy* (7th ed.). New Jersey: Pearson.

Mahmood, A. and Hassan, N. (2022). Public service quality and demographic influences: An empirical study in Malaysia. *Journal of Asian Public Administration,* 44(1), 23-40.

Matsushita, K. (1989). *Not for bread alone: A business ethic.* PHP Institute.

Matsushita, K. (1989). *The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm.* New York: Harper Business.

McCormick, E.J. and Tiffin, J. (1984). *Industrial psychology* (6th ed.). Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall.

Millet, A. (1954). The Concept of Quality and Its Measurement. *Journal of Marketing,* 19(1), 22-34.

Olive, R.L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing,* 57(3), 25-48.

Oxford, R.L. (1989). Variables affecting choice of language learning strategies by university students. *Modern Language Journal,* 73(3), 291-300.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing,* 49, 41-50.

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

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations.* New York: The Free Press.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing,* 49, 41-50.

Patterson, P. and Spreng, R. (1997). Modeling the relationship between perceived value, satisfaction and repurchase intentions in a business to business, Service cont Sext. *International Journal of Service Industry Management,* 8(5), 414-434.

Pham Tran, T.H. and Nguyen, T.Q. (2024). Service quality and customer satisfaction in financial service institutions: Evidence from Southeast Asia. *Asian Journal of Business Research,* 14(1), 45–62.

Ritter, S., Sinatra, A.M. and Fancsali, S.E. (2014). Exploring the Quality of Service in Various Contexts. *Journal of Service Research,* 16(3), 265-284.

Rust, R.T. and Oliver, R.L. (1994). *Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier.* In Service Quality: New Directions in Theory and Practice. Sage Publications.

Sasser, W.E., Olsen, R.P. and Wyckoff, D.D. (1978). *Management of Service Operations: Text, Cases, and Readings.* Boston: Allyn and Bacon.

Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behavior.* New Jersey: Pearson Prentice-Hall.

Schmenner, R.W. (1995). *Service operations management.* Englewood Cliifs, NJ: Prentice-Hall.

Schmenner, R.W. (1995). *Service Operations Management. In Handbook of Operations Management.* John Wiley and Sons.

Solomon, M.R., Bamossy, G., Askegaard, S. and Hogg, M.K. (2010). *Consumer Behavior: A European Perspective.* London: Pearson Education.

Teas, R.K. (1993). Expectations, Performance Evaluation, and Consumers' Perceptions of Quality. *Journal of Marketing,* 57(4), 18-34.

Tenner, A.R. and De Toro. (1992). *Total Quality Management: Three Steps to Continuous. Improvement.* United States: Addison Wesley.

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

Webster, J. (1998). *Marriam-Webster's Spanish-English Dictionary*. Hearty: Eileen M.P.

White, R.C. and Abel, M. (1995). Measuring Service Quality and the Impact of Service Quality on Customer Satisfaction. *Journal of Services Marketing,* 9(3), 51-61.

Willard, P. and Teece, V. (1983). Satisfying the Use: A Look at a Local Public Library. *The Australian Library Journal,* 32, 41-46.

Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis.* New York: Harper and Row.

Zeithaml, P. and Berry, L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions.* New York: The Free Press.

Zeithaml, V.A. (1981). How consumer evaluation processes differ between goods and services. VA Zeithaml. *Marketing of services,* 9(1), 25-32, 1981.

# ภาคผนวก

# ภาคผนวก ก

# แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

# แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

**เรื่อง** คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม
**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัย เพื่อรวบรวมข้อมูลผลกระทบของคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ขอความร่วมมือข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงตามบริบทของพื้นที่ของท่าน โดยผู้วิจัยจะสรุปผลและนำเสนอการวิจัยเชิงวิชาการในลำดับต่อไป โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

**ตอนที่ 3** แบบสอบถามแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

**ตอนที่ 1** ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโปรดใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ
   - 1.1 ☐ ชาย
   - 1.2 ☐ หญิง
2. อายุ
   - 2.1 ☐ ต่ำกว่า 25 ปี
   - 2.2 ☐ 25-35 ปี
   - 2.3 ☐ 36-45 ปี
   - 2.4 ☐ 46-55 ปี
   - 2.5 ☐ 55 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
   - 3.1 ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
   - 3.2 ☐ ปริญญาตรี
   - 3.3 ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ
   - 4.1 ☐ นักเรียน/นักศึกษา
   - 4.2 ☐ รับจ้างทั่วไป
   - 4.3 ☐ พนักงานเอกชน
   - 4.4 ☐ เกษตรกร
   - 4.5 ☐ รับราชการ
   - 4.6 ☐ รัฐวิสาหกิจ
   - 4.7 ☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว

5. รายได้/เดือน
   5.1 ☐ ไม่เกิน 10,000 บาท/เดือน
   5.2 ☐ 10,000-20,000 บาท/เดือน
   5.3 ☐ 20,000 บาทขึ้นไป/เดือน
6. การเลือกใช้สถานธนานุบาล/โรงรับจำนำ
   6.1 ☐ ธนานุบาล (ภาครัฐ)
   6.2 ☐ โรงรับจำนำ (ภาคเอกชน)

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

**คำชี้แจง:** ท่านมีความเห็นต่อข้อความเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ต่อคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โปรดทำ เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียว

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

| ข้อ | รายการ | ระดับคุณภาพการให้บริการ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาลในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม | | | | | | |
| 1. | ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ | | | | | |
| 1.1 | สถานที่ให้บริการมีความสะอาดและเป็นระเบียบอย่างน่าพึงพอใจ | | | | | |
| 1.2 | อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานที่จัดเตรียมไว้ มีคุณภาพสูงและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ | | | | | |
| 1.3 | ป้ายประกาศและเอกสารต่าง ๆ มีความชัดเจน สะอาด และเข้าถึงง่าย | | | | | |
| 1.4 | สภาพแวดล้อมและการตกแต่งของสถานที่ให้บริการสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ | | | | | |
| 1.5 | การจัดแสดงและการจัดวางสิ่งของในสถานที่ให้บริการช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า | | | | | |
| 2. | ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ | | | | | |
| 2.1 | การบริการถูกส่งมอบตามเวลาที่กำหนดและสอดคล้องกับที่ได้สัญญาไว้ | | | | | |

| ข้อ | รายการ | ระดับคุณภาพการให้บริการ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 2.2 | ข้อมูลและคำแนะนำจากพนักงานมีความถูกต้องและมีความสม่ำเสมอ | | | | | |
| 2.3 | พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ | | | | | |
| 2.4 | ระบบการจัดเก็บและเข้าถึงข้อมูลลูกค้ามีความปลอดภัยและสามารถใช้งานได้อย่างรวดเร็ว | | | | | |
| 2.5 | จำนวนพนักงานมีความเพียงพอต่อความต้องการในการให้บริการของลูกค้า | | | | | |
| 3. | ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ | | | | | |
| 3.1 | พนักงานแสดงความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการลูกค้า | | | | | |
| 3.2 | การบริการมีความรวดเร็วและลูกค้าไม่ต้องรอคิวนานเกินควร | | | | | |
| 3.3 | พนักงานมีความสามารถในการประเมินและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม | | | | | |
| 3.4 | กระบวนการให้บริการมีประสิทธิภาพและสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว | | | | | |
| 3.5 | การแก้ไขปัญหาหรือข้อสงสัยของลูกค้าได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ | | | | | |
| 4. | ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า | | | | | |
| 4.1 | พนักงานมีความรู้และทักษะเพียงพอในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า | | | | | |
| 4.2 | พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมืออาชีพและมีประสิทธิภาพ | | | | | |
| 4.3 | พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจและเชื่อถือได้ | | | | | |
| 4.4 | ลูกค้ารู้สึกมั่นใจว่าบริการที่ได้รับมีคุณภาพและมาตรฐานสูง | | | | | |

| ข้อ | รายการ | ระดับคุณภาพการให้บริการ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 4.5 | พนักงานสามารถสร้างความรู้สึกปลอดภัยและเชื่อมั่นให้กับลูกค้า | | | | | |
| 5. | ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า | | | | | |
| 5.1 | พนักงานให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และความเป็นมิตร | | | | | |
| 5.2 | พนักงานแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเกี่ยวข้องให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง | | | | | |
| 5.3 | พนักงานมีความสามารถในการเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย | | | | | |
| 5.4 | ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดและเป็นกันเองจากพนักงาน | | | | | |
| 5.5 | พนักงานให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังและความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย | | | | | |

**ตอนที่ 3** แบบสอบถามแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

.....

.....

.....

2. ด้านความน่าเชื่อถือ

.....

.....

.....

3. ด้านการตอบสนองลูกค้า

.....

.....

.....

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

.....

.....

.....

5. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

.....

.....

.....

ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

# ภาคผนวก ข

## ค่าความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

**ตารางที่ ข.1** ค่าความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

| คำถามข้อ | คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ | | | รวม | ค่าเฉลี่ย |
|---|---|---|---|---|---|
| | คนที่ 1 | คนที่ 2 | คนที่ 3 | | |
| X1 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X2 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X3 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X4 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X5 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X6 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X7 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X8 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X9 | 0 | +1 | +1 | 2 | 0.67 |
| X10 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X11 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X12 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X13 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X14 | +1 | 0 | +1 | 2 | 0.67 |
| X15 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X16 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X17 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X18 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X19 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X20 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X21 | +1 | +1 | 0 | 2 | 0.67 |
| X22 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X23 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X24 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |
| X25 | +1 | +1 | +1 | 3 | 1 |

# ภาคผนวก ค

# ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

**ตารางที่ ค.1** ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

| ข้อ | ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย |
|---|---|
| X1 | 0.583 |
| X2 | 0.325 |
| X3 | 0.378 |
| X4 | 0.254 |
| X5 | 0.746 |
| X6 | 0.355 |
| X7 | 0.459 |
| X8 | 0.535 |
| X9 | 0.568 |
| X10 | 0.493 |
| X11 | 0.372 |
| X12 | 0.438 |
| X13 | 0.592 |
| X14 | 0.431 |
| X15 | 0.583 |
| X16 | 0.467 |
| X17 | 0.514 |
| X18 | 0.534 |
| X19 | 0.746 |
| X20 | 0.583 |
| X21 | 0.583 |
| X22 | 0.325 |
| X23 | 0.378 |
| X24 | 0.254 |
| X25 | 0.746 |

หมายเหตุ: Reliability Coefficients, N of Cases = 42, N of Items = 25, Alpha = .890

# การเผยแพร่ผลงานวิจัย

ชุติมา ศรีพูล, ภักดี โพธิ์สิงห์ และเสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. (2569). คุณภาพการให้บริการของสถานธนานุบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคามจังหวัดมหาสารคาม. *Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), กันยายน-ตุลาคม.*

# ประวัติผู้วิจัย

**ชื่อ** นางสาวชุติมา ศรีพูล

**สถานที่ทำงาน** SP น้ำดื่ม 83 หมู่ 2 ตำบลสระพังทอง อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์

**ตำแหน่ง** ผู้ควบคุมการผลิต

**ประวัติการศึกษา**

พ.ศ. 2564 นิติศาสตรบัณฑิต (นบ.บ.) สาขาวิชานิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พ.ศ. 2569 รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รป.ม.) สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม