

คุณภาพบริการการคลังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลสังเม็ก
อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ

เจนจิรา มีวังแดง
มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น

บทคัดย่อ

การพัฒนาคุณภาพบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลที่ส่งผลให้ประชาชนผู้มาขอใช้บริการเกิดความรู้สึกพึงพอใจได้นั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย การศึกษานี้ จึงมุ่งเน้นที่อิทธิพลของคุณภาพบริการที่มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามไปรวบรวมความเห็นของประชาชนจำนวน 397 คนและนำกลับมาวิเคราะห์ผลด้วยสถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลวิจัยพบว่าองค์ประกอบของคุณภาพบริการได้แก่ ความมั่นใจ สิ่งที่จับต้องได้ ความรับผิดชอบและความเห็นใจมีอิทธิพลร่วมกันต่อการพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รวมกันที่ $R^2 .68$ ความคลาดเคลื่อนสะสมร้อยละ 41 และความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนรวมกันที่ค่า $F = 214.24$ (Sig. 000)

คำสำคัญ คุณภาพบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

Fiscal Service Quality and Users' Satisfaction in Local Government, Sungmeg Sub-District, Kantralak District, Srisaket Province

Jenjira Meewangdang

The Eastern University of Management and Recgnology

Abstract

In order to develop service quality of local government for enhance people's satisfaction depend on various factors, this study aimed at the influence of service quality on user's satisfaction. Hence, the researcher used a questionnaire and collected 397 respondents of the people before analyze the data by multi-Regression analysis. The results of this study show that the components of service quality such as assurance, tangible, responsibility and empathy simultaneously influenced and predicted significantly on user's satisfaction in fiscal service of local government, at $R^2 = .68$, error 41% and $F = 214.24$ (Sig .000).

Keywords: Service Quality and Users' Satisfaction

1) บทนำ

การปกครองส่วนท้องถิ่นในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ รูปแบบทั่วไป ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และรูปแบบพิเศษ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (กทม.) และเมืองพัทยา ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้ง 2 รูปแบบ มีฐานะเป็นนิติบุคคล และมีการเลือกตั้งผู้บริหารโดยตรงจากประชาชน ซึ่งจะมีกฎหมายให้อำนาจไว้ สามารถมีรายได้ของตนเองได้ โดยส่วนหนึ่งเป็นรายได้ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดเก็บเอง และอีกส่วนหนึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในรูปแบบของภาษีต่าง ๆ และเงินอุดหนุนจากรัฐบาล ขณะที่ Benmansour (2019) ได้กล่าวว่าผลงานของรัฐบาล (Government Performance) สามารถคิดได้จากการให้บริการ (Service Delivery) ให้แก่ประชาชน รูปแบบของบริการสาธารณะ (Public Service) โดยจะต้องทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) ในการบริการสาธารณะนั้น ความพึงพอใจของประชาชนจะผันแปรตามลักษณะของสถานะภาพทางสังคม (socioeconomic) และทางประชากรศาสตร์ (Demographic) ที่แตกต่างกัน

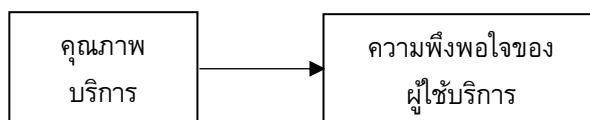
นอกจากนี้ Noelle-Neumann (1991) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การบริการสาธารณะ (Public Service) ของรัฐขึ้นอยู่กับมาตรฐาน (Standard) ที่รัฐนำเสนอ การที่ประชาชนจะพึงพอใจหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการประเมิน (Evaluate) ของประชาชนว่า ระดับคุณภาพของการบริการสาธารณะ

(Level of Public Service Quality) ที่เป็นคุณภาพชีวิต (Quality of life) ของประชาชนสูงขึ้นเพียงใด ฉะนั้น การบริการสาธารณะขององค์กร (Public Service Organization) จึงขึ้นอยู่กับข้อมูลย้อนกลับ (feedback) ของผู้ได้รับบริการเพื่อใช้ในการตัดสินใจของผู้ให้บริการ ส่วนการบริการสาธารณะ (Public Service) จำเป็นจะต้องมีแนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมการตลาดที่มีประสิทธิภาพโดยมุ่งเน้นที่ลูกค้าหรือผู้บริโภค (Customer or Consumer) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) คุณภาพบริการ (Service Quality) และความจงรักภักดี (Royalty) ไม่ใช่ประเด็นสำคัญขององค์กรบริการสาธารณะ (Public Service Fairness) ลูกค้าขององค์กรบริการสาธารณะต้องการให้เจ้าหน้าที่หรือพนักงานของผู้ให้บริการนำเสนอบริการที่มีคุณค่า (Value) และผู้บริโภคจึงไม่ใช้บริการ เพราะไม่พึงพอใจ (dissatisfaction) ในการนำส่งบริการสาธารณะ (public service delivery)

ดังนั้นโดยข้อเท็จจริงแล้วคุณภาพบริการสาธารณะ (Quality of Public Service) เป็นลักษณะ (Characteristic) ของหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ที่มีเป้าหมายในการใช้บรรทัดฐานของรัฐธรรมนูญหรือปรับปรุงคุณภาพบริการสาธารณะโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ ดังนั้น การบริการสาธารณะจึงต้องมีแนวคิดเกี่ยวกับลูกค้า (Customer Orientation) เป็นพื้นฐานในการให้บริการ

แต่สำหรับบทความนี้ คุณภาพบริการ (Service Quality) และความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นหัวข้อสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ของการบริการสาธารณะ (Public Sector) และมีการใช้ SERVQUAL ของ Parasuraman (1985) มาใช้เป็นตัวชี้วัดคุณภาพบริการสาธารณะ (Public Sector Quality) และแหล่งที่มาของคุณภาพในการให้บริการสาธารณะจะแตกต่างจากการบริการของภาคเอกชนเนื่องจากการบริการสาธารณะประกอบด้วยผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) หลายฝ่าย เช่น ลูกจ้าง ชุมชน และองค์กรไม่แสวงหากำไร ทั้งนี้กระบวนการนโยบาย (Polizmaleiz) และการออกแบบบริการ (Service Design) จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียและความสามารถในการบริการเพื่อทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจ อย่างไรก็ตาม Parasuraman et al (1985) Parasuraman et al (1991) ได้แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าจะทำการเปรียบเทียบกรอบความคาดหวัง (Frame of Expectation) กับการได้รับบริการ (Perceived Service) ว่าทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่ ถ้าเป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) ถ้าไม่เป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) และหากเขาได้อธิบายเกี่ยวกับช่องว่างระหว่างคุณภาพบริการ (Quality of Service) ในด้านของผู้ให้บริการ (Service Provider) ซึ่งมีผลกระทบต่อคุณภาพบริการในด้านการรับรู้ของลูกค้า (Service Quality Perceived by Customer) แต่อย่างไรก็ตาม Rhee, & Rhu (2009) อธิบายคุณภาพบริการในภาครัฐ (Public Sector) มีขอบเขตมากมายที่มีความสลับซับซ้อนและมีความแตกต่างของแต่ละภาคส่วนของผู้ใช้บริการ (Heterogeneous Service User Segment) ดังนั้น การวัดคุณภาพบริการในภาครัฐจึงสลับซับซ้อนมากกว่าภาคเอกชน การวัดคุณภาพบริการจึงใช้แนวโน้มของการวัดในด้านการรับรู้ (Perception) ของความรู้สึกของประชาชนเกี่ยวกับบริการที่ได้รับ ความสลับซับซ้อนของความพึง

พอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ในการบริการภาครัฐนั้นนอกจากจะเป็นการแสดงการรับรู้บริการ ยังเป็นการแสดงความต้องการและการปรับปรุงคุณภาพบริการ นอกจากนี้แล้ว การศึกษาวิจัยของ Rico et al (2022) เกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชน (Citizen Satisfaction) ที่มีต่อคุณภาพบริการสาธารณะซึ่งสรุปได้ว่า การได้รับคุณภาพบริการของเทศบาล (Quality of Municipal Service) มีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อการได้รับคุณค่า (Perceived Value) และมีผลต่อความพึงพอใจ (Satisfaction) ความเป็นอยู่ดี (Well-being) โดยเฉพาะการได้รับคุณภาพของสิ่งแวดล้อม (Quality of Environment)



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

2) วัตถุประสงค์วิจัย

เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการคลังขององค์การบริหารส่วนตำบล

3) วิธีดำเนินการวิจัย

3.1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่เคยใช้บริการการคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลสังเม็ก จำนวน 13,303 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลสังเม็ก, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนด ขนาดของตัวอย่างด้วยการใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดความ คลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 388 คนกับผู้วิจัยเก็บเพิ่มอีก 9 คนรวมขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน

วิธีสุ่มตัวอย่าง (Random sampling) ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยเริ่มต้นจากการจับสลากรายชื่อหมู่บ้านในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลสังเม็ก อ.กันทรลักษ์ จ.ศรีสะเกษ โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลต่อไปนี้

เป็นผู้เคยใช้บริการการคลังของอบต.

สมัครใจในการให้ข้อมูลโดยปราศจากเงื่อนไข

สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยได้เมื่อร้องขอ

ต่อจากนั้นผู้วิจัยจัดทำบัญชีรายชื่ออาสาสมัครให้ข้อมูลเพื่อนำไปจับสลากรายชื่อกลุ่มตัวอย่าง จนกว่าจะได้ข้อมูลครบตามจำนวน

3.2) เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม และนำไปทดสอบคุณภาพก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูล โดยมีขั้นตอนการพัฒนาต่อไปนี้

1) ขั้นตอนการรวบรวมสาระสำคัญที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสารและนำไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ตามคำแนะนำ

2) ขั้นตอนการร่างข้อคำถาม โดยนำเอาผลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาร่างเป็นข้อคำถามกับนำไปขอให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาได้ตรวจสอบความถูกต้องของการใช้ภาษา และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์

3) ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม เป็นขั้นตอนนำเอาร่างข้อคำถามแต่ละข้อที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขมาแล้วไปสร้างเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

เป็นแบบสอบถามชนิดมาตรวัดหลายระดับกับแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามความเห็นเกี่ยวกับตัวแปร แบ่งเป็น

ความเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการจำนวน 25 ข้อและเป็นแบบมาตรวัด 5 ระดับตามตัวเลข 1, 2, 3, 4 และ 5 โดยมีความหมายกำกับว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด

ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจ จำนวน 13 ข้อ เป็นมาตรวัด 7 ระดับตามตัวเลข 1 ถึง 7 และมีความหมายกำกับว่า 1 หมายถึง ไม่พอใจมากที่สุด 2 หมายถึง ไม่พอใจ 3 หมายถึง ไม่พอใจเล็กน้อย 4 หมายถึง พอใจ 5 หมายถึง พอใจปานกลาง 6 หมายถึง พอใจมาก 7 หมายถึง พอใจมากที่สุด

4) ขั้นนำไปทดลองใช้ เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างอื่นและนำกลับมาทดสอบความตรงกับความเชื่อมั่น โดยกำหนดเกณฑ์สำหรับการทดสอบต่อไปนี้

4.1) เกณฑ์ทดสอบความตรง ผู้วิจัยใช้ค่า KMO ตั้งแต่ .80 ค่า Extraction มากกว่า .50 และค่า Variance มากกว่าร้อยละ 50 เป็นเกณฑ์ทดสอบความตรง (วีระศักดิ์ จินารัตน์, 2564)

4.2) เกณฑ์ทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยใช้ค่า Alpha ตั้งแต่ .80 กับค่า Corrected items ตั้งแต่ .40 วัดความเที่ยงตรงรายข้อเป็นเกณฑ์ทดสอบความเชื่อมั่น (วีระศักดิ์ จินารัตน์, 2564)

และได้ผลทดสอบคุณภาพแบบสอบถามต่อไปนี้

แบบสอบถามนี้มีค่า KMO = .97 และ .94 กับมีค่า Extraction ระหว่าง .56-.72 กับระหว่าง .68-.78 ส่วน Variance มีค่าร้อยละ 66.07 และร้อยละ 73.21 แปลผลได้ว่ามีความตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด

ขณะที่ผลทดสอบความเชื่อมั่นพบว่า แบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นที่ค่า Alpha .97 และ .96 รวมถึงมีความเที่ยงตรงรายข้อระหว่าง .67-.80 กับระหว่าง .79-.86 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นตามเกณฑ์กำหนดเช่นเดียวกัน

3.3) การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเองตามขั้นตอนต่อไปนี้

1) ผู้วิจัยประชาสัมพันธ์และประกาศรับสมัครผู้ให้ข้อมูลไปยังพื้นที่กลุ่มตัวอย่างแล้วนำมาจัดทำบัญชีรายชื่อ

2) จัดประชุมและชี้แจงผู้ให้ข้อมูลถึงวัตถุประสงค์วิจัยพร้อมทั้งตอบข้อสงสัยให้ทุกคนได้เข้าใจตรงกัน

3) แจกแบบสอบถามและชี้แจงวิธีตอบคำถามเบื้องต้นให้ทุกคนได้เข้าใจ พร้อมกับนัดหมายวันเวลาและวิธีส่งแบบสอบถามกลับคืนผู้วิจัย

4) ติดตามการจัดส่งแบบสอบถามกลับคืนผู้วิจัย

5) ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน โดยแยกเอาแบบสอบถามที่มีคำตอบครบทุกข้อไว้สำหรับนำไปวิเคราะห์ผล

3.4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise ในการวิเคราะห์ผล

4) สรุปผลวิจัยและอภิปรายผล

ผลวิจัยพบว่า องค์ประกอบความมั่นใจ สิ่งที่ต้องได้ ความรับผิดชอบและความเห็นใจมีอิทธิพลร่วมกันต่อการพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ร่วมกันที่ $R^2 .68$ ความคลาดเคลื่อนสะสมร้อยละ 41 และความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนร่วมกันที่ค่า $F = 214.24$ (Sig. 000) รวมถึงมีผลทดสอบความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อนตัวแปรเหตุที่ค่า Durbin-Watson = 1.53 กับมีอิทธิพลของความมั่นใจที่ร้อยละ 20 สิ่งที่ต้องได้ร้อยละ 34 ความรับผิดชอบร้อยละ 17 และความเห็นใจร้อยละ 19

นอกจากนั้นแล้วเมื่อนำเอาคะแนนมาตรฐานมาสร้างสมการพยากรณ์จะได้รูปของสมการต่อไปนี้

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ = .20 ความมั่นใจ + .34 สิ่งที่ต้องได้ + .17 ความรับผิดชอบ + .19 ความเห็นใจ ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 อิทธิพลองค์ประกอบคุณภาพบริการ

Independent	Beta	t-test	Sig.	Collinearity statistics
ค่าคงที่	-	5.16	.000	Tolerance .20-.34 VIF 2.87-4.84 Collinearity .00-.86 Durbin-Watson 1.53
ความมั่นใจ	.20**	3.34	.001	
สิ่งที่ต้องได้	.34***	7.16	.000	
ความรับผิดชอบ	.17*	3.13	.002	
ความเห็นใจ	.19*	3.09	.002	

จากผลวิจัยที่สรุปได้นั้นนอกจากการมีอิทธิพลร่วมกันของทั้ง 4 องค์ประกอบของคุณภาพบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแล้ว ยังสังเกตได้ว่าอิทธิพลของสิ่งที่จับต้องได้มีมากกว่าความมั่นใจ ความรับผิดชอบและความเห็นใจ โดยเฉพาะความรับผิดชอบที่มีอิทธิพลต่ำสุดซึ่งนั่นหมายความว่า การพิจารณาความสำคัญของตัวบุคคลซึ่งในที่นี้หมายถึงเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาความรับผิดชอบ อันได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่ที่มีความตั้งใจที่จะช่วยเหลือประชาชนที่มารับบริการ 2) เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมที่จะให้บริการประชาชนได้ทันที 3) เจ้าหน้าที่มีการเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการบริการ 4) เจ้าหน้าที่ที่ตอบและแก้ไขปัญหาให้แก่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว และ 5) เจ้าหน้าที่ที่มีความตรงต่อเวลาในการทำงาน ทั้งนี้เพราะ การยอมรับของประชาชน (People's Perception) และการประเมินคุณภาพบริการ (Evaluation of the Quality) ของการบริการสาธารณะ (Public Service) เป็นตัวชี้วัดสำคัญของการให้บริการของชุมชน การจัดการความพึงพอใจของประชาชน (Citizen Satisfaction) มีความหลากหลายและการวิเคราะห์เหตุผล (Consul Analysis) การวัดความพึงพอใจที่หลากหลายเช่น ด้านการศึกษา (Education) การดูแลสุขภาพ (Healthcare) สิ่งแวดล้อม (Environment) สาธารณูปโภค (Infrastructure) ที่อยู่อาศัย (Housing) การจ้างงาน (Employment) และวัฒนธรรม (Culture) นอกจากวัดความพึงพอใจของประชาชนอาจวัดจากลักษณะของบริการ เช่น ความหลากหลาย (Diversity) การตรงเวลา (Timeless) การเพียงพอ (Adequacy) ความตระหนัก (Awareness) ความสะดวก (Conventional) ความรับผิดชอบ (Responsibility) การมีส่วนร่วม (Participation) และความเป็นธรรม (Fairness)

นอกจากนั้นแล้วการพัฒนาความเห็นใจยังเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ช่วยให้ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการจากหน่วยงานเพิ่มสูงขึ้น และเกี่ยวข้องกับ 1) เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการแก่ประชาชนที่มาติดต่อ 2) เจ้าหน้าที่ที่ให้ความสนใจและตั้งใจในการให้บริการแก่ประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการ 3) เจ้าหน้าที่ดูแลและเอาใจใส่ประชาชนมาติดต่ออย่างใกล้ชิด 4) เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาให้แก่ประชาชนที่มาติดต่อ 5) เจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำประชาชนได้อย่างถูกต้อง อันเนื่องจากการศึกษาวิจัยของ Mori & Thomson (2004) ได้พบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของประชาชน (People Satisfaction) ได้แก่ การนำส่ง (Delivery) เวลา (Timeliness) และทัศนคติของเจ้าหน้าที่ (Staff Attitude) ในขณะที่ปัจจัยของ SERVQUAL เช่น ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความรับผิดชอบ (Responsiveness) และความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจสาธารณะเช่นเดียวกัน โดยความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนมากที่สุด ส่วนความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) เป็นตัวแปรองค์ประกอบของคุณภาพบริการที่ประชาชนให้ความสนใจมาก (Suki, 2014) รวมถึง Parasuraman et al (1988) ได้จัดประเภทตัวชี้วัดของคุณภาพบริการ (Service Quality) ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) เป็นความสามารถของพนักงานในการตั้งใจช่วยเหลือลูกค้าอย่างเป็นเพื่อน (Friendly) มีการแบ่งปันข้อมูลและสอบถามหลักการบริการ ดังนั้นการสร้างตัวแปรเหตุในปริมาณที่มากขึ้นย่อมส่งต่อการเพิ่มขึ้นตัวแปรผลได้ในทิศทางเดียวกัน

นอกจากนี้แล้ว จากผลวิจัยที่สรุปได้นี้มีความเป็นไปได้มากกว่าเกิดจากทั้งนี้ทัศนคติของพนักงาน (Staff Attitude) หมายถึง การใช้ภาษาที่พนักงานใช้ การแสดงออกถึงการบริการของพนักงานด้วยความซื่อสัตย์ (Honesty) เห็นอกเห็นใจ (Empathy) และมีทัศนคติที่ดีของพนักงาน มีการปฏิบัติต่อผู้มารับบริการหรือประชาชนอย่างเสมอภาคและสุภาพ สาธารณะจะต้องมีความรู้สึกได้รับได้และพึงพอใจ นอกจากนี้แล้ว พนักงานผู้ให้บริการที่มีการแสดงออกให้ผู้ใช้บริการเห็นว่ามีมิตรไมตรีจะเป็นการชนะใจ ตั้งแต่ต้น ความมีมิตรไมตรีจะนำไปสู่ความสำเร็จในการให้บริการ ไม่ว่าจะป็นงานประเภทใด การบริการ ที่ดีบวกกับการให้ความช่วยเหลือเล็ก ๆ น้อย ๆ ก่อให้เกิดความพอใจและความชื่นชอบของผู้ใช้บริการ ถ้าพนักงานผู้ให้บริการแสดงมิตรไมตรีและพร้อมจะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการ ก็จะเกิดมนุษยสัมพันธ์ ในการให้บริการอย่างมั่นคง และเกิดมิตรภาพที่ยืนนาน เอาใจใส่ สนใจงาน อีกทั้งพนักงานผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิกภาพดี เทให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ไว้วางใจระบบบริการ การแต่งกายที่ถูกกาลเทศะ เหมาะสมทั้งต่อสถานที่ทำงาน และสถานภาพของหน่วยงาน จะช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดีจากผู้ติดต่อเกี่ยวข้องด้วย หากพนักงานผู้ให้บริการแต่งกายสกปรก มีกลิ่น น คงไม่เป็นที่น่าพอใจของประชาชนผู้รับบริการ และเกิดความรู้สึกสะอิดสะเอียนในการคัดเลือกผู้เข้าทำงาน จึงต้องให้ความสำคัญกับการแต่งกายเป็นพิเศษ หากแต่งกายไม่สุภาพก็จะส่งผลถึงความไม่ใส่ใจในความถูกต้องเหมาะสม

ที่สำคัญคือ Kotler & Keller (2006) ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” (Satisfaction) ว่าเป็นความรู้สึก (Feeling) ของบุคคลที่เกิดความชื่นชอบหรือพอใจ (Pleasure) หรือผิดหวัง (Disappointment) ซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบการได้รับสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของเขา ขณะที่ Dudvoskiy (2012) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับความเชื่อ (Believes) ว่าเป็นการรับรู้ (Perception) หรือความเชื่อของลูกค้าที่เกี่ยวกับการได้รับบริการหรือมีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ซึ่งอาจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นการรวบรวมประสบการณ์ในความรู้สึก (Feelings) และอารมณ์ (Emotion) ของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ

ดังนั้นการพัฒนาการประพฤติปฏิบัติตนของบุคลากรและเจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการย่อมส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของผู้มาขอใช้บริการเพิ่มมากขึ้นในทิศทางเดียวกัน

5) ข้อเสนอแนะสำหรับนำไปใช้งาน

จากข้อค้นพบที่สำคัญของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ประโยชน์และนำไปพัฒนางานวิจัยอื่นอีกต่อไปนี้

5.1) ข้อเสนอแนะสำหรับนำไปปรับใช้งาน ประกอบด้วยแนวทางสำหรับการพัฒนาคุณภาพบริการให้มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการคลังขององค์การบริหารส่วนตำบล ประกอบด้วย

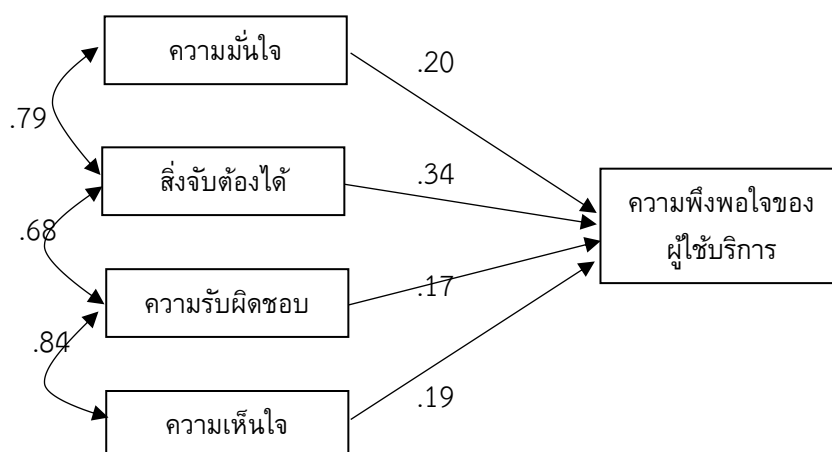
5.1.1) การพัฒนาความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ ประกอบด้วย 1) เจ้าหน้าที่ที่มีความตั้งใจที่จะช่วยเหลือประชาชนที่มาใช้บริการ 2) เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมที่จะให้บริการประชาชนได้ทันที 3)

เจ้าหน้าที่ที่มีการเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการบริการ 4) เจ้าหน้าที่ที่ตอบและแก้ไขปัญหาให้แก่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว และ 5) เจ้าหน้าที่ที่มีความตรงต่อเวลาในการทำงาน

5.1.2) การพัฒนาความเห็นใจของเจ้าหน้าที่ที่มีต่อผู้มาขอใช้บริการ ประกอบด้วย 1) เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการแก่ประชาชนที่มาติดต่อ 2) เจ้าหน้าที่ที่ให้ความสนใจและตั้งใจในการให้บริการแก่ประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการ 3) เจ้าหน้าที่ดูแลและเอาใจใส่ประชาชนมาติดต่ออย่างใกล้ชิด 4) เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหามาติดต่อ 5) เจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำประชาชนได้อย่างถูกต้อง

5.2) ข้อเสนอแนะสำหรับนำไปพัฒนางานวิจัยอื่น โดยเฉพาะการทำวิจัยเชิงคุณภาพและการทำวิจัยแบบมีส่วนร่วมที่เน้นการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลที่ตระหนักต่อความรับผิดชอบต่อความรับผิดชอบต่อความเห็นใจให้ประชาชนผู้มาใช้บริการ

6) องค์ความรู้ที่พัฒนาได้



ภาพประกอบที่ 2 แนวทางพัฒนาคุณภาพบริการ

จากภาพประกอบผลวิจัยพบว่า มีแนวทางสำหรับการพัฒนาคุณภาพบริการให้ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจำนวน 4 แนวทางประกอบแนวทางการพัฒนาความมั่นใจ สิ่งที่จับต้องได้ ความรับผิดชอบต่อ และความเห็นใจ โดยเฉพาะการพัฒนาความรับผิดชอบต่อและความเห็นใจเกี่ยวข้องกับเจ้าหน้าที่ให้บริการด้านการคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลมากที่สุด

7) รายการอ้างอิง

- วีระศักดิ์ จินารัตน์ (2564). ระเบียบวิธีวิจัยสมัยใหม่ (Modern Research Methodology).
 อุบลราชธานี: สำนักพิมพ์ยงสวัสดิ์อินเตอร์กรุ๊ป
- วีระศักดิ์ จินารัตน์. (2564). ระเบียบวิธีวิจัยสมัยใหม่, พิมพ์ครั้งที่ 1; อุบลราชธานี, ยงสวัสดิ์ อินเตอร์
 กรุ๊ป จำกัด.
- วีระศักดิ์ จินารัตน์. (2564). มาตรฐานงานวิจัยเชิงปริมาณและการพัฒนา, พิมพ์ครั้งที่ 1; อุบลราชธานี
 , ยงสวัสดิ์ อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด.
- องค์การบริหารส่วนตำบลสังเม็ก. (2566). คำแถลงนโยบายของผู้บริหาร. สืบค้นวันที่ 22 มิถุนายน
 2566 จาก <https://sangmek.go.th/public/list/data/index/menu/1333>
- องค์การบริหารส่วนตำบลสังเม็ก. (2566). ประวัติและข้อมูลสภาพทั่วไป. สืบค้นวันที่ 22 มิถุนายน
 2566 จาก <https://sangmek.go.th/public/list/data/index/menu/1142>
- Benmansour, R. (2019).
- Dudovskiy, J. (2012). *Concepts of customer service and customer satisfaction: Introduction*. Retrieved from May 10, 2016 from customer service.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2006). *Marketing management (12th ed.)* Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Noelle-Neumann, E. (1991). The theory of public opinion: the concept of the spiral of silence. *Annals of the International Communication Association*, 14 (1), 256-287.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L. A (1985). Conceptual model of service quality and its implications for future research. *J Market* 1985; 49 (4): 41-50.
- Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithmal, V.A. (1991). Refinement and reassessment of the servquel dimension. *Journal of Retailing*, 67(4), pp. 420-450.
- Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithmal, V.A. (1988). Servqual: A Multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12.
- Rhee, S.K. & Rhu, J.Y. (2009). Public service quality and customer satisfaction: exploring the attributes of service quality in the public sector. *The Service Industries Journal* Vol. 29, No. 11, November 2009, 1491-1512