

ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

People's Satisfaction On Service Quality of Latkrabang Industrial Estate Office

นางสาวมณีฉัฐวร พับพรวนกุล

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Maneenattawon Pubpruankun

Industrial Management, Master of Business Administration Program

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author: Maneenattawon.p@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลของความแตกต่างของปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระหว่าง เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังและเพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือประชากรที่มาใช้บริการกับสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ที่อยู่ในเขตลาดกระบังจำนวน 400 คน จากการสุ่มตัวอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ร้อยละ (Percentage) สำหรับสมมติฐานจะถูกวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ผลการศึกษาพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงในช่วงอายุ 19-37 ปี (Gen Y) การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนรายได้อยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ที่สุดและให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ความพึงพอใจที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ,คุณภาพการให้บริการ

Abstract

This research aims to study the effect of differences in demographic factors such as sex, age, educational background, occupation, income on service quality of Latkrabang Industrial Estate Office and to study satisfaction factors on service quality of Latkrabang Industrial Estate Office. The sample group used in this study was the population who came to use the service at Latkrabang Industrial Estate Office. located in Latkrabang area of 400 people from simple sampling The instrument used for data collection was an online questionnaire. Data were analyzed by descriptive statistics, including mean, standard deviation, and percentage. Assumptions were analyzed by analysis of variance (ANOVA) and analysis of multiple regression equations. (Multiple Linear Regression). The results showed that the demographic characteristics of the sample were female, aged between 19-37 years old (Gen Y), having a bachelor's degree or equivalent, having a career. Employees of private companies income is in the range. 15,001-30,000 baht gave the highest level of satisfaction and the highest level of satisfaction on service quality. The results of the hypothesis testing found that different personal factors affect the service quality of Latkrabang Industrial Estate Office, such as gender, age, educational background, occupation, and income. Differently affect the service quality of Latkrabang Industrial Estate Office. different test results found that The difference was statistically significant at the 0.01 level and the different satisfactions had different effects on the service quality of Latkrabang Industrial Estate Office. The test results showed that The difference was statistically significant at the 0.01 level.

Keyword: Satisfaction Factors; Service Quality

1. บทนำ

สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง (สนล.) โดยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม จัดตั้งขึ้นตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 339 ลงวันที่ 13 ธันวาคม 2515 และต่อมาได้มีการปรับปรุงประกาศคณะปฏิวัติ โดยตราเป็นพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ขึ้นแทนพระราชบัญญัติดังกล่าวได้กำหนดให้ กนอ. เป็นกลไกของภาครัฐในการขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมของประเทศด้วยการจัดตั้ง “นิคมอุตสาหกรรม” เพื่อการจัดสรรพื้นที่สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมให้เข้าไปอยู่ร่วมกันอย่างมีระบบ และ กนอ. สามารถดำเนินกิจการต่าง ๆ ที่จำเป็นหรือเป็นประโยชน์แก่การดำเนินงานของ กนอ. รวมถึงเป็นการขยายขอบเขตของการพัฒนาพื้นที่จากภาคอุตสาหกรรมสู่ภาคบริการ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการยกระดับความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการเพิ่มมูลค่าการลงทุนของภาคอุตสาหกรรม เพื่อสนับสนุนความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการจัดการสิ่งแวดล้อมและการกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไปสู่จังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทยอย่างสมดุล ซึ่งนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังเป็นเขตพื้นที่เฉพาะโรงงาน ซึ่งได้จัดสรรไว้สำหรับโรงงานและบริษัท เพื่อประกอบกิจการอุตสาหกรรม ให้โรงงานเข้าไปอยู่ร่วมกันอย่างมีสัดส่วนเป็นระบบระเบียบ จะประกอบไปด้วยพื้นที่สำหรับภาคอุตสาหกรรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้วยระบบสาธารณูปโภค และระบบสาธารณูปการที่ครบครัน เช่น ถนนหนทาง การวางท่อระบายน้ำเพื่อการอุตสาหกรรม ระบบบำบัดน้ำเสียอุตสาหกรรมส่วนกลาง ระบบเขื่อนเพื่อป้องกันการเกิดน้ำท่วม ไฟฟ้าส่องสว่าง การใช้น้ำประปา ระบบคมนาคมสัญญาณ โทรศัพท์ นอกจากนี้ยังประกอบด้วยบริการอื่น ๆ ที่จำเป็นอีก เช่น ที่ทำการไปรษณีย์ ธนาคาร ศูนย์การค้า ที่พักอาศัยสำหรับคนงาน สถานบริการปั้มน้ำมัน เป็นต้น ซึ่งบทบาทของนิคมอุตสาหกรรมเป็นกลไกของรัฐในการกระจายอุตสาหกรรมและความเจริญไปสู่ภูมิภาค การรักษาและส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการอุตสาหกรรม การป้องกันและบรรเทาอุบัติเหตุอันเกิดจากอุตสาหกรรม การจัดระบบและระเบียบการใช้ที่ดินในพื้นที่เฉพาะ และเป็นส่วนหนึ่งของการวางผังเมือง ตลอดจนการใช้ที่ดิน รวมทั้งการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมทั่วไป อุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก และรวมถึงอุตสาหกรรมพื้นฐาน (อ้างอิง <https://www.icat.go.th>)

กนอ. ได้มีการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการยกระดับสำนักบริการเบ็ดเสร็จครบวงจร (One Stop Service Center : OSS) ขึ้น ซึ่งกระจายอยู่ในทุกนิคมอุตสาหกรรม เพื่อให้บริการแบบ เบ็ดเสร็จตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการในการทำธุรกิจกับกนอ. ไม่ว่าจะเป็นการซื้อหรือเช่าที่ดิน การแนะนำพื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้ง โรงงาน การอนุมัติคำขออนุญาตและการออกไปรับรองที่จำเป็นต่าง ๆ เพื่อการจัดตั้ง โรงงานในทุกขั้นตอนโดยง่าย หรือแม้แต่การพัฒนาจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมร่วมกับ กนอ. ซึ่ง กนอ. เป็นองค์กรแห่งการให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ มุ่งให้ความสะดวกและรวดเร็วแก่ผู้ประกอบการรวมถึงผู้มาติดต่อและประชาชนทั่วไปเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่เนื่องด้วยเป็นองค์กรประเภทรัฐวิสาหกิจจะถูกจำกัดด้วยพนักงานที่มีอยู่อย่างจำกัด ระยะเวลาการดำเนินงานพัฒนาระบบต่าง ๆ มีความล่าช้า บางครั้งไม่สามารถตอบสนองปัญหาและความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาจทำให้ประชาชนทั่วไป มีภาพลักษณ์ต่อองค์กรในแง่ลบ (อ้างอิง

<https://www.icat.go.th>)

จากข้อมูลข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เพื่อให้ทราบว่าผู้มาใช้บริการจากสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง มีความพึงพอใจในด้านใดและต้องปรับปรุงในด้านใด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต่างกัน
2. ความพึงพอใจที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต่างกัน

2. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์มีผลกับการผลักดันของปัจจัยภายนอกที่มาทำการกระตุ้นจึงเกิดเป็นความคิดว่า บุคคลคนที่มีลักษณะแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมต่าง ๆ แตกต่างกัน ซึ่งความคิดนี้ตรงกับทฤษฎีการรวมกลุ่มทางสังคม ของ Defleur and Bcll-Rokeach (1996) ทฤษฎีนี้พัฒนาจากแนวความคิดเรื่องการตอบสนอง (Stimulus-Response) ผู้รับสารมีคุณลักษณะแตกต่างกันจะเกิดความสนใจต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน คือบุคคลใดมีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักอยู่กลุ่มเดียวกัน ดังนั้นบุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกัน จะเลือกรับและตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน

สุนทรี พัทธพันธ์ (อ้างถึงใน ธัญญาชยา อ่อนคง, 2553) คนแต่ละคนไม่เหมือนกันมีความต่างกัน มีรูปร่างเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต่างกัน ทั้งเอกลักษณ์ที่สามารถมองเห็นจากรูปลักษณ์ที่คนทั่วไปมองเห็นได้และความรู้สึกภายในจิตใจคือปัจจัยส่วนบุคคล

ปรมะ สตะเวทิน (2533 : 112) ได้แบ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้ดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างระหว่างเพศ ทำให้บุคคลแต่ละคนมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่ แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มที่มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย

นอกจากนี้ เพศหญิงและเพศชาย ยังมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เป็นเพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม ของมนุษย์ กล่าวคือคนที่มีความอายุน้อยจะมีอิสรภาพทางความคิด ทัศนคติทางโลกไม่ดีกว่าคนที่มีความอายุน้อย เนื่องจากบุคคลเหล่านั้นได้ผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะในการเสพสื่อและใช้สื่อก็มีความแตกต่างกันซึ่งคนที่มีความอายุน้อยกว่ามักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารเชิงสร้างสรรค์และมีสาระ ในขณะที่คนที่มีความอายุน้อยเน้นการใช้สื่อเพื่อความบันเทิง

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนส่วนใหญ่มีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกัน คนที่ได้รับการศึกษาสูงมักจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นผู้ที่มีความกว้างขวางและมีความสามารถในการเข้าใจสารได้ดี แต่ในทางกลับกันบุคคลเหล่านี้จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอในขณะที่ คนมีการศึกษาน้อยหรือต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ในการรับฟังข้อมูล ข่าวสาร อีกทั้งหากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างก็มักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลามักจะมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4. การประกอบอาชีพ มีเงินหรือรายได้และสถานภาพในสังคมบุคคลแต่ละบุคคล มีผลต่อการตอบรับของคนที่รับข้อมูลที่มีต่อคนส่งข้อมูลเพราะบุคคลแต่ละบุคคลนั้นมีการดำเนินชีวิตทางความคิดต่างกัน ซึ่งปัจจัยบางอย่างเกี่ยวข้องกับตัวคนรับข้อมูลแต่ละคน มีผลกับวิธีรับข่าวสารในรูปแบบต่างกัน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่มักจะมามีอิทธิพลต่อการรับ ข่าวสารสอดคล้อง กับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) กล่าวว่าปัจจัยส่วนบุคคลนั้นถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้กำหนดเกณฑ์ชีวิตที่ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดใช้ในการแบ่งส่วนของตลาด ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ และเป็นสถิติที่สามารถวัดได้ที่ใช้ในการกำหนดเป้าหมายของตลาด และง่ายต่อการวัดผลลัพธ์ เกณฑ์การวัดที่สำคัญได้แก่

1. อายุ กลุ่มผู้บริโภค โภคที่มีอายุต่างกัน นักการตลาดมักใช้ข้อมูลด้านอายุที่ต่างกันในการแบ่งเพื่อใช้ในการหาความต้องการของตลาดการส่วนน้อย

2. เพศ การแบ่งตัวแปรทางด้านเพศ ปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนไปในพฤติกรรมของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เช่น ในสังคมปัจจุบันมีการเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วจะเห็นได้ว่ามีเพศเปิดเผยด้านเพศมากขึ้น ไม่ใช่แค่เพศหญิงกับชายแต่มี LTBGQ อีกด้วย

3. ลักษณะครอบครัว ลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้และมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค นักการตลาดมักจะให้ความสนใจในจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าที่เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้มีความเหมาะสม

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ บ่งบอกถึงความสามารถในซื้อสินค้า และเพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จากแนวคิดข้างต้นสามารถที่จะแบ่งลักษณะประชากรศาสตร์เพื่อแบ่งส่วนตลาด และกำหนดตลาดเป้าหมายจำแนกผู้บริโภคแต่ละประเภทตามที่กำหนดไว้ได้อย่างชัดเจน

สรุปได้ว่าพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้นเป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีความสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย และลักษณะทางประชากร เหล่านี้สามารถแบ่งเป็นกลุ่มๆได้ คือบุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

เชลลี (Shelli, 1995) กล่าวว่าคือทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกและเป็นความรู้สึกในทางลบ ระบบความพึงพอใจ เมื่อเกิดความรู้สึกในทางบวกมาก ๆ จะทำให้มีเกิดความพึงพอใจแบบทวีคูณ ที่เรียกว่าระบบความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์กัน อย่างสลับซับซ้อน

ธีรจิต นวรัตน์ ณ อุษยา (2547) ได้กล่าวถึงแนวคิดความรู้สึกพึงพอใจว่า เกิดขึ้นจากประสบการณ์จากการให้บริการอย่างเต็มที่ มีความรู้สึกว่าคุณค่าที่ได้มาใช้บริการ คุณภาพการบริการ ขึ้นอยู่กับพนักงาน ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจมี 3 ประการ มีดังนี้

1. บรรยากาศแวดล้อมบริเวณโดยรอบ ยกตัวอย่างเช่น มีอากาศถ่ายเท แสงสว่างเพียงพอ จัดให้มีที่นั่งคอย ทั้งหมดนี้ส่งผลต่อความรู้สึกพึงพอใจของผู้ที่มารับบริการ
2. ผู้รับบริการมีความต้องการสำหรับการได้รับบริการที่แตกต่างกันไป รวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนแปลงไปสำหรับการได้รับบริการในแต่ละครั้ง
3. ผู้ให้บริการ ต่อลูกค้ามีผลจากจากท้องคู้ความสามารถความพร้อมในด้านกายและอารมณ์ในขณะที่ให้บริการ รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน

ทฤษฎีความต้องการ ในลำดับขั้นของมาสโลว์ ได้ไล่เรียงลำดับความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ด้านได้แก่

1. ความต้องการพื้นฐานทางร่างกาย
2. ความต้องการความปลอดภัยรอดพ้นอันตรายและมั่นคง
3. ความต้องการความรัก ความเมตตา ความอบอุ่น และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ
4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การยกย่อง และความเคารพตัวเอง
5. ความต้องการความสำเร็จด้วยตนเอง

ความพอใจในขั้นต่าง ๆ ของความต้องการของมนุษย์นี้ ความต้องการขั้นสูงกว่าบางครั้ง ได้ปรากฏออกมาให้เห็นแล้วก่อนที่ความต้องการขั้นแรกจะให้เห็นผลเป็นที่พอใจเสียด้วยซ้ำ อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนส่วนมากแสดงให้เห็นว่าตนมีความพอใจ

อย่างสูงสุด ในลำดับชั้นความต้องการชั้นต่าง ๆ มากกว่าชั้นสูง จากการสำรวจพบว่าคนธรรมดาทั่วไปจะมีความพอใจในลำดับชั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ ความต้องการทางด้านกายภาพ 85% ความต้องการความปลอดภัย 70% ความต้องการทางด้านสังคม 50% ความต้องการเด่นในสังคม 40% ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในสิ่งที่ตนปรารถนา 10%

อเคย์และแอนเดอร์เซน (Aday & Andersen, 1978) กล่าวถึงทฤษฎีพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความรู้สึกของผู้มาใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญในการประเมินผลของระบบการให้บริการได้การเข้าถึงผู้ใช้บริการ คือ

1. การใช้เวลารอคอยในสถานที่
2. ความสะดวกที่ได้รับ
3. การได้รับการดูแล
4. ความสะดวกสบาย
5. ขอรับบริการได้ตามความต้องการ
6. การประสานงาน
7. ข้อมูลที่ได้รับ
8. การทักทาย เป็นกันเองและเป็นมิตร มีความสนใจลูกค้า
9. คุณภาพมาตรฐาน
10. ค่าใช้จ่าย

สรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความพอใจ ชอบใจ และมีความสุขที่ความต้องการ หรือเป้าหมาย ที่ตั้งใจไว้บรรลุผล หรือสมหวังนั่นเอง สำหรับผู้มาใช้บริการ ณ ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ ย่อมจะมีความต้องการหรือความคาดหวังว่า ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จจะอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการในด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านคุณภาพการให้บริการ ที่สามารถวัดได้จากแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นของผู้รับบริการได้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ความหมายเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ พาราสุรามาน ซีเทมปี และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) ให้ความหมาย คุณภาพนั้นเกิดจากความต้องการและคาดการณ์ของผู้มาใช้บริการหากเป็นไปตามที่คาดหวังก็ถือว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าวมีคุณภาพ

ทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ ปัจจุบันกำหนดคุณภาพบริการ SERVQUAL (พาราสุรามาน 1994) เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมในการนำมาใช้เพื่อศึกษาในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ อย่างกว้างขวาง ซึ่งองค์กรต้องการทำความเข้าใจต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายตามความต้องการในบริการที่ต้องการ และเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพในการให้บริการ

ขององค์กร เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการให้ประสบผลสำเร็จ SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลัก และมี ความสัมพันธ์กับมิติของคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการ ผู้ให้บริการของบริษัทหลายแห่ง จะนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนา และปรับปรุงรูปแบบคุณภาพการบริการ โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการโดยเฉพาะ โดยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพ บริการที่เรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) 5 มิติหลัก ประกอบด้วย

มิติที่ 1 **ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)** หมายถึง การบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับ ต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่เห็นได้ เช่น อุปกรณ์ และ เครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของ พนักงาน แผ่นพับ และเอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง ลักษณะ ดังกล่าวจะช่วย ให้ลูกค้ารับรู้ว่ามี ความตั้งใจในการให้บริการ

มิติที่ 2 **ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)** หมายถึง การบริการต้องตรง ได้ตามเวลาที่สัญญาไว้ ต้องมีความถูกต้อง และมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการและ สามารถช่วยแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นได้

มิติที่ 3 **การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)** โดยการมอบบริการอย่างรวดเร็ว ไม่รอคิวนาน ต้องมีความ กระตือรือร้นให้การช่วยเหลือ ไม่ละเลยผู้มาใช้บริการ

มิติที่ 4 **การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)** หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ ข้อมูลที่ถูกต้อง มีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือเป็น และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

มิติที่ 5 **การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)** หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และ ให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติและแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่องใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

สรุปได้ว่าการกำหนดมาตรฐานของบริการที่ต้องเขียนเป็นข้อความว่าในการปฏิบัติงานจะต้องมีลักษณะอย่างไร ในด้านปริมาณ ด้านคุณภาพเวลา วิธีการต่าง ๆ รวมถึง พฤติกรรมและสิ่ง อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งพาราสุรามาน 1994 ได้กำหนด เครื่องมือ SERVQUAL เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมในการนำมาใช้เพื่อศึกษาในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการอย่างกว้างขวาง สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลัก

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้คือประชากรที่อยู่ในเขตลาดกระบัง ใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) บุคคลที่มารับบริการกับสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จำนวน 400 ราย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยคือแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้มีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้งนี้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความพึงพอใจ จำนวน 3 ด้านและส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ จำนวน 5 ด้าน

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 สถิติเชิงพรรณนา ใช้ทำการวิเคราะห์และสรุปข้อมูลในรูปของความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคำถามทุกข้อตามมาตรวัดตัวแปร

3.3.2 สถิติเชิงอนุมาน นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย มีดังนี้

สมมติฐานข้อ 1 จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่ตัวแปรอิสระแบ่งได้ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป

สมมติฐานข้อ 2 จะใช้การวิเคราะห์การถดถอย (Regression analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม กับ ตัวแปรอิสระ

4. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยมีการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.0 อยู่ในช่วงอายุ 19-37 ปี (Gen Y) คิดเป็นร้อยละ 70.0 การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 72.0 และมีอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 70.0 และส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.0

4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.63 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากในเรื่องความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ที่พักคอยรับบริการ ห้องน้ำ ที่จอดรถ และลิฟต์ที่ 4.46 และมีความพึงพอใจในระดับต่ำในเรื่องการเห็นป้ายบอกทางการติดต่อกับพนักงานเจ้าหน้าที่อย่างชัดเจนที่ 4.25

2. ด้านขั้นตอนและกระบวนการ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.59 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากในเรื่องสามารถติดต่อสื่อสารกับสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ได้อย่างรวดเร็วที่ 4.47 และมีความพึงพอใจในระดับต่ำในเรื่องระยะเวลาในกระบวนการติดต่อ มีระยะเวลาที่เหมาะสมที่ 4.12

3. ด้านพนักงานเจ้าหน้าที่พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.67 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่มีความเหมาะสม สุภาพเรียบร้อยที่ 4.61 และมีความพึงพอใจในระดับต่ำในเรื่องพนักงานเจ้าหน้าที่แสดงออกอย่างจริงใจและมีใจรักการให้บริการที่ 4.50

4.3 ข้อมูลคุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ด้านรูปธรรมของการให้บริการพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.71 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการรักษาความสะอาดบริเวณสำนักงานที่ 4.63 และมีความพึงพอใจในระดับต่ำในเรื่องการกำหนดขั้นตอนและการประชาสัมพันธ์ที่ง่ายต่อการทำ ความเข้าใจแก่ผู้รับบริการที่ 4.33

2. ด้านความเชื่อถือว่าไว้ใจได้พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.71 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการสามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำช่วยแก้ปัญหาได้ที่ 4.58 และมีความพึงพอใจในระดับต่ำในเรื่องพนักงานเจ้าหน้าที่มีเพียงพอต่อการให้บริการที่ 4.42

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.70 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องพนักงานเจ้าหน้าที่ มีความพร้อมในการให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการอย่างรวดเร็วโดยไม่ขัดต่อระเบียบของการปฏิบัติราชการและพนักงานเจ้าหน้าที่กล่าวทักทาย สอบถามถึงการมาใช้บริการ ไม่ละเลยผู้ให้บริการที่ 4.58 และมีความพึงพอใจในระดับต่ำในเรื่องได้รับการแก้ไขปัญหามือถือหรือได้รับคำแนะนำจากพนักงาน ภายใน 30 นาที ที่ 4.52

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.62 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการที่ได้รับข้อมูลจากพนักงานที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถในเรื่องที่ให้บริการเป็นอย่างดีที่ 4.55 และมีความพึงพอใจในระดับต่ำในเรื่องได้รับคำชี้แจงของปัญหาหรือข้อสงสัยต่าง ๆ อย่างชัดเจน เช่น จะรับบริการอย่างไรเมื่อใดและพนักงานที่ให้บริการได้ ให้บริการได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้มาติดต่อขอรับบริการที่ 4.50

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.67 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการที่ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอที่ 4.60 และมีความพึงพอใจในระดับต่ำในเรื่องพนักงานเจ้าหน้าที่ ทุ่มเท เสียสละ และ อุทิศตนในการบริการที่ 4.53

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต่างกัน

เพศ อายุ วุฒิกการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต่างกันผลการทดสอบพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. ข้อเสนอแนะการวิจัย

ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรม ทำให้เห็นถึงศักยภาพและความสามารถในการให้บริการแก่ ผู้รับบริการ และเป็นข้อมูลที่สำคัญในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จากผลการวิจัยด้านความพึงพอใจที่อยู่ในระดับต่ำ เช่น เรื่องระยะเวลาในกระบวนการติดต่อ มีระยะเวลาที่เหมาะสม อยู่ในระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.12 ซึ่งควรปรับปรุงระยะเวลาที่ใช้ในกระบวนการ ลดกระบวนการที่ไม่จำเป็นหรือเป็นแนวทางในการเพิ่มจำนวนบุคลากรและสามารถเป็นแนวทางให้กันนิคมอื่น ๆต่อไป

7. เอกสารอ้างอิง

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2565). ความเป็นมา ค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2565 Website: <https://www.ieat.go.th>

สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง. (2565). Website : <http://www.lkbie.go.th/>

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชัยญ์ชยา อ่อนคง. (2553). พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ การเข้าร่วมและความพึงพอใจต่อกิจกรรม. Starpics ฟุตฟิต For Film ของนักศึกษาในเขตกทม.ปริญญาโทศึกษาศาสตร์บัณฑิต.

ปรมะ สตะเวทิน. (2533). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: จารัสการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัท ซีระฟิล์ม และ บริษัท ไชเท็ก จำกัด.
ศิริกิติ นวรัตน์ ณ อรุณยา. (2547). การตลาดสำหรับการบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. นพ
มาศ ชีรเวทิน.

Shelly, D. F. (1995). Tackling family member compensation. *American Printer*, 215, p. 2.

Maslow, A. (1970). Human needs theory: Maslow's hierarchy of human needs. In R.F.. Craven & C. J. Hirnle (Eds.),
Fundamental of Nursing: Human Health and.

Aday and Andersen. (1978). The framework is based on Andersen's model of access to health services. Andersen and
Davidson.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985, Fall). *A Conceptual Model of Service. Quality and Its
Implications for Future Research.*