

การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด

Developing the service efficiency of the company's employees

Chairman of Electricity Co., Ltd.

ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร¹, อนรรักษ์ นวพรไพศาล², นรินดา นวพร³

Ntapat Worapongpat, Ajcharaphan Chantamala Niranda, Nawaporn

¹ ศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมชุมชน ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยว
และการบริหารการศึกษา^{2,3} สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีนานยนต์มหาชัย¹ Center for Knowledge Transfer, Technology, Community Innovation, Entrepreneurship,
Tourism and Educational Administration^{2,3} Modern Business Management Department of Business Administration, Faculty of
Technology, Maha chai Institute of Automotive Technology

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีจุดประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการของบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด (2) เพื่อ ศึกษาพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด (3) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด โดยประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้บริโภคของบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด ซึ่งไม่สามารถรู้ จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิด ตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับ ความเชื่อมั่น 95% โดย ผลจากการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดกลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 400 คน และสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความเท่าเทียมกัน ด้าน ความเชื่อถือได้ ด้านความเต็มใจ และภาพลักษณ์ด้าน บริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความถูกต้อง ภาพลักษณ์ด้านองค์กร

คำสำคัญ : การพัฒนา, ประสิทธิภาพ, การให้บริการ

Abstract

The purpose of this research study is (1) to study the selection of the Company's services. Chairman of Electricity Co., Ltd. (2) to study and improve the efficiency of employees' service that affects the company's service selection. Chairman of Electricity Co., Ltd. (3) to study the image that affects the selection of the Company's services. Chairman of Electricity Co., Ltd. The population in this research study was Company consumer groups Chairman of Electricity Co., Ltd., who can not know the exact number of the population The researcher therefore used Yamane's open sample size table (1973) to determine the sample group for the study. By opening the sample size table, it will open a table of error values. The tolerance was 0.05, or represent a 5% error at the 95% confidence level. As a result of opening the Yamane sample size table (1973), a sample size of 400 people was obtained and the sample size was not randomized. will be with a convenient random method The results of the hypothesis testing revealed that service efficiency in terms of parity, reliability, willingness and service image affect the choice of service Accuracy service performance corporate image

Keywords: development, service, efficiency.

บทนำ

บริษัทประธานการไฟฟ้า จำกัด เปิดทำธุรกิจมานานกว่า 10 ปี โดยเป็นธุรกิจประเภทให้บริการในด้านอุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีขนาดใหญ่ มีสินค้ามากมาย และยังมีการขายผ่านออนไลน์ด้วย การทำธุรกิจในปัจจุบันกับตอนที่เริ่มเปิดร้านใหม่ ๆ เมื่อ 10 ปี ปัจจุบัน วิทยาการด้านการให้บริการของห้างร้านต่าง ๆ ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วเพื่อให้สอดคล้องกับ เศรษฐกิจ ณ ปัจจุบัน ทางบริษัทจึงมีแนวความคิดเน้นหลักการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก การให้บริการลูกค้าเป็นการบริหารงานอย่างเป็นระบบ ถ้ามีการจัดระบบบริหารงานที่ดี การทำงานก็จะเกิดประสิทธิภาพ ลูกค้าที่มาติดต่อซื้อสินค้าก็จะได้รับ ความสะดวก รวดเร็ว เป็นที่น่าพอใจ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของ ผู้อื่นการบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่สิ่งหนึ่งอันเป็น ผลดีกับองค์กรของเรา เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือ สนับสนุนงานด้านต่าง ๆ ดังนั้น ถ้าบริการดี ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็น หน้าเป็นตาขององค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กรก็จะดีไปด้วย

การบริการการขายถือเป็นอาชีพที่ต้องใช้ทั้งศาสตร์ และศิลป์ที่จะต้องผสมผสานทั้งความรู้ และความสามารถที่ได้จากเอกสาร ตำรา ทักษะ และประสบการณ์เฉพาะตัวของผู้ขายประกอบกับการ ขายเป็นอาชีพที่มีความสำคัญหลายประการคือ

1. ความสำคัญของการขายต่อบุคคล การขายเป็นการช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่บุคคลทั่วไป เช่น การหาแหล่งจำหน่ายที่สะดวก การบริหารการขนส่งสินค้า การให้บริการแก่ลูกค้า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า เป็นต้น

2. ความสำคัญของการขายองค์กร การขายที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ให้แก่ตัวสินค้า และองค์กร เพื่อให้ผู้ซื้อมีความเชื่อมั่นในตราสินค้า และ องค์กรทำให้การขายนั้นสามารถจะประสบความสำเร็จได้ดีขึ้น

3. ความสำคัญของการขายต่อสังคม การขายเป็นการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของ ประชาชน เพราะทุกองค์กรนั้นต้องพยายามสร้างจุดขายของตนเอง และต้องพัฒนาสินค้าให้ดีขึ้น เป็น การตอบสนองความต้องการของประชาชนที่มีเพิ่มมากขึ้น เช่น ทางด้านเทคโนโลยี ประโยชน์การใช้ งาน เป็นต้น

4. ความสำคัญของการขายต่อเศรษฐกิจของประเทศ การขายเป็นการสร้างอาชีพให้กับ บุคคลหลายระดับในกระบวนการขาย ซึ่งทำให้ประชาชนมีรายได้จากการจ้างงานเป็นจำนวนมาก ซึ่ง เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจระดับประเทศ

5. ความสำคัญของการขายต่อการสร้างอรรถประโยชน์ การขายก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ ทางด้านต่าง ๆ คือ อรรถประโยชน์ด้านเวลา อรรถประโยชน์ด้านสถานที่ และอรรถประโยชน์ในการ เป็นเจ้าของ ซึ่งพนักงานขายเป็นผู้ตอบสนองความต้องการโดยการจัดหาสินค้าและบริการให้แก่ผู้ซื้อ

6. ความสำคัญของการขายต่อการเพิ่มอุปสงค์ การขายที่ประสบความสำเร็จนั้น จะช่วยให้ ผู้ซื้อมีความต้องการซื้ออย่างต่อเนื่องทำให้จำนวนการผลิตในแต่ละครั้งเพิ่มขึ้น เป็นการลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยได้เป็นอย่างมาก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการบริษัทประกันการไฟฟ้า จำกัด
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทประกันการไฟฟ้า จำกัด
3. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทประกันการไฟฟ้า จำกัด

ขอบเขตงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งใจที่จะศึกษากลุ่มผู้บริโภคของบริษัทประกันการไฟฟ้า จำกัด ที่มาใช้บริการที่บริษัทเนื่องจากเป็นผู้บริโภคที่ทำงานเกี่ยวกับด้านนี้ใช้งานหรืออุปกรณ์เกี่ยวกับด้านนี้ หรือกำลังศึกษาเกี่ยวกับด้านนี้โดยตรง ซึ่งจะทำให้ได้ผลที่สามารถนำไปใช้เกี่ยวกับผู้บริโภคด้าน นี้ได้โดยตรง ทางผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนของประชากรที่มาใช้บริการของบริษัทประกันการไฟฟ้า จำกัด ที่แน่นอน จึงใช้ วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) โดยที่ทางผู้วิจัยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.05 จึงทำให้มีระดับความ เชื่อมั่นที่

95% และจากการเปิดตาราง พบว่าจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะต้องทำการศึกษานั้น อยู่ที่ 400 ตัวอย่าง

ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งใจที่จะศึกษากลุ่มผู้บริโภคของบริษัทประจักษ์การไฟฟ้า จำกัด ที่มาใช้บริการที่บริษัทเนื่องจากเป็นผู้บริโภคที่ทำงานเกี่ยวกับด้านนี้ ใช้งานหรืออุปกรณ์เกี่ยวกับด้านนี้ หรือกำลังศึกษาเกี่ยวกับด้านนี้โดยตรง ซึ่งจะทำให้ได้ผลที่สามารถนำไปใช้เกี่ยวกับผู้บริโภคด้านนี้ได้โดยตรง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรต้น ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Independent Variable) คือ ประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงาน ด้านความถูกต้อง ด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเต็มใจ และภาพลักษณ์องค์กร ด้าน องค์กร ด้านพนักงาน ด้านบริการ

2. ตัวแปรตาม ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Dependent Variable) คือ การเลือกใช้บริการบริษัท ประจักษ์การไฟฟ้า จำกัด ด้านการให้บริการของพนักงานบริษัท ประจักษ์การไฟฟ้า จำกัด และด้านลักษณะทางกายภาพ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติที่ลูกค้าเลือกใช้ ไม่เลือกใช้บริการบริษัทประจักษ์การไฟฟ้า จำกัด เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข และรักษามาตรฐานของบริษัทประจักษ์การไฟฟ้า จำกัด ต่อไปในอนาคตหน้า

2. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของลูกค้าที่มีเกี่ยวกับการบริการของพนักงานบริษัทประจักษ์การไฟฟ้า จำกัด เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขในภายภาคหน้า

3. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของลูกค้าที่มีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทประจักษ์การไฟฟ้า จำกัด เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขในภายภาคหน้า

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานบริษัทประจักษ์การไฟฟ้า จำกัด โดยนำเสนอตามลำดับดังนี้

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพ

วิทยา ด้านธารงกุล (2546) ได้กล่าวถึง ประสิทธิภาพ หมายถึงความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าเพื่อการบรรลุเป้าหมายประสิทธิภาพจึงมักถูกวัดในรูปแบบของต้นทุนหรือจำนวนทรัพยากรที่ใช้ไปเมื่อเทียบกับผลงานหรือผลผลิตที่ได้ เช่น ต้นทุนแรงงาน เวลาที่ใช้ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2544) ได้กล่าวถึง ประสิทธิภาพว่าหมายถึง การวัดผลการทำงานขององค์กรนั้น ว่าทำงานได้ปริมาณมากน้อยแค่ไหน คุณภาพงานดีมากน้อยแค่ไหน ใช้เงิน ใช้เวลา ใช้แรงงานไปมากน้อยแค่ไหน เป็นผลดี

ต่อผู้รับบริการมากนักโดยรวมความมีประสิทธิภาพ จึงหมายถึง การทำงานให้ได้ปริมาณและคุณภาพมาก องค์กรมีความสมัครสมาน สามัคคี มีสันติภาพและความสุขร่วมกัน เป็นผลดีต่อส่วนรวมและผู้รับบริการ แต่ใช้เวลา แรงงาน และงบประมาณน้อย

ระพี แก้วเจริญ และจิตยา สุวรรณขุ (2510) ได้กล่าวถึง ความหมายของประสิทธิภาพ หมายถึง คล่องแคล่วในการปฏิบัติงานให้สำเร็จ

อุทัย หิรัญโต (2525) ได้กล่าวถึง คำว่า ประสิทธิภาพในวงการธุรกิจ หรือการจัดการที่ได้รับผลกำไร หรือขาดทุน สำหรับในการบริหารราชการ ในทางปฏิบัติวัดได้ยากมาก วิธีวัดประสิทธิภาพ ที่ใช้ในวงราชการ จึงหมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่เกิดความพึงพอใจ และ ประโยชน์แก่สังคม แต่ประสิทธิภาพในวงราชการ จะต้องพิจารณาถึงคุณค่าทางสังคม จึงไม่จำเป็นต้องประหยัดหรือมี กำไร เพราะงานบางอย่างถ้าทำประหยัด อาจไม่มีประสิทธิภาพ ลักษณะการบริหารที่มี ประสิทธิภาพ คือการบรรลุเป้าหมาย แต่การบริหารงานที่มี ประสิทธิภาพ คือการใช้ทรัพยากรอย่าง ประหยัด เกิดผลอย่างรวดเร็ว งานเสร็จทันเวลา ถูกต้อง เป็นต้น ดังนั้น ความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หมายถึง การกระทำของแต่ละ บุคคล ที่มีความสามารถ และความพร้อม พยายามทุ่มเทอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงาน ของตน อย่างคล่องแคล่ว ด้วยความมีระเบียบ มีกฎเกณฑ์ ปฏิบัติงานให้เสร็จทันเวลา รวดเร็ว ถูกต้อง มีคุณภาพและมาตรฐาน จึงสรุปได้ ว่า บุคคลจะมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ต้องเกิดจาก ความขยัน หมั่นเพียรมีความรับผิดชอบและเอาใจใส่ ในงานพร้อมด้วยจิตใจที่ซื่อสัตย์ และภักดีต่อ องค์กรงานจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้หรือดียิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

จากการศึกษาเอกสารปรากฏว่า มีนักวิชาการได้ให้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพ ไว้ หลาย ท่าน ดังนี้ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม (2540) ระบุว่าประสิทธิภาพในการผลิตหรือ ผลิต ภาพแรงงาน หมายถึง การเปรียบเทียบระหว่างจำนวนสินค้าหรือบริการที่ผลิตได้ (Output) กับจำนวนของ ทรัพยากรหรือปัจจัยที่ใช้ในการผลิตสินค้า หรือบริการนั้นออก (Input) ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้จะสะท้อนให้ เห็นถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของประสิทธิภาพในการผลิต ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มหรือลดลงของ ประสิทธิภาพ การผลิต อาจแบ่งได้ 3 หมวดคือ

1) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี เช่น กระบวนการผลิต กระบวนการทำงานของ เครื่องจักร หรือ เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ

2) ปัจจัยด้านระบบการบริการ เช่น การใช้เทคนิคทางการบริหาร ส่งเสริม ระบบแรงงาน สมพันธ์การ ใช้ระบบทวิภาคีเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เป็นต้น

3) ปัจจัยด้านแรงงาน เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดเพราะกิจการใด ๆ อาจใช้เทคโนโลยี หรือ เครื่องจักรที่ ทันสมัยที่สุด มีการบริหารงานที่ดีเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการที่ดีที่สุดในการ นั้น ๆ แต่ หากไม่มีแรงงานเป็น ผู้ใช้เทคโนโลยีและระบบที่วางไว้เป็นอย่างดีนั้นก็ย่อมไม่สามารถ ประสบความสำเร็จได้ดังนั้นแรงงานจึงเป็น ปัจจัยหรือองค์ประกอบที่สำคัญ ที่สุด การปรับปรุง ระบบการทำงานเพื่อพัฒนาคุณภาพของแรงงานนั้น เป็น

สิ่งจำเป็นที่มีผลต่อการเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิต แต่ในปัจจุบันยังขาดข้อมูลที่จะเป็นเครื่องตัดสินใจในการดำเนินนโยบาย ทางด้านการเพิ่ม ประสิทธิภาพของแรงงาน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนบริหารแรงงาน การวางแผน ทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการวางแผนพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมทั้งใน ภาครัฐและ เอกชน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานได้เล็งเห็นความสำคัญที่จะรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับการ ผลิตและ ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการผลิตของแรงงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็น เครื่องชี้ถึงการ เปลี่ยนแปลงภาวะการผลิตของแรงงานและผู้ประกอบการอีกทั้งเป็น ตัวกระตุ้นให้ผู้ประกอบการ ปรับปรุง คุณภาพการผลิตของตน และของแรงงานให้มีประสิทธิภาพ สูงขึ้นช่วยให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพ และได้ มาตรฐานเมื่อเทียบกับต่างประเทศซึ่งจะเป็นผลดี ต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

พงษ์เทพ สันติพันธ์ (2546) รายงานว่า หลักของการให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนอง ความ ต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ ได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปได้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เท่าเทียม กัน ทุกคน ทั้งยังให้ความสะดวกสบายไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และไม่สร้าง ความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมาก จนเกินไป โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ ต่อผู้รับ บริการมากที่สุด คือ การให้บริการที่ ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจาก อารมณ์หรือไม่มีความชอบใจ

มณีนวรณ์ ต้นไทย (2553) ได้ให้ความหมายว่า การได้รับการบริการในด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดความ พึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการเลือกใช้บริการ ดังนี้ คือ

1. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ เป็นขั้นตอนการให้บริการที่ส่งมอบคุณภาพ การให้บริการ กับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ ซึ่งจะพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ด้านความซับซ้อนและความหลากหลายในด้าน ความซับซ้อนนั้นต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงาน ในกระบวนการ ส่วนในด้านของความ หลากหลายจะต้องพิจารณาถึงความอิสระและความยืดหยุ่น

2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ คือ เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ทั้งในการ ผลิตและการให้บริการ ดังนั้น เจ้าหน้าที่จะต้องมีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีความ คิดเห็นที่ดี มี บุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเสมอ ภาคในการให้บริการ ลูกค้าเพื่อสร้างความรู้สึกรับประทับใจ สามารถตอบสนองและ แก้ปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้า มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรได้

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ การดำเนินการบริการจัดการของผู้ให้บริการ ซึ่ง สถานที่ให้บริการ เป็นสิ่งที่สำคัญในส่วนแรก คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง ที่จอดรถในการมาใช้บริการ และต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้บริการ เช่น น้ำดื่ม เก้าอี้

4. ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ภาพลักษณ์หรือสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถสังเกตได้ง่าย ทาง กายภาพ และเป็นสิ่งที่สื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย กุลธน ธนาพงศธร (2528) ได้ให้ความเห็นในเรื่องหลักการให้บริการที่ดีว่า มีหลักการ ดังต่อไปนี้ 1. การให้บริการที่สอดคล้องกับ

ความต้องการของส่วนใหญ่ 2. การให้บริการโดยยึดหลักความสม่ำเสมอ 3. การให้บริการโดยยึดหลักความเสมอภาค 4. การให้บริการโดยยึดหลักประหยัด

5. การให้บริการโดยยึดหลักความสะดวก กระบวนการให้บริการ การบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอน และองค์ประกอบ เช่นเดียวกับกิจกรรมอื่น โดยเริ่มจากผู้รับบริการมีความต้องการการบริการ (ปัจจัยนำเข้า) และความต้องการนี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้รับบริการแสวงหาการบริการ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนได้ ดังนั้นจึงเกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ ในการที่ ผู้รับบริการจะแสดงความต้องการออกมาเพื่อที่ผู้ให้บริการเกิดการรับรู้ และมีการดำเนินการในอันที่ จะสนองตอบความต้องการนั้น (กระบวนการให้บริการ) จนผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ (ปัจจัยนำออก) ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้รับบริการ ซึ่งอาจเป็นทางบวกหรือลบก็ได้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับบริการที่ถูกตอบสนองจะเป็นไปตามความคาดหวังได้มากน้อยเพียงใด (ข้อมูลย้อนกลับ) (สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดตรัง, 2545 : 1-7)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540, 80) ได้สรุปความหมายของภาพลักษณ์ไว้ดังนี้ ภาพลักษณ์ “Image” ในด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ภาพลักษณ์ในใจ (Mental Picture) ของคนเรา อาจจะเป็นภาพที่มี ต่อไม่มีสิ่งมีชีวิต หรือสิ่งที่มีชีวิต เช่นภาพที่มีต่อสถาบัน (Institution) บุคคล (Person) องค์กร (Organization) เป็นต้นซึ่งภาพเหล่านั้นอาจจะเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้นสร้างขึ้นมาให้เราเห็น หรืออาจจะเป็นสิ่งที่เรานึกคิดขึ้นเองจากจิตใจเราก็ได้

Philip Lesty (1997) ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียงอีกผู้หนึ่งได้ให้ความเห็น เกี่ยวกับคำว่าภาพลักษณ์ว่า หมายถึง ความประทับใจของคนหนึ่งที่มีต่ออีกคนหนึ่ง หรือเป็นความ ประทับใจ ที่มีต่อองค์กร หรือสถาบันต่าง ๆ และความประทับใจนั้นจะมีผลกระทบต่อคนๆนั้น

เคลาด์ โรบินสัน และวอลเตอร์ บาร์โลว์ (Walter Barlow & Claude Robinson, n.d. อ้าง ถึงในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2540) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับคำว่า ภาพลักษณ์ไว้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่ เกิดขึ้นในจิตใจของคนๆหนึ่ง ที่บุคคลนั้นมีความรู้สึกนึกคิดต่ออีกบุคคลหนึ่งหรือองค์กร สถาบันต่าง ๆ ซึ่งภาพในใจ ของบุคคลดังกล่าวนั้นอาจได้มาจาก 2 สิ่งคือ ประสบการณ์ตรง (Direct Experience) และประสบการณ์ ทางอ้อม (Indirect Experience) ของคนๆนั้นเอง

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540 : 81) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ มาก เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นงานที่มีส่วน เสริมสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน สถาบัน หรือองค์กร ให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดของ 9 ประชาชนทั่วไป และเพื่อผลแห่งชื่อเสียง ความเชื่อความศรัทธาจากประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือ สถาบันนั้น

Massion นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ (Communication Arts) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ภาพลักษณ์ของผู้คนส่วนใหญ่มองจะเป็นภาพที่หลอกลวงและภาพลวงตา แต่ที่จริงแล้ว ภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่ทั้งภาพที่หลอกลวงและภาพลวงตา

Kotlet (2000, p.533) ปรมาจารย์ด้านการตลาดอธิบายถึงคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) ว่า เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ก็แล้วแต่นั้นจะมีความกันกับภาพลักษณ์นั้นอย่างสูง

Jefkins (1993, p.21-22) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษ ได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์กร ธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ (Corporate Image) คือ ภาพของ องค์กรใด องค์กรหนึ่ง ซึ่งจะรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จักและเข้าใจ หรือเคยได้มี ประสบการณ์ใน การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น ส่วนหนึ่งกระทำโดยอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ให้สู่สายตาประชาชนได้ง่าย เช่น เครื่องแบบ สัญลักษณ์ ต่าง ๆ

Anderson & Rubin (1986) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับ องค์กรทั้งหมด โดยองค์กรก็เปรียบเสมือนคน ซึ่งก็ย่อมจะมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันไป ในแต่ละองค์กร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริพร กุฎีรัตน์. (2544 : 91) ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการในศูนย์เยาวชนของกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์เยาวชนสังกัดฝ่ายพัฒนาเยาวชน 1” พบว่าวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานในการให้บริการของศูนย์ศึกษา ประสิทธิภาพการให้บริการ และมี การทำสอบสมมติฐานถึงปัจจัย 3 ด้าน คือ ปัจจัยด้านการบริหาร ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านความพึงพอใจ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการให้บริการของศูนย์โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ผู้บริหารงาน ของศูนย์ 15 คน และสมาชิกศูนย์ 15 ศูนย์ จำนวน 824 คน

สมหญิง เปี่ยมฤทัย (2556) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง 1) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาประสิทธิภาพ ทางด้านการบริการ ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราราด สาขาเมืองตราราด 2) เปรียบเทียบความคิดเห็น เกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราราด สาขาเมืองตราราด จำแนกตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการของสำนักงาน สรรพสามิตพื้นที่ตราราด สาขาเมืองตราราด ในปีงบประมาณ 2555 จำนวน 300 คนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งได้ค่า ความเชื่อมั่น เท่ากับ 85 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t- test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว F-test (One Way ANOVA) ผลการวิจัย 1) ประชาชนผู้มาขอรับบริการเห็นด้วยมาก ในการให้บริการในด้านต่าง ๆ ทั้ง 5 ด้าน และมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านดังนี้ ด้านการบริการได้แก่ พนงงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย ด้านสภาพ

แวดล้อมภายนอกหน่วยงาน ได้แก่ ความรู้สึกปลอดภัย เมื่อเข้ามาติดต่อราชการ ด้าน สภาพแวดล้อมภายในหน่วยงาน ได้แก่ การจัดสำนักงานมีความเป็นระเบียบและคล่องตัว ในการติดต่อ ด้าน การประชาสัมพันธ์ ได้แก่ 1) การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในด้าน สรรพสามิตทันตามความ ต้องการ และด้าน ระบบสารสนเทศ ได้แก่ ความเพียงพอของจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการในเวลาปกติ 2) การ เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้มารับบริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการ ให้บริการของสำนักงานสรรพสามิต พื้นที่ตราด สาขา เมืองตราด จำแนกตามลักษณะประชากร เป็นต้นนี้ ผู้รับบริการที่มีเพศ อายุ และระดับ การศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการ ให้บริการของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด สาขา เมืองตราด ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นผู้รับบริการ ที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดตรัง (2553) ประสิทธิภาพการให้บริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ระดับ ประสิทธิภาพการให้บริการวิชาการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัด ตรัง และเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขการบริหารวิชาการของ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดตรัง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา วิจัย นักศึกษาที่กา ลงศึกษาอยู่ ระดับ ชั้นปริญญาตรี ปริญญาโท และบุคคลทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการ วิชาการที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดตรัง ในการศึกษาได้ กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิภาพการ ให้บริการวิชาการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดตรังจากผล การศึกษาวิจัยในภาพรวม พบว่าประสิทธิภาพการ ให้บริการอยู่ในระดับ สูงพิจารณาระดับ ประสิทธิภาพการบริการวิชาการในแต่ละด้าน จะพบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับ สูงสุด รองลงมาคือด้านกระบวนการขั้นตอนการ ให้บริการและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประสิทธิภาพการให้บริการวิชาการอยู่ในระดับ ปานกลาง

พรชัย พงษ์ดี (2555) ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานบำรุงรักษาทางในเขตเทศบาล นครนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับบริการและเพื่อ ประเมิน ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานบำรุงรักษาทางในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา โดยใช้ แบบสอบถามจำนวน 82 ชุด เก็บข้อมูลจาก 82 ชุมชนในเขตเทศบาลโดยไม่มีการแบ่งแยกกลุ่มผู้มารับบริการเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ การวิเคราะห์ 23 ปัญหาและนำข้อมูลที่ได้ จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีทางสถิติเพื่อแจกแจงความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานผลการวิจัย พบว่า งานบำรุงรักษาทางส่วนการโยธาสำนักการช่างเทศบาลนครนครราชสีมา มี ระบบและขั้นตอนการขอใช้บริการที่สะดวกรวดเร็วความรู้ ความ สามารถและทักษะของเจ้าหน้าที่ที่ ให้บริการสูงบุคลากรที่มีทักษะในการปฏิบัติงาน ให้ความปลอดภัยแก่ประชาชนในชุมชน มีการแจ้งระยะเวลาในการบำรุงรักษาทางแจ้งเตือนล่วงหน้าก่อน เข้าดำ เนินการและคุณภาพทางที่ได้รับการซ่อมแซม แล้วอยู่ในเกณฑ์ดี

นันทพร อารมณชีน (2558) การศึกษาการวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของพนักงาน บริษัท MOCAP ในการใช้สิทธิ

ประกันสังคม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการ และ ภาพลักษณ์องค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของผู้ประกันตนในการใช้ สิทธิ ประกันสังคมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบริษัท MOCAP จำนวน 250 คน โดยใช้ สถิติในการศึกษาครั้งนี้คือค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) และค่าความเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard deviation) และวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis ; MRA) เพื่อเป็นการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระหลายตัวแปร จากผลการวิจัยพบว่า ด้านประสิทธิภาพการ ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ภาพลักษณ์ องค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96และการเลือกใช้บริการ สถานพยาบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 มีผลต่อ การเลือกใช้บริการสถานพยาบาลอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษา ตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่จริง โดยผู้วิจัยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เพื่อดำเนินการศึกษา สิ่งที่เกิดขึ้นจริงตามธรรมชาติของการกระทำดังกล่าว ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัย ตัดขวาง (Cross sectional Study) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดย ได้เลือกใช้ เครื่องมือการเก็บข้อมูลการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงทำการ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้บริหารของบริษัท ประธานการ ไฟฟ้า จำกัด ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวน ประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการเปิดตารางหาขนาดกลุ่ม ตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อ กำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่ม ตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่า ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดกลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 400 คน และสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเอามา วิเคราะห์สถิติ เพื่อการ ตอบข้อสมมติฐานของการวิจัยในเรื่องที่กำลังศึกษานี้ ซึ่งการวิจัยนี้เป็นวิธีวิจัยเชิง สำนววจที่ใช้แบบสอบถามทั้ง แบบปลายปิดและแบบปลายเปิด โดยในส่วนของแบบสอบถามปลายปิดผู้วิจัยมี ตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบ แบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพด้านการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความถูกต้อง ด้านความเท่าเทียมกัน ด้าน ความเชื่อถือได้ ด้านความเต็มใจ

ภาพลักษณ์ประกอบด้วย ด้านองค์กร ด้านพนักงาน ด้านบริการ และการเลือกใช้บริการบริษัท ประธานการ ไฟฟ้า จำกัด ประกอบด้วย ด้านการให้บริการของพนักงาน และด้านลักษณะทาง กายภาพ มีจำนวนข้อคำถาม ทั้งหมด 9 ข้อ

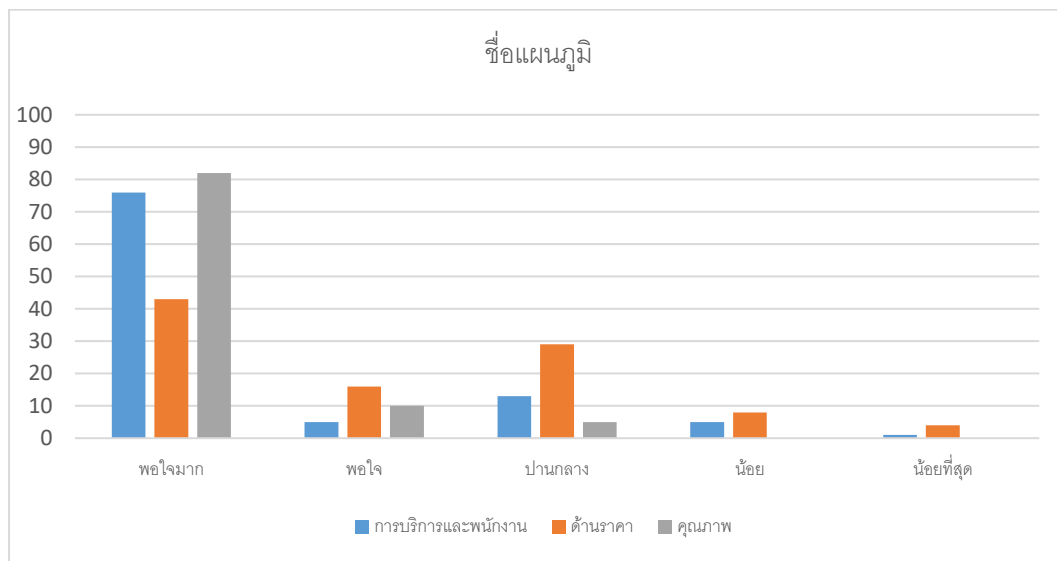
ส่วนที่ 3 ข้อคำถามแบบปลายเปิดที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นที่ทำให้ท่านเลือกใช้ บริการ บริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด มีจำนวนข้อคำถาม 1 ข้อ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความน่าเชื่อถือ มาจัดทำแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลโดยการสุ่มแบบสะดวก และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติทดสอบแบบ t-test

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้บริการบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุด เมื่อพิจารณา พบว่า ด้านการให้บริการของพนักงาน และ ด้านความพึงพอใจที่เข้ามาใช้บริการ โดยการรวบรวมจากการตอบแบบสอบถามของลูกค้า โดยตาราง ก.1 โดยผลสรุปว่าลูกค้ามีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก ในบริการของพนักงานนั้น

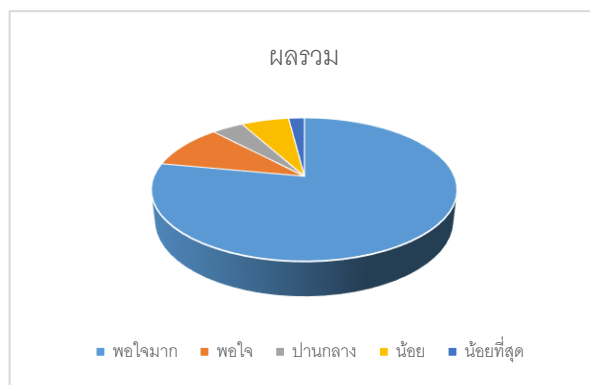


2. ผลการวิเคราะห์ ประสิทธิภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด สามารถสรุปผลการวิจัยดังนี้

2.1 ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเต็มใจ และ ภาพลักษณ์ด้านบริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด

2.2 ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความถูกต้อง ภาพลักษณ์ด้านองค์กร และภาพลักษณ์ ด้านพนักงานไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด

3. ผลการวิเคราะห์การศึกษาภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทประธานการไฟฟ้า จำกัดนั้น จากการตอบแบบสอบถามของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการผลปรากฏว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และการให้บริการต่อลูกค้าเป็นอย่างมาก คิดเป็นแผนภูมิได้ตามแผนภูมิ ก.2 ออกมาเป็นเปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 78 %



อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาการเลือกใช้บริการบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

1.1 ด้านการให้บริการ โดยผู้บริโภคมบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด ส่วนใหญ่ ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง

พนักงานให้บริการต่อผู้รับบริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับสมิต สัสมกร (2547:58-60) กล่าวว่า แนวคิดในการดำเนินการสำหรับองค์กรต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับงานด้านการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสำเร็จต่อองค์กรนั้น ๆ ทำอย่างเท่าเทียมกัน: คนส่วนมากต้องการสิทธิพิเศษ และเรียกร้องที่จะรับบริการ ที่ดีกว่าหรือเหนือกว่าผู้อื่น หากเราแสดงออกให้คนต่าง ๆ เห็นว่าเราให้แก่คนเดียว แต่ทำความไม่พอใจ ให้แก่คนเดียว แต่ทำความไม่พอใจให้แก่คนอีกจำนวนมาก Parasuraman, Zeitham and Berry (1985:158-159) กล่าวว่า คุณภาพในสายตา ผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวัง ต่อผู้บริการคือ การเอาใจใส่ (Understanding) หมายถึง ความพยายามที่จะเข้าถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสำคัญแก่ลูกค้าทุกคนซึ่งสอดคล้องกับ

1.2 ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยผู้บริโภคมบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ในข้อร้านมีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับ Domne & Lusch (2008) และ Hasty & Reardon (1997) อธิบายว่าการออกแบบตกแต่ง ภายใน คือ การจัดวางแผนผังภายในร้าน การโชว์ จัดเรียงสินค้า รวมไปถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ภายใน บริษัทเช่น แสง สี เสียง เป็นต้นศุสิทธิ์ รุ่ง สาคร (2556) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในการใช้บริการบริษัทค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้แก่ การจัดเรียงสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ การติดป้ายราคา ความสะอาดของบริษัท และบรรยากาศร้านที่ดี

2. ผลการศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด โดยภาพ รวมอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความเท่าเทียมมีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้บริโภคมบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด ส่วนใหญ่ให้ระดับประสิทธิภาพในข้อ พนักงานให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง มากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับพงษ์เทพ สันติพันธ์ (2546) รายงานว่า

หลัก ของการให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ ได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปโดยอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ เท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความ สะดวกสบายไม่สิ้นเปลือง ทรัพยากร และไม่สร้าง ความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากเกินไป โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ ต่อผู้รับ บริการมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจาก อารมณ์หรือไม่มีความชอบ สอดคล้องกับ มณีวรรณ ต้นไทย (2553) ได้ให้ความหมายว่า การได้รับการบริการในด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการเลือกใช้บริการ ดังนี้ คือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ คือ เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตและการให้บริการ ดังนั้น เจ้าหน้าที่จะต้องมีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีความคิดเห็นที่ดี มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าเพื่อสร้างความรู้สึกประทับใจ สามารถตอบสนองและ แก้ปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสามารถสร้าง ค่านิยมให้กับองค์กรได้

2.2 ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือได้มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ประธาน การไฟฟ้า จำกัด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้บริโภครบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด ส่วนใหญ่ ให้ระดับ ประสิทธิภาพกับพนักงานบริการได้อย่าง สม่ำเสมอมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับ ทิพาวิดี เมฆสุวรรณ (2538) ได้กล่าวถึง ประสิทธิภาพไว้ว่ามีความหมาย รวมถึง ผลิตภาพ และประสิทธิภาพ โดยประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่วัดได้หลายมิติ ตามแต่วัตถุประสงค์ที่ต้องการ พิจารณา คือ ประสิทธิภาพในมิติของกระบวนการบริหาร (Process) ได้แก่ การทำงานที่ได้ มาตรฐาน รวดเร็ว ถูกต้อง และใช้เทคนิคที่สะดวกและง่ายขึ้นกว่าเดิม สอดคล้องกับ วรรัชยา ศิริวัฒน์ (2547:149) ให้ ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง ความรู้ ความเชี่ยวชาญของการให้บริการ ความถูกต้องแม่นยำของ การให้บริการ ได้รับความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจจากผู้ให้บริการ ให้บริการ ตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็ว ระบบการให้บริการครบถ้วน สมบูรณ์และทันสมัย ในการบริการ

2.3 ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความเต็มใจได้มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ประธาน การไฟฟ้า จำกัด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้บริโภครบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด ส่วนใหญ่ ให้ระดับ ประสิทธิภาพกับพนักงานมีอารมณ์ที่มั่นคงมาก ที่สุดซึ่งสอดคล้องกับสมิต สัจฉกร (2547-58-60) เป็นแนวคิด ในการดำเนินการสำหรับองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสำเร็จต่อองค์กรนั้น ๆ การให้บริการเป็นกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุปนิสัยและอารมณ์ แตกต่างกันไป ในแต่ละบุคคลและแต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไร ก็ตามการบริการที่ดีอันเป็นที่ ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้ ทำด้วยความเต็มใจ การบริการเป็นเรื่องของจิตใจ ถ้ามีความรักในงานบริการก็จะทำ ทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจและเต็มใจ ผลของการกระทำก็มักจะ เกิดขึ้น ด้วยดีสอดคล้องกับสมิต สัจฉกร (2547:58-60) เป็นแนวคิดในการดำเนินการ สำหรับองค์กรต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับงานด้านการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และก่อให้เกิด ความสำเร็จต่อ องค์กรนั้น ๆ การให้บริการเป็นกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุปนิสัยและอารมณ์แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลและแต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตามการ

บริการที่ดีอันเป็นที่ ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้ ทำด้วยความเต็มใจ อารมณ์ที่มั่นคง การบริการเป็นเรื่องของจิตใจ ถ้ามีความรักในงานบริการก็จะทำทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจและเต็มใจ ผลของการกระทำก็มักจะ เกิดขึ้นด้วยดี

3. ผลการศึกษาภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่สุด

3.1 ภาพลักษณ์ด้านด้านการให้บริการได้มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้บริโภคบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญกับผู้ให้บริการได้รับบริการจัดส่งด้วยความ รวดเร็วที่สุดซึ่งสอดคล้องกับฉัตรพร เสมอใจ (2549 : 109) ได้กล่าวถึงคุณภาพบริการคือ บริการที่มาจากผู้ ให้บริการ ที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถดี เครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัย และมีคุณภาพ จะส่งผลให้บริการนั้น มี คุณภาพดี ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ต้นทุนของการบริการสูงตามไปด้วย สอดคล้องกับ พลฤทธิ จิระเสรี (2550 : 10)คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่ดี มีความเหมาะสมทั้ง เวลา สถานที่ รูปแบบลักษณะทางจิตวิทยา โดยใช้แรงงานมนุษย์เพื่อสนอง ความต้องการ และความคาดหวัง ของผู้ให้บริการทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการมีความประทับใจในด้านบวกอยาก กลับมาใช้บริการอีกและมีการบอกต่อไปยังผู้อื่นทางที่ดี

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารควรที่จะให้ความสำคัญกับ ด้านการให้บริการของพนักงาน และ ด้านลักษณะทางกายภาพอย่างเท่าเทียมกัน
2. ผู้บริหารควรจะให้ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการให้บริการด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเต็มใจ และภาพลักษณ์ด้านบริการเพราะมีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด
3. ผู้บริหารควรจะให้ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการให้บริการด้านภาพลักษณ์ด้านองค์กร และภาพลักษณ์ด้านพนักงานไม่ มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ประธานการไฟฟ้า จำกัด

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2548). **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2547). **ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ : แชนโพร พรินติง. 68. ธรรมศาลา
- จังหวัดนครปฐม. ภาคนิพนธ์, บธ.ม. (การจัดการบริการ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- นุชวรรณ ทองบ่อ. (2544). **One Stop Service**. กรุงเทพฯ : สามีคส์การพิมพ์.
- ภควัน ธรรมพันธุ์. (2545). **การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ), กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.

ภัทรา พงษ์การุณ. (2550). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์.

ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการบริการ), กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

วรรณวดี พูลพอกสิน. (2544). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการในโครงการบัตรประกันสุขภาพ

จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์. สส.ม. (สังคมสงเคราะห์) นนทบุรี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิทยา รัตนอาภรณ์. (2550). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของสำนักงานสรรพากร พื้นที่

สาขาเขายายสน, ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ศิริพร กุฎีรัตน์. (2544). ประสิทธิภาพการให้บริการในศูนย์เยาวชนของ กรุงเทพมหานคร : ศึกษา เฉพาะ –

กรณีศูนย์เยาวชนสังกัดฝ่ายพัฒนาเยาวชน 1. วิทยานิพนธ์ สส.ม. (การพัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). การจัดการจากมุมมองนักบริหาร. กรุงเทพฯ : จี พี ไชเบอร์พริ้นท์.

สมชาติ กิจยรรยง. (2543). การสร้างบริการสร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สมิต สัมณกร. (2546). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ : สายธาร สาคร สุข.