



การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า
ประเทศอิตาลี ด้วย ตัวแบบคุณภาพการบริการ

The customer satisfaction services toward Italy visa application
center with Service Quality Model.

เสกสิทธิ์ ทองมาก

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวิชา
ประเทศอิตาลี ด้วย ตัวแบบคุณภาพการบริการ

เสกสิทธิ์ ทองมาก



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชภัฏกรุงเทพมหานคร

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชภัฏกรุงเทพมหานคร

The customer satisfaction services toward Italy visa application
center with Service Quality Model.

SeksitThongmak



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE MASTER DEGREE
OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY KRUNGTHEP
ACADEMIC YEAR 2017
COPYRIGHT OF RAJAMANGALA UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY KRUNGTHEP

ชื่อวิทยานิพนธ์

การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า
ประเทศอิตาลี ด้วย ตัวแบบคุณภาพการบริการ

โดย

เสกสิทธิ์ ทองมาก

สาขา

-

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.อลิสรา สุริยสมบุรณ์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์นี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิ้งแก้ว เอี่ยมแฉล้ม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ กิตติคุณ ดร. อัจฉรา จันทน์ฉาย)

..... กรรมการ
(ดร.หทัยกร พันธุ์งาม)

..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.อลิสรา สุริยสมบุรณ์)

Thesis	The customer satisfaction services toward to Italy visa application center with Service QualityModel.
Author	SeksitThongmak
Major	-
Advisor	Dr.AlisaraSuriyasomboon

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology
Krungthep approved this thesis as partial fulfillment of the requirements for the
master degree of Business Administration.

..... Dean of Faculty of Business Administration
(Assistant Professor Dr. KingkaewEiamchalam)

Examination Committee

..... Examination Committee Chairperson
(Professor Emeritus Dr.AcharaChandrachai)

..... Committee
(Dr. HathaikornPanngum)

..... Committee and Advisor
(Dr.AlisaraSuriyasomboon)

กิตติกรรมประกาศ

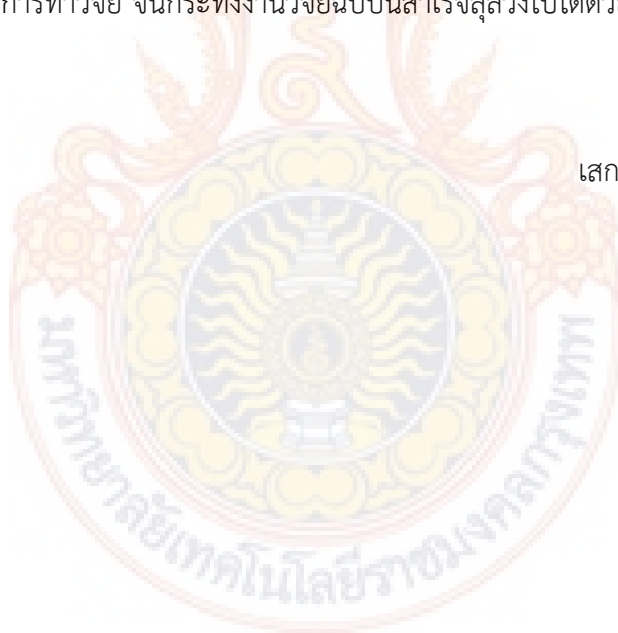
งานวิจัยฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ วัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าประเทศอิตาลี ด้วย ตัวแบบคุณภาพ โมเดล ให้สะดวกรวดเร็วและง่ายต่องานบริการ ผู้วิจัยขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ได้สนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ และคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ได้ให้คำปรึกษาและข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบการจัดทำ งานวิจัยในครั้งนี้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

การดำเนินการวิจัยมีอาจสำเร็จลุล่วงไปได้หากปราศจากความร่วมมือของคณาจารย์ในคณะ บริหารธุรกิจที่ให้การสนับสนุนการใช้อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ต่างๆในการพัฒนาระบบ รวมถึงสถานที่ในการดำเนินการจัดทำวิจัย จนงานวิจัยฉบับสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ท้ายนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้การอุปการะอบรมเลี้ยงดู ตลอดจน ส่งเสริมการศึกษา และให้กำลังใจเป็นอย่างดี อีกทั้งขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ให้การสนับสนุนและ ช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา และขอขอบพระคุณเจ้าของเอกสารและงานวิจัยทุกท่าน ที่ผู้ศึกษาค้นคว้า ได้นำมาอ้างอิงในการทำวิจัย จนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เสกสิทธิ์ ทองมาก

ผู้วิจัย



ชื่อวิทยานิพนธ์	การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี ด้วย ตัวแบบคุณภาพการบริการ
สาขาวิชา	-
โดย	เสกสิทธิ์ ทองมาก
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.อลิสรา สุริยสมบุรณ์
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงคุณภาพการบริการความคาดหวัง และความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าประเทศอิตาลี ของผู้ให้บริการ และเพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังที่มีต่อการบริการกับคุณภาพการให้บริการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการใช้บริการ กับความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าประเทศอิตาลีของผู้ให้บริการ โดยใช้ตัวแปร จากตัวแบบ คุณภาพการบริการได้แก่ การเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) สมรรถภาพในการให้บริการ (Competence) อหยาศัยไมตรี(courtesy) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความปลอดภัย (Security) การเข้าถึงบริการ (Access) การติดต่อสื่อสาร(Communication) ความเข้าใจลูกค้า (Understanding) ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจาก 412 คน โดยมีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quanta Sampling) โดยเป็นการเก็บข้อมูลที่ สุ่มคอมพิวเตอร์ชั้น 15

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน Pair T-Test และ Multiple Linear Regressions

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระ ที่มี ความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อ ความพึงพอใจในงานบริการของศูนย์ยื่นวีซ่าอิตาลี ได้แก่ การเป็นรูปธรรมของการบริการ(x1) ความน่าเชื่อถือ(x2)การตอบสนองต่อลูกค้า(x3) สมรรถภาพในการให้บริการ(x4) อหยาศัยไมตรี(x5) ความน่าเชื่อถือ(x6) ความปลอดภัย(x7) การเข้าถึงบริการ(x8) การติดต่อสื่อสาร(x9) ความเข้าใจลูกค้า(x10) โดยตัวแปรทั้ง 10 สามารถนำมาพยากรณ์ความพึงพอใจ การให้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี โดยปัจจัยทั้ง 10 ตัวแปร โดยผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.105 หรือ 10.50% และสามารถร่วมกันพยากรณ์เท่ากับ + 0.29 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า VFS (ประเทศไทย) ได้ร้อยละ 5.813 และได้ค่า Significance จากผลลัพธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสรุปได้ว่าการพยากรณ์ค่าความพึงพอใจรวม

มีสมการดังนี้ $Y = 0.078 + 0.141(x_1) + 0.099(x_2) + 0.073(x_3) + (-0.131)(x_4) + 0.003(x_5) + (0.031)(x_6) + 0.034(x_7) + 0.037(x_8) + 0.177(x_9) + (-0.027)(x_{10})$



Thesis	The customer satisfaction services toward to Italy visa application center with Service Quality Model.
Author	Seksit Thongmak
Major	-
Advisor	Dr. Alisara Suriyasomboon
Academic Year	2017

Abstract

The purposes of this quantitative research were to study the service quality expectation and satisfaction on using of the Italy visa application center by users, to compare the service expectation and quality, to study the relation between the service satisfaction of using the Italy visa application center by the using Serqual Model with consist of: tangibles, reliability, responsiveness, competence, courtesy, credibility, security, access, communication and understanding, in this study, we studied the users satisfaction that used the service from the Italy visa application center by analyzing the independent factors that obtained from this research. By using 412 questionnaires in total as a data collecting instrument, the collected data from the Italy visa application center, the services expectation and quality that were variables for the study during 1st June 2017 to 1st July 2017 (4 months period) that obtained from Italy Visa Application Center (Thailand) by quota sampling that collected from Silom Complex 15th floor.

The analyzed statistic data were; frequency, average, Standard Deviation (S.D.), pair T-test, One-way Anova and multiple Linear Regressions.

The result of an examination of the hypothesis and multiple regression analysis revealed that the variables having positive correlations with the service satisfaction of the Italy Visa Centre yielded the following results: tangibles (x1), reliability (x2), responsiveness (x3), competence (x4), courtesy (x5), credibility (x6), security (x7), access (x8), communication (x9), and understanding (x10). The preceding 10 variables can

be used to predict the satisfaction of the Italy Visa Centre. This researcher analysed multiple relationships at 0.105 or 10.50% and the forecast can be able to the same value as +0.29 The customer satisfaction services toward Italy visa application center with Service Quality show the percentage 5.813 % significance of results is 0.05 The forecast concluded total satisfaction as follows $Y=0.078 +0.141(x1) + 0.099(x2) + 0.073(x3) + (-0.131) (x4) + 0.003(x5) +(0.031)(x6) + 0.034(X7) + 0.037(X8) + 0.177(x9) + (-0.027) (x10)$.



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	2
1.3 ระเบียบวิธีการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.5 สมมุติฐานในการวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิด และทฤษฎีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Satisfaction)	7
2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	16
2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง	22
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ	25
2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	29
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	30
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
3.4 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้มารับบริการ	38
4.2 การวิเคราะห์ลักษณะของการใช้บริการ	41
4.3 การวิเคราะห์ผลความพึงพอใจจากการบริการ	42
4.4 ผลการทดสอบสมมุติฐานพร้อมประเมินผล	51
4.5 การทดสอบสมมุติฐาน	62
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	70
5.1 สรุปผลการวิจัย	70
5.2 อภิปรายผลงานวิจัย	74
5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย	82
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบรับรองการมีจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการในการทำ วิทยานิพนธ์	86
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	89
ภาคผนวก ค ผลการนำเสนองานวิจัย Conference	94
ประวัติผู้จัดทำ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ลำดับความสำคัญของคุณภาพในการบริการ	18
ตารางที่ 2.2 สรุปการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ	26
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลแสดงค่าจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	38
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลส่วนบุคคลแสดงค่าจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	38
ตารางที่ 4.3 ข้อมูลส่วนบุคคลแสดงค่าจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สถานภาพสมรส	39
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	39
ตารางที่ 4.5 แสดงค่าจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	40
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	40
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ การใช้บริการ	41
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการยื่นวีซ่า	41
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	42
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ	43
ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการ ตอบสนองผู้มารับบริการ	44
ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อสมรรถภาพ ในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหา	45
ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังที่มีต่ออัธยาศัยไมตรี	46
ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังที่มีต่อ ความน่าเชื่อถือ	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อ ความปลอดภัย	48
ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อ การเข้าถึงบริการ	49
ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการ ติดต่อสื่อสาร	50
ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ที่มีต่อความเข้าใจลูกค้า	51
ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	52
ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ที่มีต่อความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ	53
ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการ ตอบสนองผู้มารับบริการ	54
ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังที่มีต่อสมรรถภาพ ในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหา	55
ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อ อัยาศัยไมตรี	56
ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อ ความน่าเชื่อถือ	57
ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มี ต่อความปลอดภัย	58
ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการ เข้าถึงบริการ	59
ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการ ติดต่อสื่อสาร	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อ ความเข้าใจลูกค้า	61
ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า VFS และความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า VFS	62
ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังต่อการให้บริการของผู้ใช้ บริการศูนย์ยื่นวีซ่า VFS และความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการของ ผู้ให้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า อิตาลี VFS	63
ตารางที่ 4.31 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ Kolmogorov-Smirnova	65
ตารางที่ 4.32 แสดงผลค่า VIF ของตัวแปรอิสระ	65
ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน	66
ตารางที่ 4.34 ตารางทดสอบสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	68



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 พีระมิดของการสร้างประสบการณ์การบริการ	14
ภาพที่ 2.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการบริการที่ได้รับจริง	15
ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย	29



บทที่ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในการเดินทางไปท่องเที่ยว ทำงาน หรือพำนักรเพื่อศึกษาต่อยังต่างประเทศนั้น สิ่งสำคัญที่สุดที่จะช่วยให้บุคคลนั้น ๆ สามารถเดินทางเข้าออก และพำนักรเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ยังต่างประเทศได้อย่างถูกต้อง และถูกกฎหมาย คือ วีซ่า (Visa) ซึ่งคือ เอกสารที่แสดงว่า บุคคลนั้นได้รับอนุญาตให้เข้าสู่เขตแดนหรือพื้นที่ ซึ่งได้ระบุไว้ในวีซ่า นั้น ภายในกรอบเวลาที่กำหนด เอกสารอนุญาตอาจอยู่ในรูปของเอกสารสำคัญ แต่โดยส่วนใหญ่ จะเป็นตราประทับอยู่ในหนังสือเดินทาง ซึ่งโดยส่วนใหญ่ จะมีเงื่อนไขต่าง ๆ ของวีซ่า แต่ละประเภทติดมาด้วย เช่น เขตพื้นที่ที่อนุญาตให้เดินทางเข้าไปได้, อายุของ Visa, ช่วงเวลาที่เดินทางเข้าออกได้ แม้กระทั่งอนุญาตให้เดินทางเข้าออกประเทศได้กี่ครั้ง เป็นต้น ดังนั้นก่อนที่บุคคลจะเดินทางไปท่องเที่ยว หรือพำนักรยังต่างประเทศ จึงต้องเดินทางไปยังกรมการกงสุล กระทรวงการต่างประเทศเพื่อติดต่อเรื่อง ขอวีซ่า แต่อย่างไรก็ดี ปัญหาที่พบในการติดต่อเรื่องขอวีซ่า คือ จำนวนผู้ใช้บริการขอวีซ่า ยังกรมการกงสุล กระทรวงการต่างประเทศ ในแต่ละวันมีจำนวนมาก การติดต่อขอวีซ่าแต่ละครั้งอาจต้องใช้ระยะเวลาในการรอคอยยาวนาน ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ปัญหาในการยื่น วีซ่า จึงมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือ และช่วยอำนวยความสะดวกในการขอวีซ่า แก่ผู้ไม่ต้องการไปติดต่อและดำเนินเรื่องขอวีซ่าด้วยตนเองทั้งหมด

ศูนย์ยื่นวีซ่า คือ หน่วยงานที่ทำหน้าที่เพื่อช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ของสถานทูตแต่ละประเทศ ในทางด้านการเตรียมเอกสารขอวีซ่าไปยังประเทศต่าง ๆ โดยศูนย์ยื่นวีซ่าจะเป็นหน่วยงานที่ช่วยตรวจสอบเอกสารและคัดกรองเอกสาร ก่อนที่จะส่งให้สถานทูตประจำประเทศนั้น กล่าวคือ ศูนย์ยื่นวีซ่าเปรียบเสมือนตัวแทนกลางรับคำร้องการยื่นเอกสารขอวีซ่า VFS Global ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า ศูนย์ยื่นวีซ่า เปิดดำเนินการครั้งแรกเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2544 (ค.ศ.2001) VFS มีศูนย์ดำเนินการขอวีซ่าจำนวน 526 ศูนย์ ใน 63 ประเทศ โดยในการดำเนินงานของศูนย์ยื่นวีซ่านั้น สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่หน่วยงานให้ความสำคัญ คือ การให้บริการที่เป็นแบบรูปธรรมเป็นองค์กรที่คอยเอาใจใส่ต่อบริการที่เกิดทางด้านคุณภาพ ความพึงพอใจ รวมทั้งนโยบายการบริการ การปฏิบัติ และขบวนการบริการมุ่งหมาย สนับสนุน ในการพัฒนาจุดด้อยของศูนย์ยื่นวีซ่าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการบริการภายในศูนย์ยื่นวีซ่า เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มาใช้บริการที่หลากหลายให้ได้ดีที่สุด และเข้าถึงความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม นำไปสู่การยกระดับการบริการให้ได้มาตรฐานของการบริการ พัฒนาบุคลากรในองค์กรให้มีความรู้ความสามารถที่เพียงพอของการให้บริการ เหมาะสมต่อบริบท

และสอดคล้องต่อนโยบายของสถานทูตเป็นสำคัญ แต่อย่างไรก็ดีในการให้บริการของศูนย์ยื่นวีซ่า ผู้วิจัยยังพบว่า มีปัญหาในการใช้บริการของศูนย์หลากหลายประเด็น ที่ทำให้ผู้ใช้บริการไม่ได้รับความพึงพอใจ เช่น เช่น การแข่งคิวของผู้มาใช้บริการยื่นขอวีซ่า การตรวจเอกสารที่ล่าช้ากว่ากำหนด ระยะเวลาที่กำหนดการสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการไม่ตรงกัน การร้องเรียนพนักงานทูตไม่สุภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวกในศูนย์ยื่นวีซ่าไม่ครบครัน เป็นต้น

จากที่มาและปัญหาที่ผู้วิจัยได้กล่าวไปแล้วนั้น ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กรและได้ให้ความสนใจในการศึกษา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาถึง การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าประเทศอิตาลี ด้วย ตัวแบบคุณภาพการบริการ โดยมุ่งศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของผู้ยื่นขอวีซ่าชั่วคราวที่มีต่อการให้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ความพึงพอใจโดยรวมในการให้บริการและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อศูนย์ยื่นวีซ่าในการนำข้อมูลที่ได้ไปใช้พัฒนาและปรับปรุงการบริการของศูนย์ให้มีคุณภาพการบริการที่เพิ่มมากขึ้น สามารถเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการของศูนย์ยื่นวีซ่าได้มากขึ้น นอกจากนั้นแล้วยังจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่ต้องให้บริการประชาชนจำนวนมากในแต่ละวัน ในการนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ในการพัฒนาคุณภาพการบริการภายในหน่วยงาน เพื่อให้เกิดประโยชน์ และอำนวยความสะดวกต่อประชาชนผู้ใช้บริการอย่างสูงสุดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าประเทศอิตาลี ด้วยตัวแบบคุณภาพการบริการ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

- 1.2.1 เพื่อศึกษาถึงคุณภาพการบริการของศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี
- 1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวัง และความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าประเทศอิตาลี ของผู้ใช้บริการ
- 1.2.3 เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลีของผู้ใช้บริการ โดยมีตัวแปรอิสระที่ศึกษาประกอบด้วย $X_1, \dots, X_{10}$ จนครบถ้วน

1.3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป โดยในการศึกษามีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาดังต่อไปนี้

1.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบด้วย

1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ(x1) ความน่าเชื่อถือ(x2) การตอบสนองต่อลูกค้า(x3) สมรรถภาพในการให้บริการ(x4) อรรถาธิบาย(x5) ความน่าเชื่อถือ(x6) ความปลอดภัย(x7) การเข้าถึงบริการ(x8) การติดต่อสื่อสาร(x9) ความเข้าใจลูกค้า(x10)

1.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าประเทศอิตาลี ด้วย ตัวแบบคุณภาพการบริการ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี ชั้น 15 สโมสรคอมเพล็กซ์ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป โดยจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ดังนั้นในการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G. Cochran (1987) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมรับให้มีความคลาดเคลื่อนที่ ร้อยละ 0.05 จากผลการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ทั้งสิ้น 384 คน เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมจำนวนประชากรมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดให้กลุ่มตัวอย่าง มีจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

1.4.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2560 ถึง เดือนกันยายน 2560 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 4 เดือน

1.5 สมมุติฐานงานวิจัย

1.5.1 ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการและคุณภาพของการบริการที่ได้รับไม่แตกต่างกัน

1.5.2 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ(x1) ความน่าเชื่อถือ(x2)การตอบสนองต่อลูกค้า(x3) สมรรถภาพในการให้บริการ(x4) อัตรากำไร(x5) ความน่าเชื่อถือ(x6) ความปลอดภัย(x7) การเข้าถึงบริการ(x8) การติดต่อสื่อสาร(x9) ความเข้าใจลูกค้า(x10) มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในการให้บริการและสามารถเป็นตัวแปรในการพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการด้านการยื่นวีซ่าได้

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี และสาขาอื่น ๆ รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีดำเนินงานเกี่ยวกับการบริการประชาชนในลักษณะที่คล้ายคลึงกับการดำเนินงานของศูนย์ยื่นวีซ่า เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดสบายในการใช้บริการ และสร้างความพึงพอใจที่มากขึ้นให้กับผู้ใช้บริการได้ต่อไป

1.6.2 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาค้นคว้าวิจัย และขยายความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า หรือหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีการดำเนินงานด้านการบริการประชาชน ในระดับการศึกษาต่าง ๆ ต่อไป

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันของผู้วิจัย จึงได้ทำการกำหนดนิยามศัพท์เฉพาะในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ไว้ดังนี้

1.7.1 **คุณภาพการบริการ**หมายถึง คุณภาพในการให้บริการของศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี ประกอบด้วย (Parasuraman, Zethaml and Berry, (1998) 10 ด้านดังต่อไปนี้

1) การเป็นรูปธรรมของการบริการ(Tangibles) คือ การบริการที่เป็นรูปธรรมในการบริการส่งผลการรับรู้ของลูกค้าที่เกิดจากการใช้บริการนั้นๆ เช่น สถานที่ใหญ่โต มีบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้บริการภายในองค์กร

2) ความน่าเชื่อถือ(Reliability) คือ บริการที่ได้รับมีความ ถูกต้อง แม่นยำ เหมาะสม และสม่ำเสมอ ให้บริการตรงตามเวลา มีการติดตามผล พร้อมทั้งการแจ้งข้อมูลให้กับผู้มารับบริการที่ศูนย์ยื่นวีซ่าทราบว่า เช่น เอกสารของคุณอยู่ในขั้นตอนการดำเนินการ Passport ของท่านได้กลับมาถึงศูนย์ยื่นวีซ่าแล้วท่านสามารถรับได้ในเวลา 13.00-16.00 น. ตั้งแต่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์

3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) คือ ผู้มาเยือนเอกสารต้องมีการเตรียมความพร้อมทางด้านเอกสารเพื่อมาใช้ในการดำเนินการให้บริการ และจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันที หรือ มีการติดต่อสื่อสารก่อนเข้ามารับบริการผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เดินเข้ามาติดต่อสอบถาม ในด้านข้อมูลต่างๆ

4) สมรรถภาพในการให้บริการ (Competence) คือ การที่ผู้ให้บริการมีทักษะด้านความรู้ความสามารถในการให้บริการ แสดงให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนจากการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและช่วยในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

5) อริยาบถไมตรี (Courtesy) คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุภาพเอาใจใส่ รวมทั้งมีกิริยามารยาท การแต่งกายที่สุภาพ ใช้น้ำเสียงที่เหมาะสม และเป็นบุคคลที่มีบุคลิกดี

6) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือ ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นจากความซื่อสัตย์ต่อผู้รับบริการภายในศูนย์ยืมวิชา ความจริงใจ ความสนใจอย่างจริงจังและจริงใจ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่งที่จะส่งผลให้ผู้มาใช้บริการมีการพูดปากต่อปากว่าผู้ให้บริการท่านนี้เป็นคนที่มีอริยาบถไมตรีที่ดี

7) ความปลอดภัย (Security) คือ ความปลอดภัยในด้านข้อมูลหรือเอกสารที่ได้ให้เจ้าหน้าที่จนกว่าจะดำเนินการสิ้นสุดจนกระทั่งผู้สมัครกับมารับเอกสาร เช่น การเก็บรักษาข้อมูลของบุคคล การคัดแยกเอกสารแต่ละสัญชาติในการยื่น การกรอกตรวจสอบข้อมูลการยื่นเอกสาร

8) การเข้าถึงบริการ (Access) คือ ผู้สมัครสามารถเข้าถึงบริการได้หลายช่องทาง และได้รับความสะดวกจากการรับบริการ เช่น การเดินทางที่สะดวก ความรวดเร็วจากการเดินทาง

9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) การสื่อสารมีความสำคัญมากต่อการให้บริการ ดังนั้นการให้ข้อมูลทางด้านต่างอยู่ภายในเว็บไซต์ของสถานทูต หรือศูนย์ยืมวิชามีข้อมูลเอกสารแสดงข้อมูลการให้บริการ มีพนักงานที่เป็นเจ้าของภาษาเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการติดต่อสื่อสาร

10) เข้าใจผู้รับบริการ (Understanding/ Knowing the Customer) คือ การที่ผู้ให้บริการพยายามทำความรู้จักกับลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงการมาติดต่อขอยื่นสมัครวีชานั้นพร้อมทั้งมีระบบการดำเนินงานทางด้านการตรวจสอบรายชื่อในการจองขอรับบริการหรือเราเรียกว่าการจองคิวในการยื่นวิชา

1.7.2 ความคาดหวังหมายถึงความคิด ความรู้สึกอย่างมีวิจารณ์ญาณของบุคคลที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่า ควรจะมีอาจจะเป็น หรือควรเกิดขึ้นในอนาคตโดยในการศึกษาครั้งนี้ คือ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของศูนย์ยืมวิชา ประเทศอิตาลี ประกอบด้วยความคาดหวัง 10 ด้าน คือ 1) การเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) 4) สมรรถภาพในการ

ให้บริการ (Competence) 5) อภัยไมตรี (Courtesy) 6) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) 7) ความปลอดภัย (Security) 8) การเข้าถึงบริการ (Access) 9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และ 10) เข้าใจผู้รับบริการ(Understanding/ Knowing the Customer)

1.7.3 ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ โดยในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ ยีนวิซ่า ประเทศอิตาลี โดยในการวัดระดับความพึงพอใจจะใช้ ตัวแบบคุณภาพบริการ ในการศึกษา

1.7.4 ศูนย์ยีนวิซ่าหมายถึงหน่วยงานที่ทำหน้าที่เพื่อช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ของสถานทูตแต่ละ ประเทศ ในทางด้านการเตรียมเอกสารขอวีซ่าไปยังประเทศต่าง ๆ โดยศูนย์ยีนวิซ่าจะเป็นหน่วยงาน ที่ช่วยตรวจสอบเอกสารและคัดกรองเอกสาร ก่อนที่จะส่งให้สถานทูตประจำประเทศนั้น



บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าประเทศอิตาลี ด้วยตัวแบบคุณภาพบริการ” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าทบทวนวรรณกรรมจากตำรา บทความ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิด และทฤษฎีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Satisfaction)
- 2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ
- 2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิด และทฤษฎีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Satisfaction)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เปรียบเสมือนสิ่งที่จะสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพในการบริการของหน่วยงานนั้นๆ โดยปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจได้จะประกอบด้วยปัจจัยสำคัญหลายประการ ซึ่งจากการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

2.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของคำว่าความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

Hornby (2000) ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542 : 775) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจ ชอบใจ พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ นั่นก็คือ ความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด ความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่ได้ดูละเอียด ในร่างกาย ซึ่งเมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวได้ มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ

วรูม (Vroom: 1964 : 99) ได้กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคล เข้าไปมีส่วนร่วมต่อเรื่องราว และข่าวสารนั้น ๆ โดยทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นบุคคลมีความพึงพอใจต่อข่าวสาร หรือเหตุการณ์นั้น ๆ ส่วนทศนคติด้านลบ จะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจต่อข่าวสาร หรือเหตุการณ์นั้น ๆ เป็นต้น

อุทัยพรรณ สุดใจ (2545 : 7) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึก หรือทศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้น เป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

ในขณะที่กาญจนา อรุณสอนศรี (2546 : 48) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรมโดยความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ ซึ่งการที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่จะสามารถสังเกตได้โดยการแสดงออกของบุคคลที่มีความซับซ้อน และต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคลจึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ เช่น บุคคลต้องการการยอมรับจากสังคม มักจะเลือกใช้สิ่งของต่าง ๆ ที่ดูดีมีระดับเท่านั้น เป็นต้น

จากความหมายของความพึงพอใจที่ได้กล่าวมาทั้งหมด สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่เป็นทศนคติเชิงบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของบุคคลนั้น ๆ ได้รับการตอบสนอง แต่หากไม่ได้รับการตอบสนองความพึงพอใจก็จะลดน้อยลงตามลำดับ

เชลลี (Shelly, 1975) ความพึงพอใจ คือ ทฤษฎีว่าด้วยความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ซึ่งความรู้สึกทุกชนิดของมนุษย์จะติดอยู่สองแบบนี้ ความรู้สึกบวก คือความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้มีความสุข ส่วนความรู้สึกลบ คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความไม่สบายใจ ความรู้สึกสองแบบนี้มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับ ซับซ้อน ระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสองเรียกว่าระบบความพึงพอใจ ซึ่งความพึงพอใจ จะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึก ความคิดเห็น หรือความพอใจของมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร(Resource) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือ การศึกษาทรัพยากรหรือสิ่งเร้า แบบใดที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจแก่มนุษย์

เกรียงไกร นันทวัน (2546: 25) ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการตามแนวคิดของ นักการตลาดจะพบคำนิยามเป็น 2 นัย คือ 1.ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบใช้ ในงานวิจัยการตลาดที่เน้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ 2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับ

ผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับ ความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง”

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) กล่าวว่า ความพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายทางการตลาดที่สำคัญที่ทุกธุรกิจให้บริการจะต้องบรรลุให้ได้ เนื่องจากความพื่อนำมาซึ่งการใช้บริการซ้ำ ความจงรักภักดี และการแนะนำความพื่อนั้นให้ผู้อื่นทราบ การสร้างความพื่อให้กับลูกค้า นั้น เป็นสิ่งที่ทำได้ยากแต่สามารถทำได้ ผู้บริหารจะต้องทำให้พนักงานส่งมอบบริการอันประทับใจ ให้ลูกค้าทุกขั้นตอน ความพื่อของลูกค้าจึงเกิดจากการที่ลูกค้าได้รับการตอบสนองความต้องการ ตามที่ตนได้คาดหวังไว้หรือได้รับบริการที่มีคุณค่า รวมทั้งการบริการต้องตอบสนองสิทธิประโยชน์ เฉพาะได้

ล็อก (Lock, 1984) มองว่า ความพื่อต่อการให้บริการหรือความไม่พื่อต่อการให้บริการด้านใดด้านหนึ่งนั้น ขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้าได้รับกับสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งสิ่งที่ลูกค้าได้รับนั้นคือระดับต่ำสุดที่สามารถตอบสนองความต้องการของเขา ลูกค้าจะเกิดความพื่อเมื่อไม่มีความแตกต่างระหว่างความปรารถนา กับสภาพความเป็นจริง ลูกค้าจะเกิดความไม่พื่อ

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ (2548) ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นการคาดหวังของผู้รับบริการหลังการใช้สินค้าหรือบริการต่างๆ โดยองค์กรจะต้องตระหนักถึงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการบริการดังนี้ ดังนี้

1. การบริหารการบริการขององค์กรให้มีคุณภาพนำความรู้ ความต้องการของผู้รับบริการหรือความต้องการภายในองค์กรมากำหนดมาตรฐานการทำงานบริการ
2. การปฏิบัติงานบริการที่มีคุณภาพส่งเสริมการแสดงออกของพฤติกรรมบริการที่มีคุณภาพ
3. การรับรู้คุณภาพของการบริการของผู้รับบริการเป็นความคาดหวังจากความต้องการของผู้รับบริการอันอาจเกิดจากการมีประสบการณ์ในการได้รับบริการหรือจากการโฆษณา ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรบริการต้องเข้าใจความคาดหวังนี้และเสริมสร้างขึ้นเพื่อเป็นภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรอย่างต่อเนื่อง

วิสาขา ลายเซ็น (2548) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัทหลักทรัพย์ไทยในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่ แต่ไม่พึงพอใจต่อ คุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ อันเนื่องมาจากอุปกรณ์ไม่มีความทันสมัย สถานที่คับแคบเกินสถานที่ตั้งบริษัทอยู่ไกลจากสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

พลหัทธ สิงหกรกิจ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพ การบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สังกัดเขตส่วนภูมิภาคเขต 24 พบว่าลูกค้า มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สังกัดเขตส่วน ภูมิภาคเขต 24 โดยภาพรวม และรายด้านทั้ง 4 ด้าน ด้านคุณภาพผู้ให้บริการ ด้านพฤติกรรม การให้บริการ ด้านการสร้างบรรยากาศงานบริการ และด้านการให้บริการทางโทรศัพท์อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ ผู้ศึกษายังได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยพบว่า ลูกค้าที่มีความแตกต่างกันในเรื่องรายได้ อายุ และระดับการศึกษา มีความพึงพอใจต่อ คุณภาพการ บริการโดยรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้านไม่แตกต่างกัน และลูกค้าที่รับบริการจากธนาคาร ขนาดต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการโดยรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้าธนาคารขนาดย่อมมีความพึงพอใจต่อการบริการมากกว่า ลูกค้าธนาคารขนาดกลางและขนาดใหญ่

ชนิตา วันวงษ์ (2544) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารการบินไทยต่อการ ให้บริการของแผนกสอภามและรับรองที่นั่ง: ศึกษาเฉพาะกรณีท่าอากาศยานกรุงเทพอาคาร ผู้โดยสารภายในประเทศ พบว่า 1) ผู้โดยสารสายการบินไทยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยรวมในระดับสูง เช่นเดียวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความเสมอ ภาคและด้านความเต็มใจและจริงใจ ส่วนความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง 2) ผู้โดยสารมีปัจจัยส่วนบุคคล ความถี่ในการมาใช้บริการและปัจจัยในการเข้าถึงการบริการที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการทั้งในด้านรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 3) ความเข้าใจในการติดต่อสื่อสาร ระยะเวลาในการรอคอยและอายุของผู้โดยสาร สามารถอธิบายความพึงพอใจต่อการให้บริการได้ร้อยละ 26.60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความถี่ในการมาใช้บริการนั้นไม่สามารถ อธิบายการปรับตัวใน การทำงานได้

วีรพงษ์ เณิมจิระรัตน์ (2539: 3) ได้กล่าววว่า การบริการ คือ สิ่งที่จับต้องไม่ได้เป็นสิ่ง ที่เสื่อมสลายไถ่กาย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริการและสมอบสูผู้รับบริการ เพื่อใช้สอย บริการนั้น ๆ ทันที หรือในเวลาที่มีการให้บริการนั้นๆ

สุนนา อยู่โพธิ์ (2532: 48) ได้กล่าววว่า การบริการ หมายถึง เปนกิจกรรม ผลประโยชน์ที่ เสนอเพื่อขายและสนองความพอใจแก่ลูกค้า เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า หรือกิจกรรมที่จัด ขึ้นรวมกับการขายสินค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2541: 35) ได้กล่าววว่า คุณภาพการให้บริการเปนสิ่งสำคัญสิ่ง หนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ การที่จะดำเนินธุรกิจทางดานบริการให้ชนะคู่แข่งชั้นได้นั้น จะต้องมีการสมอบบริการคุณภาพสูงต่อเนื่องมากกว่าคู่แข่ง และเกินกว่าที่ลูกค้าต้องการหรือ คาดหวังไว้โดยสิ่งที่ลูกค้าต้องการนั้นจะไดจากประสบการณ์ต่าง ๆ ของลูกค้าในอดีตการบอกต และการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการลูกค้าจะเปรียบเทียบการ บริการที่

ลูกค้าได้รับ กับบริการที่ลูกค้าต้องการถ้าบริการที่ลูกค้าได้รับเท่ากับหรือ เกินกว่าที่ลูกค้าต้องการ ลูกค้าก็จะใช้บริการจากผู้ให้บริการอีกครั้ง

กล่าวโดยสรุป กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีจุดประสงค์ให้โดยตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นความต้องการไว้ พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน

2.1.2 ระดับของความพึงพอใจ

ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ความพึงพอใจนั้นเป็นสิ่งที่เป็นามธรรม ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า จึงต้องอาศัยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงต่อสิ่งต่าง ๆ เพื่อนำมาวัดความพึงพอใจ ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการวัดระดับความพึงพอใจนั้นโดยจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการวัดระดับความพึงพอใจ พบว่ามีนักวิชาการหลายท่านเสนอแนวคิดเกี่ยวกับระดับของความพึงพอใจ และวิธีการวัดระดับความพึงพอใจไว้ดังนี้

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548:177) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับด้วยกัน คือ

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตสินค้าจะต้องจัดให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนเองมีคุณสมบัติต่างๆ ตามความคาดหวังของผู้บริโภค และระวังไม่ให้เกิดคุณสมบัติที่ต่ำกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกยินดีและมีความสุขต่อการซื้อสินค้าหรือบริการของตน

2. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตสินค้าน่ามุ่งหวังที่จะสร้างความพึงพอใจให้มีเกินกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ ทั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยเป็นความพึงพอใจที่เกินความคาดหวังที่ตั้งใจไว้

จากระดับความพึงพอใจที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือความพึงพอใจที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการที่สมกับความคาดหมาย และความพึงพอใจที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการที่เกินความคาดหมาย ซึ่งผู้ผลิตสินค้าจะต้องทำการรักษาความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวังไว้ และต้องพยายามสร้างความพึงพอใจที่เกินความคาดหวังให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคต่อไป โดยความพึงพอใจนี้สามารถเกิดขึ้นได้โดยจะต้องอาศัยองค์ประกอบเป็นสำคัญ

2.1.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจนั้น ถือเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลซึ่งไม่สามารถมองเห็นได้ อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งถึงแม้ว่าความพึงพอใจจะเป็นสิ่งที่วัดไม่ได้แต่ก็สามารถวัดระดับของความพึงพอใจได้ และจากการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมยังพบว่า ความพึงพอใจจะประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึง องค์ประกอบของความพึงพอใจไว้ดังนี้

Roland, Zahorik and Keiningham (1996 : 88) กล่าวว่า องค์ประกอบของความพึงพอใจของผู้บริโภคจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. คุณภาพของสินค้าหรือบริการ หมายถึง การประเมินคุณภาพของสินค้าหรือบริการ อันเป็นผลจากการใช้สินค้าหรือบริการในปัจจุบัน หรือผลสะสมจากประสบการณ์ในการใช้สินค้าและบริการโดยคุณภาพของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคได้รับนั้นจะส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยคุณภาพของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคได้รับนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสองประการ คือ

1.1 ระดับความเฉพาะเจาะจง (Customize) ของสินค้าหรือบริการที่มีอยู่เพื่อตอบสนองความต้องการในแต่ละด้านของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายและแตกต่างกัน

1.2 ระดับของความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของสินค้าและบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับของความเชื่อถือได้ความเป็นมาตรฐานและปราศจากความบกพร่องต่าง ๆ ของสินค้าที่นำเสนอ

2. คุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับ (Perceived value) หมายถึง ระดับของการรับรู้ในเชิงเปรียบเทียบ โดยเป็นการเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ได้รับกับราคาสินค้านั้น ๆ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะเป็นปัจจัยที่ช่วยบ่งชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้ ซึ่งมีข้อดีในการที่ผู้บริโภคจะนำข้อมูลของสินค้าหรือบริการหลาย ๆ トラสินค้ามาเปรียบเทียบกันเพื่อตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด

3. ความคาดหวังของผู้บริโภค (Customer expectation) ความคาดหวังของผู้บริโภคนี้เป็นสิ่งที่เป็นทั้งประสบการณ์ในการรับรู้ข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการจากแหล่งต่าง ๆ เช่น การโฆษณา หรือการบอกต่อ และจากการคาดหวังของผู้บริโภค รวมทั้งความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการว่าจะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ตนเองได้มากน้อยเพียงใด โดยความคาดหวังนี้จะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับคุณภาพที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้ ซึ่งความหวังนี้จะมีสัมพันธ์โดยตรงกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการ (Perceived quality) และคุณค่าของสินค้าหรือบริการ (Perceived valued)

กล่าวโดยสรุปองค์ประกอบของความพึงพอใจจะประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบที่ผู้ผลิตสินค้าจำเป็นต้องทำความเข้าใจและให้ความสำคัญ เพื่อที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคให้เกิดขึ้นกับตราสินค้าของตนเอง โดยองค์ประกอบของความพึงพอใจอาจแบ่งได้ดังนี้ คุณภาพของสินค้าหรือบริการ คุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับ (Perceived value) และ ความคาดหวังของผู้บริโภค (Customer expectation)

2.1.4 แนวทางการวัดความพึงพอใจ

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าของตนเอง และการที่จะทำให้ทราบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดนั้น จะสามารถทราบได้ด้วยการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคซึ่งจากการศึกษาข้อมูลพบว่า วิธีในการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคสามารถทำได้ ดังนี้

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2553 : 125) กล่าวว่า ค่าของความพึงพอใจในสินค้าและบริการนั้น สามารถวัดได้เป็นหน่วย “ยูทิล” โดยแนวทางในการวัดความพึงพอใจออกมาเป็นหน่วยยูทิล มีดังนี้

1. ต้องกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่าต้องการประเมินไปเพื่อประโยชน์อะไร เช่น หากต้องการเพียงเพื่อทราบความพึงพอใจในสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจ ในประเด็นใดประเด็นหนึ่งโดยเฉพาะ ในการวัดความพึงพอใจนั้นก็จำเป็นต้องคำนึงถึงการวางกรอบการวัดอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถทำเป็นวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลได้เลย

2. ทำการกำหนดปัจจัยที่จะใช้วัดความพึงพอใจ โดยผู้วัดจะต้องทำการกำหนดว่าจะใช้ปัจจัยใดบ้างมาเป็นตัวชี้วัดคะแนนความพึงพอใจโดยรวม และควรให้น้ำหนักในแต่ละปัจจัยเท่าใด การได้มาซึ่งปัจจัยที่จะใช้เป็นตัวชี้วัดเป็นขั้นตอนที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายและควรทำการทดสอบปัจจัยเหล่านี้ก่อนที่จะนำมาใช้ในการประเมินจริงเพื่อให้แน่ใจว่า ปัจจัยที่กำหนดนั้นไม่ซ้ำซ้อนกันเกินไปหรือยังขาดปัจจัยสำคัญตัวใดตัวหนึ่งไป เป็นต้น

3. กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวัด ซึ่งโดยปกติแล้วในการวัดจะใช้ Likert scale ด้วยการให้คะแนนความพึงพอใจ แต่ละปัจจัยจาก 1 ถึง 5 โดย 5 คือ พอใจมากที่สุด 4 คือ พอใจมาก 3 คือ พอใจปานกลาง 2 คือ พอใจน้อย และ 1 คือ พอใจน้อยที่สุด เนื่องจากช่วงห่างของคะแนน 5 ระดับ ก็เพียงพอที่จะแสดงค่าความพึงพอใจที่แตกต่างกันของลูกค้าได้ แต่ก็ไม่กว้างมากจนความเห็นที่ผิดแปลกในลักษณะที่ให้คะแนนสูงหรือต่ำเกินไป

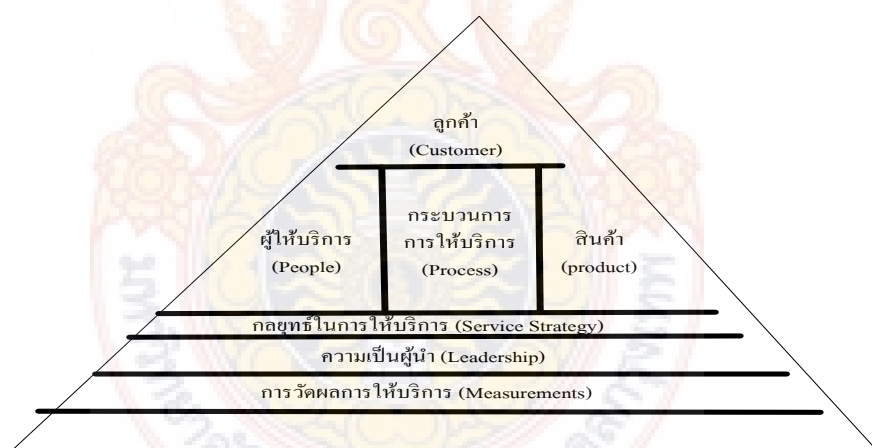
4. กำหนดวิธีการวัดความพึงพอใจ ในขั้นตอนนี้คือขั้นของการทำวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ที่ต้องกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างในเชิงสถิติ เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของลูกค้าที่สุ่มมาทำการวัดความพึงพอใจ รวมถึงการกำหนดขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการวัดว่าควรมีจำนวนเท่าไร โดยอาศัยเทคนิคการวิจัย

กล่าวโดยสรุปวิธีการวัดความพึงพอใจนั้นจะสามารถวัดออกมาได้ในหน่วยของ “ยูทิล” โดยจะมีหลักในการวัด 4 ขั้นตอน คือ ต้องกำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด จากนั้นทำการกำหนดว่าจะวัดความพึงพอใจในปัจจัยใดบ้าง เช่น ปัจจัยทางด้านการตลาด เป็นต้น เมื่อได้วัตถุประสงค์และปัจจัยแล้วทำการกำหนดเกณฑ์เพื่อแปลผลความพึงพอใจ โดยส่วนใหญ่จะใช้เกณฑ์การแปลผลของ Likert scale จากนั้นทำการกำหนดวิธีการวัดความพึงพอใจ หรือขั้นของการทำวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ที่ต้องกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างในเชิงสถิติเพื่อให้เกิดการกระจายตัวของลูกค้าที่สุ่มมาทำการวัดความพึงพอใจ

2.1.5 ความพึงพอใจในการใช้บริการ

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาความรู้เกี่ยวกับ ความพึงพอใจในการใช้บริการเพิ่มเติม ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

นกดล ร่มโพธิ์ (2554) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ไว้ว่าปัจจุบันธุรกิจการบริการมีความตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มทำให้การวัดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่องค์กรต่างๆ ให้ความสำคัญมากขึ้นประกอบกับแนวคิดใหม่ๆ เกี่ยวกับระบบการประเมินผลของการปฏิบัติงานขององค์กรซึ่งหันมาให้ความสนใจด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการโดยในอดีตการประเมินการปฏิบัติงานขององค์กรอาศัยเพียงตัวชี้วัดทางการเงิน(Financial Perspective) แต่ต่อมามีแนวคิดการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรแบบใหม่ที่เรียกว่า Balanced Scorecard ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากเป็นตัวชี้วัดที่ไม่ได้ใช้ปัจจัยทางการเงินเป็นตัวรวมโดยสร้างให้เกิดการมองเห็นในด้านมุมมองอื่นๆ นอกเหนือจากมุมมองด้านการเงินในการเป็นตัวพิจารณา โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงถึงการวัดความพึงพอใจของลูกค้า โดยสามารถสร้างความได้เปรียบทางการบริการที่เฉพาะด้านขององค์กร ที่มุ่งสู่มาตรฐานการบริการที่ดีให้ผู้มารับบริการได้รับประโยชน์สูงสุด

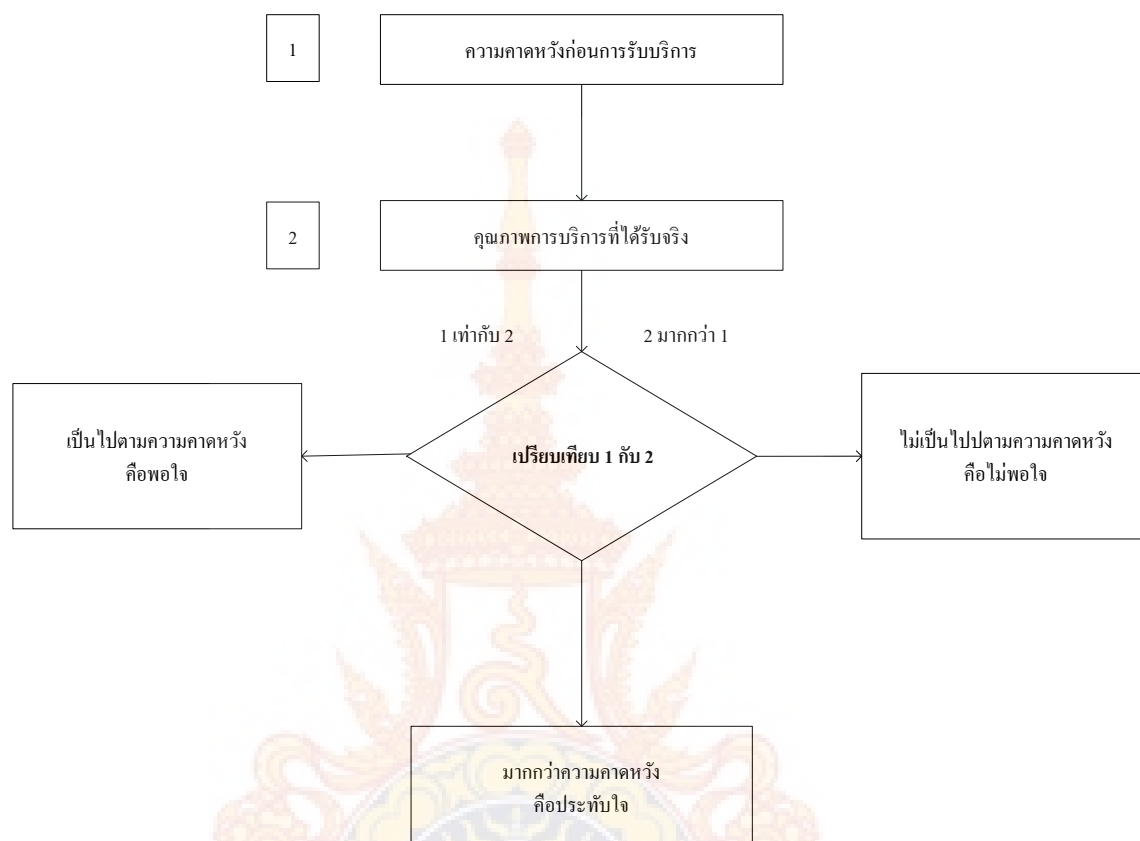


ภาพที่ 2.1 พีระมิดของการสร้างประสบการณ์การบริการ

ที่มา : George T.K. Quek, 2000.

George T.K. Quek (2000) การแสดงความเห็นประสบการณ์การบริการ ผ่านรูปพีระมิดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าและผู้ให้บริการต้องการตระหนักถึงประสบการณ์ที่ดีค่ามากกว่า รอยยิ้ม เพื่อให้ลูกค้า กลยุทธ์ในการรับมือกับผู้รับบริการและกลยุทธ์ในการให้บริการ วัฒนธรรม ในองค์กรผู้ให้บริการ ขบวนการในการให้บริการการประเมินการให้บริการ องค์ประกอบทั้งหมดนี้ จะถูกส่งต่อให้เกิดประสบการณ์ในการบริการที่ลูกค้าพึงปรารถนาที่จะได้รับ โดยสามารถกล่าวได้ว่า

หากผู้รับบริการเคยได้รับประสบการณ์การบริการที่ดีในครั้งก่อน ก็ย่อมคาดหวังการบริการที่เท่ากับหรือดีกว่าการบริการครั้งที่แล้ว



ภาพที่ 2.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการบริการที่ได้รับจริง
ที่มา : George T.K. Quek, 2000.

จากภาพที่ 2.2 สรุปได้ว่า ลูกค้ามีการเปรียบเทียบประสบการณ์ในการคาดหวังว่าจะได้รับการบริการก่อนหน้านี้อยู่แล้ว หากคุณภาพที่ได้รับการบริการที่ได้รับจริงด้อยกว่าความคาดหวังแล้ว ลูกค้าย่อมไม่พึงพอใจ หากความคาดหวังและการบริการได้รับเท่าเทียมลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ โดยเราสามารถแบ่งลูกค้าหรือผู้มารับบริการได้ ลูกค้าระดับองค์กร ลูกค้าของภาครัฐ ลูกค้าซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ และลูกค้าที่เป็นกลุ่มย่อย การให้บริการของศูนย์ยีนวิชันนั้นจะเป็นการบริการที่เท่าเทียมกันทั้งหมด ยกเว้น ลูกค้าที่เดินทางไปกับบริษัททัวร์เพราะเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่จะมีบริการช่องทางพิเศษในการตรวจสอบเอกสาร เพราะเพื่อความรวดเร็วและลูกค้ามาเป็นกลุ่มใหญ่ ยกตัวอย่าง กรู๊ปเหมา เป็นกลุ่มของลูกค้าที่จองมาใช้บริการเพื่อรับบริการที่ไม่ปะปนกับคนอื่นโดยมีการจัดเตรียมเอกสารในการยื่นขอวีซ่าจากทางเจ้าหน้าที่ของบริษัททัวร์เรียบร้อยแล้ว

การให้บริการโดยการวัดคุณภาพการให้บริการก่อนการตัดสินใจเข้ารับบริการ ในการที่ซื้อสินค้าหรือบริการตั้งแต่ครั้งแรก ลูกค้ามักไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าบริการได้อย่างแท้จริง โดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะใช้เกณฑ์ในการวัดคุณภาพการบริการก่อนการตัดสินใจ ความน่าเชื่อถือของสถานที่บริการและการไว้วางใจต่อการให้บริการ โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะเน้นทางด้านความถูกต้องของการให้บริการในด้านต่าง ๆ ความตรงต่อเวลาและให้บริการให้ตรงตามสิ่งที่ลูกค้าต้องการ รวมไปถึงการแจ้งล่วงหน้าให้ลูกค้าทราบก่อนการเข้าพบการให้บริการ การให้ความมั่นใจ (Assurance) โดยสถานที่ในการให้บริการ การแสดงตนต่อการให้ความไว้วางใจในตัวผู้ให้บริการ โดยการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ทำให้เกิดความมั่นใจเมื่อมีผู้มารับบริการมาติดต่อโดยการพูดจาสุภาพอ่อนน้อมมีความรู้ในงานที่ให้บริการ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) โดยเป็นการให้ความเอาใจใส่ต่องานที่เรารับผิดชอบและการดูแลผู้มารับบริการมากกว่าในสิ่งที่เข้าคาดหวังไว้หรือเท่ากับในสิ่งที่ผู้มารับบริการในการได้รับการคาดหวังต่อการปฏิบัติโดยมีความยินดีต่อการให้บริการบริการเสมอ รวมไปถึงมีความพร้อมที่จะให้บริการต่อลูกค้าเสมอ (George T.K. Quek, 2000)

จากแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ได้กล่าวมาทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจจะหมายถึง ความรู้สึกมีความสุข หรือมีความยินดีเมื่อความต้องการของตนเองได้รับการตอบสนอง โดยความพึงพอใจสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ระดับ คือ ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง และความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง โดยจะสามารถวัดระดับความพึงพอใจได้ด้วยการทำการศึกษาวิจัยโดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์และปัจจัยที่ต้องการศึกษา กำหนดเกณฑ์ของความพึงพอใจ และทำการกำหนดระเบียบวิธีวิจัยว่าจะทำการวิจัยออกมาในรูปแบบใด เป็นเชิงปริมาณ หรือคุณภาพ โดยผลที่ได้จะทำให้ผู้ผลิตสินค้าทราบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการศูนย์ยื่นวิซ่า ประเทศอิตาลี ในระดับใด

2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (excellent service) ตรงกับความกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ โดยการให้บริการอย่างมีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าติดใจและรู้สึกพอใจ ต้องการมาใช้บริการในครั้งต่อไป ไม่ต้องการเปลี่ยนไปใช้กับธุรกิจบริการอื่นที่ไม่คุ้นเคยซึ่งมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ นอกจากนี้การให้บริการที่ดีเลิศยังช่วยลดความไม่พอใจของลูกค้าลงด้วย เนื่องจากการลดความผิดพลาดของการให้บริการลงจากการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปสาระสำคัญของคุณภาพการบริการได้ดังนี้

2.2.1 ความหมายของคุณภาพการบริการ

พาราซูมาน และคณะ (Parasuraman:1985) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเป็นเลิศในลักษณะภาพรวม ในมิติการรับรู้ ผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ ช่วยให้เห็นว่า ทักษะคติที่มีต่อบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่ได้รับรู้ว่ามี

สอดคล้องกันเพียงไร ข้อสรุปที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้นหมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นความพึงพอใจต่อการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวัง(Confirm or isconfirm Expectation) นั่นเอง

ไวท์และเอเบล (White & Abel: 1995) ได้ให้นิยามคำดังกล่าวว่า เป็นการวินิจฉัยของผู้รับบริการเกี่ยวกับความสามารถในการเติมเต็มงานการให้บริการของหน่วยงานที่ให้บริการ บริการเช่นนี้แตกต่างไปจากสินค้า คือ สินค้าเป็นสิ่งที่จับต้องได้ มีความคงทนสูง โดยทั่วไปผลิตเป็นมาตรฐานที่แน่นอน ในขณะที่บริการ เป็นเรื่องที่มีความผันแปรมากกว่าสินค้าแม้จะมีลักษณะที่ตอบสนองผู้บริโภคเช่นเดียวกันกับสินค้าก็ตาม โดยทั่วไปแล้วบริการมีคุณลักษณะสำคัญที่จับต้องไม่ได้ มีความหลากหลายและไม่สามารถแบ่งแยกได้จากการผลิตและการบริโภค (Inseparability of Production and Consumption)

เลห์ทีเนน (Lehtinen&Lehtinen : 1985) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการถูกสร้างขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ ระหว่างผู้รับบริการและองค์ประกอบในองค์กรที่ให้บริการ(service organization)ซึ่งประกอบด้วยคุณภาพ 3 มิติได้แก่ คุณภาพทางลักษณะทางกายภาพ (physical quality)ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบกายภาพภายในองค์กร เช่น อุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่างๆ คุณภาพด้านองค์กร (corporate quality)ที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ (image)หรือโครงสร้าง (profile)ของบริษัท และด้านการมีปฏิสัมพันธ์ (interactive quality)ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้รับบริการด้วยกันเอง นอกจากนี้ เลห์ทีเนนและคณะ ได้ทำการแบ่งแยกระหว่างคุณภาพที่สัมพันธ์กับกระบวนการส่งมอบการบริการและคุณภาพที่สัมพันธ์กับผลลัพธ์ของการบริการอีกด้วย

กล่าวโดยสรุป คุณภาพการบริการ หมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภค โดยจะต้องมีความสอดคล้องกันระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

2.2.2 องค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ

ในการวัดคุณภาพของการให้บริการ ลูกค้าน่าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ ซึ่งมี 5 ข้อ(Berry et al. 1985; Zeithaml and Bitner: 1996) ดังนี้

1. สิ่งที่มีสัมผัสได้ (tangibles)สิ่งที่มีสัมผัสได้ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถส่วนห้องน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน สิ่งที่มีสัมผัสได้เหล่านี้จะเหมือนกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical evidence)

2. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (reliability) ความเชื่อถือและไว้วางใจได้เป็นความสามารถในการมอบบริการ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญาหรือที่ควรจะเป็นได้อย่างถูกต้อง และได้ตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นภายในเวลาที่เหมาะสม เช่น การฝาก

เงินกับธนาคารต้องมีการรักษาเงินในสมุดบัญชีให้อยู่ครบทุกบาททุกสตางค์ คำนวณดอกเบี้ยไม่ผิดพลาด

3. ความรวดเร็ว (responsiveness) ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนาน รวมทั้งต้องมีความสุกสกาว เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การรับประกัน (assurance) เป็นการรับประกันว่า พนักงานที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ และมีความสุภาพ จริยธรรมในการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่า จะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน และปลอดภัยไร้กังวล นอกจากนี้อาจจะต้องรับประกันถึงมาตรฐานขององค์กรด้วย เช่น ISO 9001: 2000 หรือรางวัลจากสถาบันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นธนาคารดีเด่น หรือผู้บริหารได้รับรางวัลผู้บริหารดีเด่น

5. การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (empathy) องค์กรประกอบข้อนี้ เป็นการดูแลและเอาใจใส่ให้บริการอย่างตั้งใจ เนื่องจากเข้าใจปัญหา หรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องได้รับการตอบสนอง เน้นการบริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นรายบุคคล ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน มีการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างถ่องแท้ โดยในการให้บริการหนึ่งๆ ลูกค้าจะยอมรับว่าบริการใดมีคุณภาพหรือไม่นั้น จะต้องวัดจากทั้ง 5 องค์ประกอบข้างต้น แต่อย่างไรก็ตาม ทั้ง 5 องค์ประกอบ ลูกค้าให้ความสำคัญแตกต่างกันและเป็นสัดส่วนกัน ดังในตารางที่แสดงลำดับความสำคัญของคุณภาพในการบริการรายละเอียดดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ลำดับความสำคัญของคุณภาพในการบริการ

องค์ประกอบ	เปอร์เซ็นต์ของความสำคัญ ตามความเห็นของผู้บริโภค
ความเชื่อถือและไว้วางใจได้	32
ความรวดเร็ว	22
การรับประกัน	19
การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	16
สิ่งที่สัมผัสได้	11

ที่มา : Berry, L.L, Parasuraman, A. and Zeithaml, V.A. : 1994

จากตารางที่ 2.1 สามารถสรุปได้ว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (reliability) มากที่สุด รองลงมาเป็นความรวดเร็ว (responsiveness) การรับประกัน (assurance) การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (empathy) และให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือสิ่งที่สัมผัสได้ (tangible)

2.3.3 เครื่องมือวัดคุณภาพการให้บริการ (Measuring Service Quality)

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) ศึกษาถึงการประเมินคุณภาพของการบริการ ตามการได้รับของผู้บริโภค โดยพยายามนิยามคุณภาพของการบริการและปัจจัยที่กำหนดคุณภาพ ของการบริการ โดยการสำรวจกลุ่มผู้บริหารจากองค์กรที่ให้บริการและกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการจากองค์กรเหล่านั้น ผลการศึกษาได้บ่งชี้ว่าคุณภาพของการบริการ คือ การให้บริการที่เป็นไปตามหรือมากกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค และได้สร้างตัวแบบที่ใช้อธิบายคุณภาพของการบริการ (service quality model) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบหลักในการให้บริการที่มีคุณภาพ โดย พาราสุรามาน, ไชธามล และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1990 อ้างใน จินตนา บุญเดิม, 2549 : 7) ได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพบริการที่เรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) และปรับปรุง เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพการบริการตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ ผลลัพธ์ ที่เกิดจากการที่ผู้ใช้บริการประเมินคุณภาพการบริการเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้บริการ รับรู้” (Perceived Service Quality) ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้ใช้บริการ ได้รับบริการแล้ว โดยในแบบสอบถามใช้การวัดแบบ 7 คะแนน (Seven-point Likert Scale) ประเมิน คุณภาพการบริการของธุรกิจบริการนั้น ๆ โดยการนำค่าคะแนนเฉลี่ยของการรับรู้ต่อคุณภาพ การบริการที่ได้รับจริงเป็นตัวตั้ง ลบออกด้วยค่าคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังต่อบริการ ซึ่งผลต่างนี้ทำให้ทราบถึงระดับความพอใจต่อคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจ บริการนั้น ๆ ได้กำหนดเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการบริการไว้ 5 ด้าน ที่เรียกว่า RATER และ เครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 22 รายการ ซึ่งกระจายมาจากคุณภาพ การบริการทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

1. รูปลักษณ์ทางกายภาพ (T : Tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกของอุปกรณ์ต่าง ๆ ดูสวยงาม ทันสมัย บุคลากรมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ความทันสมัยของอุปกรณ์ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ และเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับการบริการ

2. ความน่าเชื่อถือ (R : Reliability) หมายถึง ผู้ให้บริการต้องแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ ให้บริการตามที่สัญญาไว้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ ไม่มีความผิดพลาด มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้ การเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการ และการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการ การทำงานไม่ผิดพลาด การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ และการมีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการ

3. การตอบสนอง (R : Responsiveness) หมายถึง ความตั้งใจที่แสดงถึงความพร้อมยินดี ให้บริการเสมอ และรวดเร็วเมื่อผู้รับบริการเข้ามาติดต่อ มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย มีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ใช้บริการ ความรวดเร็วในการทำงานของเจ้าหน้าที่ และความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทันทีที่ต้องการ

4. การสร้างความมั่นใจ (A : Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการต้องสร้างความมั่นใจให้กับ ผู้รับบริการเมื่อผู้รับบริการมาติดต่อสุภาพอ่อนน้อม และมีความรู้ในงานบริการเป็นอย่างดี มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการบริการ การสร้างความเชื่อมั่นและปลอดภัยในการใช้บริการ ความมีมารยาทและความสุภาพของเจ้าหน้าที่ และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ

5. การดูแลเอาใจใส่ (E : Empathy) หมายถึง การให้ความสนใจและเข้าใจในความ ต้องการของผู้รับบริการอย่างเอาใจใส่ และถือผลประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย การให้ความสนใจและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการแต่ละคนของเจ้าหน้าที่ เวลาในการเปิดให้บริการขององค์กร โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์กร ความสนใจผู้ใช้บริการอย่างแท้จริงของเจ้าหน้าที่ และความสามารถในการเข้าใจในความ ต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการอย่าง ชัดเจน

นอกจากนั้น ตามแนวคิดของ พาราสุรามานไซเธมส์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zethaml and Berry, (1998 : 12 – 13) ยังสามารถกำหนดมิติที่ใช้ในการวัดคุณภาพในด้านบริการ (Dimension of service Quality) ได้ 10 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. การเป็นรูปธรรมของการบริการ(Tangibles) คือ การบริการที่เป็นรูปธรรมในการบริการส่งผลการรับรู้ของลูกค้าที่เกิดจากการใช้บริการนั้นๆ เช่น สถานที่ใหญ่โต มีบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้บริการภายในองค์กร

2. ความน่าเชื่อถือ(Reliability) คือ บริการที่ได้รับมีความ ถูกต้อง แม่นยำ เหมาะสม และสม่ำเสมอ ให้บริการตรงตามเวลา มีการติดตามผล พร้อมทั้งการแจ้งข้อมูลให้กับผู้มารับบริการที่ศูนย์ยื่นวีซ่าทราบว่า เช่น เอกสารของคุณอยู่ในขั้นตอนการดำเนินการ Passportของท่านได้กับมายังศูนย์ยื่นวีซ่าแล้วท่านสามารถมารับได้ในเวลา 13.00-16.00 น. ตั้งแต่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์

3. การตอบสนองต่อลูกค้า(Responsiveness) คือ ผู้มายื่นเอกสารต้องมีการเตรียมความพร้อมทางด้านเอกสารเพื่อยื่นในการดำเนินการให้บริการ และจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันที หรือ มีการติดต่อสื่อสารก่อนเข้ามารับบริการผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เดินเข้ามาติดต่อสอบถาม ในด้านข้อมูลต่างๆ

4. สมรรถภาพในการให้บริการ (Competence) คือ การที่ผู้ให้บริการมีทักษะด้านความรู้ความสามารถการให้บริการ แสดงให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนจากการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและช่วยในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

5. อหยาศัยไมตรี (Courtesy) คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุภาพเอาใจใส่ รวมทั้งมีกิริยามารยาท การแต่งกายที่สุภาพ ใช้น้ำเสียงที่เหมาะสม และเป็นบุคคลที่มีบุคลิกดี

6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือ ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นจากความซื่อสัตย์ต่อผู้รับบริการภายในศูนย์ย่นวิชา ความจริงใจ ความสนใจอย่างจริงจังและจริงใจ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่งที่จะส่งผลให้ผู้มาใช้บริการมีการพูดปากต่อปากว่าผู้ให้บริการท่านนี้เป็นคนที่มีอหยาศัยไมตรีที่ดี

7. ความปลอดภัย (Security) คือ ความปลอดภัยในด้านข้อมูลหรือเอกสารที่ได้ให้เจ้าหน้าที่จนกว่าจะดำเนินการสิ้นสุดจนกระทั่งผู้สมัครกับมารับเอกสาร เช่น การเก็บรักษาข้อมูลของบุคคลการคัดแยกเอกสารแต่ละสัญชาติในการยื่น การกรอกตรวจสอบข้อมูลการยื่นเอกสาร

8. การเข้าถึงบริการ (Access) คือ ผู้สมัครสามารถเข้าถึงบริการได้หลายช่องทาง และได้รับความสะดวกจากการรับบริการ เช่น การเดินทางที่สะดวก ความรวดเร็วจากการเดินทาง

9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) การสื่อสารมีความสำคัญมากต่อการให้บริการ ดังนั้นการให้ข้อมูลทางด้านต่างอยู่ภายในเว็บไซต์ของสถานทูต หรือศูนย์ย่นวิชาที่มีข้อมูลเอกสารแสดงข้อมูลการให้บริการ มีพนักงานที่เป็นเจ้าของภาษาเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการติดต่อสื่อสาร

10. เข้าใจผู้รับบริการ (Understanding/ Knowing the Customer) คือ การที่ผู้ให้บริการพยายามทำความรู้จักกับลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงการมาติดต่อขอยื่นสมัครวีซ่านั้นพร้อมทั้งมีระบบการดำเนินงานทางด้านการตรวจสอบรายชื่อในการจองขอรับบริการหรือเราเรียกว่าการจองคิวในการยื่นวีซ่า

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ผู้วิจัยจึงนำความรู้ที่ได้จากการศึกษา มาใช้เป็นแนวทางการศึกษา โดยผู้วิจัยเลือกแนวคิดในการวัดคุณภาพการบริการของ พาราสุรามาน ไชเธมส์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zethaml and Berry : 1998) ที่ได้ทำการแบ่ง คุณภาพการบริการออกเป็น 10 ประการ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา และสร้างกรอบแนวคิด รวมทั้งสร้างข้อคำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของศูนย์ย่นวิชา ประเทศอิตาลี โดยประกอบด้วย คุณภาพการบริการ 10 ด้าน คือ 1) การเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) 4) สมรรถภาพในการให้บริการ (Competence) 5) อหยาศัยไมตรี (Courtesy) 6) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) 7) ความ

ปลอดภัย (Security) 8) การเข้าถึงบริการ (Access) 9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และ 10) เข้าใจผู้รับบริการ(Understanding/ Knowing the Customer)

2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความคาดหวัง คือสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลที่เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเป็นการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า และหากสิ่งนั้น ๆ ไล่เป็นตามที่คาดหวังไว้ จะส่งผลให้บุคคลเกิดความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น ๆ ตามไปด้วย จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง พบว่ามีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงไว้ดังนี้

2.3.1 ความหมายของความคาดหวัง

ทรวงทิพย์วงศ์พันธุ์ (2541) กล่าวถึงความคาดหวังว่าหมายถึง ความคิดความรู้สึกของบุคคลที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่าจะมีอาจจะเป็นหรือควรว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

อำไพจันทร์เงิน (2544) กล่าวว่าบุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่างดังนั้นจึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่ตั้งความหวังไว้นั้นบุคคลก็จะเกิดความพึงพอใจ

สุรางค์จันทร์เฒ (2545) กล่าวว่า ความคาดหวัง คืออันดับของจุดหมายที่ตั้งไว้เป็นความคาดหวังที่น่าจะเป็นไปได้ชีวิตของคนเราทุกคนย่อมขึ้นอยู่กับความคาดหวังด้วยกันทั้งสิ้นพฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกในปัจจุบันเราย่อมคาดหวังผลในอนาคตฉะนั้นความคาดหวังจึงเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีตของบุคคล

สุณีย์ธีรดากร(2524 : 208) กล่าวว่าความคาดหวังคือความคาดหวังว่าพฤติกรรมนั้นจะเป็นสาเหตุให้ไปถึงเป้าหมายที่ตั้งใจไว้

Finn (1921: 15-16) กล่าวว่าความคาดหวังหมายถึงการประเมินค่าบุคคลหรือตนเองด้านจิตวิญญาณและใช้ความคาดหวังนั้นมาเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมที่จะมีต่อบุคคลที่ตนคาดหวังหรือตนเองในลักษณะที่ตนคิดว่าถูกต้อง

Getzels (1968: 45-47) กล่าวว่า ความคาดหวังของบุคคลย่อมแตกต่างกันไปเนื่องจากคนเราต่างมีความคิดและความต้องการแตกต่างกันพฤติกรรมทางสังคมของบุคคลจึงแตกต่างกันออกไปด้วย

Zeithaml, Bitner and Gremler (2006) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของลูกค้าว่าความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนจะแตกต่างกันไปและจะประกอบด้วยความคาดหวังและระยะห่างที่ยอมรับได้รวม 3 องค์ประกอบคือ

1. ความคาดหวังที่ผู้รับบริการหวังไว้ว่าจะได้รับ (Desired Service) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการและเชื่อว่ามีเป็นไปได้ที่จะได้รับบริการหรือควรจะได้รับบริการ

2. ระดับขั้นต่ำของบริการที่ผู้รับบริการยอมรับได้ (Adequate Service) ในการรับบริการแต่ละครั้งอาจมีอุปสรรคทำให้ไม่ได้ผลลัพธ์ดังที่คาดหวังไว้ระยะห่างระหว่างความคาดหวังที่ผู้รับบริการหวังไว้ว่าจะได้รับกับระดับต่ำที่สุดของการบริการที่ผู้รับบริการยอมรับได้เรียกว่าระยะห่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ

3. ระยะห่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ (Zone of Tolerance) ที่จะได้ผลลัพธ์จากการบริการขององค์กรธุรกิจกับการยอมรับผลลัพธ์ขั้นต่ำที่ผู้รับบริการยอมรับได้นอกจากนี้ระยะห่างดังกล่าวยังเกิดจากความแตกต่างในการให้บริการประเภทอื่น

จากความหมายความคาดหวังข้างต้นสรุปได้ว่าความคาดหวังเป็นระดับพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเป็นความคาดหวัง หรือทำนายสิ่งที่ตนเองจะได้รับจากการทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ซึ่งเมื่อความคาดหวังได้รับการตอบสนองตามที่ตั้งความหวังไว้ บุคคลก็จะเกิดความพึงพอใจตามมาในที่สุด

2.3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวัง

จากที่ได้กล่าวไว้แล้วในข้างต้นว่า ความคาดหวังของบุคคลแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลมีปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังแตกต่างกัน โดยจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังเพิ่มเติม พบว่ามีนักวิชาการกล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวัง ไว้ดังนี้

วีระรัตน์กิจเลิศไพโรจน์ (2548) ได้กล่าวว่าปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังบุคคลประกอบด้วย

1. ความต้องการของบุคคลแต่ละบุคคล (Personal Needs) ลูกค้านแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัวมีพฤติกรรมและอยู่ในสภาพการณ์ที่ต่างกันซึ่งส่งผลให้ลูกค้าแต่ละรายอาจมีความต้องการพื้นฐานที่ไม่เหมือนกันและอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำหน้าที่กำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจบริการ

2. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) แบ่งออกเป็น

2.1 ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าเก่าที่มาใช้บริการคือถ้าลูกค้าเคยได้รับบริการเช่นไรปัจจุบันและอนาคตลูกค้าก็คาดหวังว่าจะได้รับบริการเช่นนั้นเสมอ

2.2 ประสบการณ์จากการใช้บริการของคู่แข่งเช่นคือลูกค้าบางรายอาจเคยใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นในตลาดมาก่อนลูกค้าก็จะนำระดับการให้บริการนั้นมาตั้งเป็นความหวังต่อผู้ให้บริการรายใหม่ที่จะไปใช้บริการ

3. การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่างๆ (Communication) แบ่งออกเป็น

3.1 การสื่อสารทางการตลาดสู่ผู้บริโภคการโฆษณาประชาสัมพันธ์การขายโดยพนักงานขายรวมถึงการสื่อสารการตลาดรูปแบบอื่นๆที่ไปถึงตัวผู้บริโภคได้แสดงบทบาทสำคัญในการสร้างความคาดหวังขึ้นในใจของผู้บริโภคเช่นในแผ่นพับของธนาคารที่ได้ให้สัญญาว่าพนักงาน

หน้าเคาน์เตอร์จะให้บริการอย่างสุภาพและเป็นมิตรลูกค้าก็จะเก็บค่าน้ำสัญญานั้นไปกำหนดเป็นความคาดหวังที่มีต่อธุรกิจบริการ

3.1 การสื่อสารจากองค์ประกอบภายในองค์กรแบ่งออกเป็น

3.2 อัตราค่าบริการมีอิทธิพลอย่างยิ่งสำหรับผู้บริโภคในการกำหนดระดับความคาดหวังที่มีต่อธุรกิจบริการซึ่งลูกค้าย่อมต้องมีความคาดหวังสูงสำหรับบริการที่มีอัตราค่าบริการที่สูงและมีความคาดหวังต่ำต่อบริการที่มีอัตราค่าบริการที่ต่ำ

3.3 การตกแต่งสถานที่ทั้งภายนอกและภายในสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ในการให้บริการซึ่งมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคหากสถานบริการมีความหรูหราสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและอุปกรณ์ทันสมัยจะส่งผลให้ระดับความคาดหวังของลูกค้ามีต่อบริการสูงขึ้นตามไปด้วย

4. ปัจจัยทางสถานการณ์ (Situational Factors) คือ สถานการณ์หรือจังหวะโอกาสที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้าเช่นร้านอาหารในช่วงเที่ยงวันจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการจำนวนมากซึ่งลูกค้าจะตระหนักดีว่าเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับช่วงเวลาดังกล่าวที่คนจะแน่นอาจไม่มีที่นั่งพนักงานเก็บโต๊ะไม่ทันอาหารออกช้า แต่ลูกค้าจะไม่ค่อยถือสาเพราะลูกค้าส่วนใหญ่จะเข้าใจในสถานการณ์ซึ่งจะเห็นได้ว่าสถานการณ์ตามตัวอย่างได้ส่งผลให้ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อบริการที่ลดต่ำลง

5. ลูกค้าบอกกันแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth Communication) คือ การที่ลูกค้ามีการสื่อสารถึงกันเองเกี่ยวกับบริการทั้งในทางที่ดีและไม่ดีก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความคาดหวังมีงานวิจัยระบุว่าคำแนะนำของเพื่อนร่วมงานและเพื่อนบ้านเกี่ยวกับบริการซ่อมบำรุง

ในขณะที่Vroom (1964) กล่าวว่าการที่บุคคลจะกระทำการใดสิ่งหนึ่งย่อมมีความคาดหวังว่าจะประสบความสำเร็จเป็นผลตอบแทนจากการกระทำจึงเสนอแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ว่าการที่บุคคลจะกระทำการใดๆย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ประการ ได้แก่

1. ผลตอบแทนที่เขาได้รับนั้นมีเหมาะสมกับบทบาทที่เขาเป็นอยู่เพียงใด
 2. ความพอใจหรือไม่พอใจต่อผลที่เขาได้รับ
 3. เมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่นแล้วเขาต้องเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์นั้นอย่างแน่นอน
 4. เขาย่อมมีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนตามความคาดหวังความคาดหวังของบุคคล
- จึงเป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้บุคคลนั้นพยายามที่จะทำในสิ่งที่จะทำให้ตนเองได้รับความสมหวังตามความคาดหวังดังนั้นจึงเปรียบเทียบความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังประกอบด้วยความต้องการของบุคคลแต่ละบุคคล (Personal Needs) ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) การสื่อสารถึงลูกค้าใน

รูปแบบต่างๆ (Communication) ปัจจัยทางสถานการณ์ (Situational Factors) และการที่ลูกค้าบอกปากต่อปาก

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังสามารถสรุปได้ว่า ความคาดหวังหมายถึงสิ่งที่บุคคลพยายามคาดการณ์ หรือคาดเดาเกี่ยวกับสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ว่าจะมีคุณสมบัติอย่างไร และตนเองจะได้ประโยชน์ใดจากสินค้า หรือบริการนั้น ๆ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังจะประกอบด้วยหลาย ๆ ปัจจัย คือ ความต้องการของบุคคลแต่ละบุคคล (Personal Needs) ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่างๆ (Communication) ปัจจัยทางสถานการณ์ (Situational Factors) และการที่ลูกค้าบอกปากต่อปากหากสิ่งที่บุคคลได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของตนเอง บุคคลจะเกิดความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น ๆ ตามมา

ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการศูนย์ยีนวิซ่า ประเทศอิตาลี โดยได้กำหนดความคาดหวังของผู้ใช้บริการตามแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพาราสุรามาน ไชเซมส์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zethaml and Berry : 1998) ที่ได้ทำการแบ่งคุณภาพการบริการออกเป็น 10 ประการ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา และสร้างกรอบแนวคิดรวมทั้งสร้างข้อคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังในการบริการศูนย์ยีนวิซ่า ประเทศอิตาลี โดยประกอบด้วย 10 ด้าน คือ 1) การเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) 4) สมรรถภาพในการให้บริการ (Competence) 5) อธิษาศัยไมตรี (Courtesy) 6) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) 7) ความปลอดภัย (Security) 8) การเข้าถึงบริการ (Access) 9) การติดต่อสื่อสาร(Communication)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

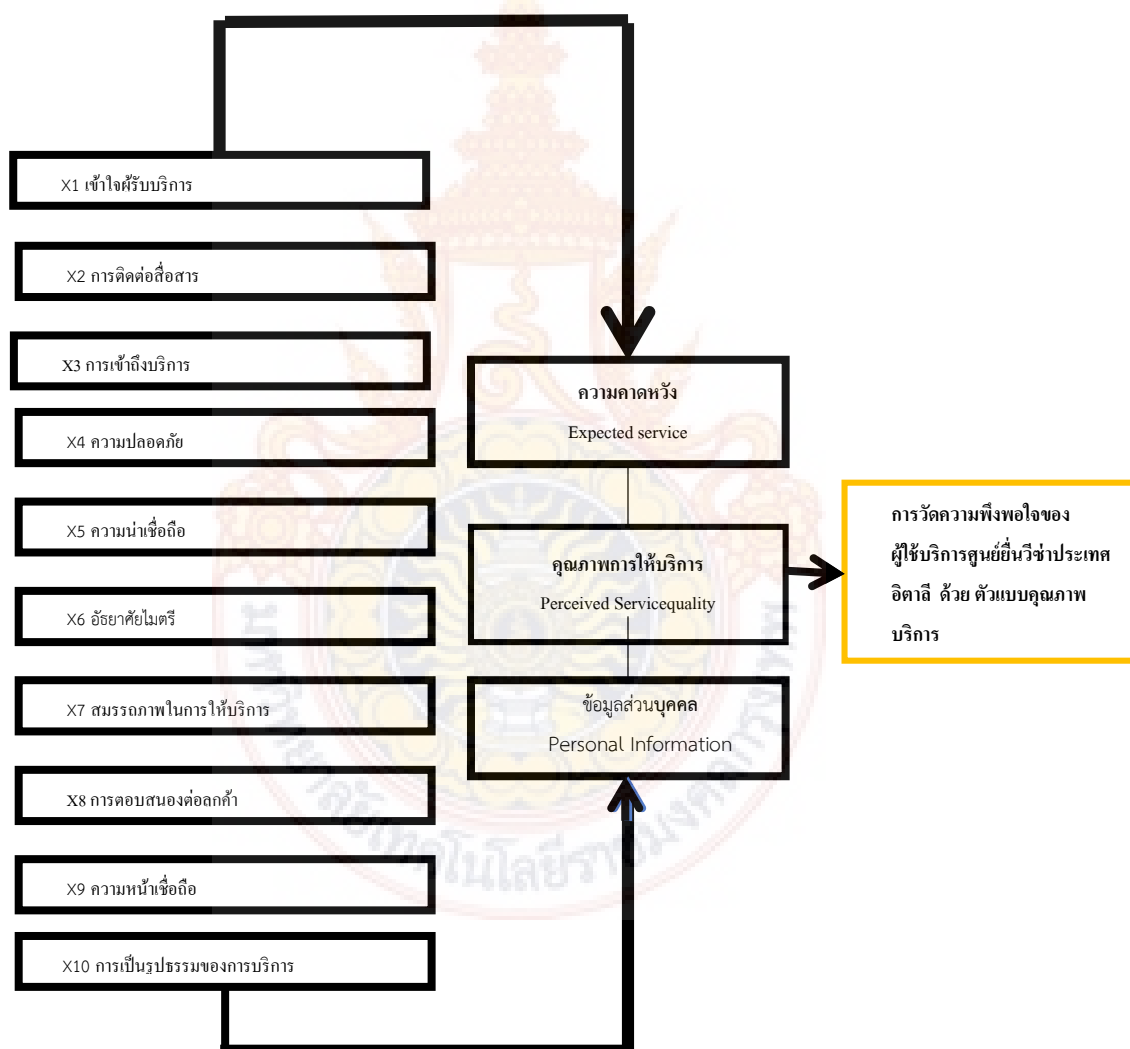
จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ยังไม่มีงานวิจัยที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการศูนย์ยีนวิซ่า ประเทศอิตาลี ไว้โดยตรง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใกล้เคียงกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จำนวนทั้งสิ้น 15 เรื่อง และสามารถสรุปสาระสำคัญ ได้ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 สรุปการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ (ต่อ)

รายชื่องานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการบริการ	1) การเป็นรูปธรรมของการบริการ angles	2) ความหนาเชื่อถือ	3) การตอบสนองต่อลูกค้า	4) สมรรถภาพในการให้บริการ	5) ทัศนคติไม่ตรี	6) ความน่าเชื่อถือ	7) ความปลอดภัย	8) การเข้าถึงบริการ	9) การติดต่อสื่อสาร	10) เข้าใจผู้รับบริการ	รวม
ธรรมาพรไพพงษ์ (2550) งานวิจัยเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของคลินิกนายแพทย์ธนสิทธิ์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	9
รทร มานูพิรพันธ์ (2556) ความพึงพอใจในการวางแผนการเงินด้วยการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
เพ็ญภา จรัสพันธ์ (2557) “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าเงินท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี”	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	8
กรรณรัตน์วิทยากิตติพงษ์ (2551) การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาในสังกัดเขตนนทบุรี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
เกรียงไกร นันทวัน.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
อนนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). จิตวิทยาบริการ Service Psychology. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ออดลพัฒน์กิจ.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	9

2.5 กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ พัฒนาโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และการพัฒนาเครื่องมือประเมินคุณภาพบริการที่เรียกว่า SERVQUAL ของ (Service Quality) ของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาถึงคุณภาพการบริการ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยีนวิซ่า ประเทศอิตาลี โดยสามารถสรุปเป็น แผนภาพ แสดงในภาพที่2.3



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าประเทศอิตาลี ด้วย ตัวแบบคุณภาพบริการ ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Study) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ไว้ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

3.1 ประชากร

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ต้องการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปภายในเดือน มิถุนายน ถึงเดือนตุลาคม 2560 รวมจำนวนทั้งสิ้น 4 เดือน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ภายในเดือน มิถุนายน ถึงเดือนกรกฎาคม 2560 ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยใช้สูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

(กัลยา วาณิชยบัญชา, 2552, หน้า 74) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1 - P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ	n แทน	ขนาดตัวอย่าง
	P แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม 0.50
	Z แทน	ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ 0.05)
	E แทน	ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{(0.05)(1 - 0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

จากการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างพบว่า ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 384 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่างซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนดคือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 430 ฉบับ และได้แบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งสิ้น 412 ฉบับ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จึงมีจำนวนทั้งสิ้น 412 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยข้อคำถามอยู่บนพื้นฐานของวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ต้องการศึกษาถึงคุณภาพการบริการของศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลีระดับความคาดหวัง และความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี ของผู้ใช้บริการและศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี กับความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี ของผู้ใช้บริการโดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 2 ข้อ ประกอบด้วย ท่านเคยยื่นขอวีซ่ามาก่อนหรือไม่ และวิธีการยื่นขอวีซ่า

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับคุณภาพการบริการ และระดับความคาดหวังในการใช้บริการ ศูนย์ยื่นวีซ่า โดยระดับคะแนนเป็นแบบ Lating scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552, หน้า 167)

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

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์สำหรับวัดระดับความคาดหวังในการใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า โดยนำค่าเฉลี่ย (Mean) ของคะแนนเป็นตัวชี้วัด โดยกำหนดเกณฑ์ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2551, หน้า 8-11)

ค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการบริการ / ความคาดหวังในการใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า

4.21 – 5.00	หมายถึง มีคุณภาพการบริการ / ความคาดหวังในระดับสูงมาก
3.41 – 4.20	หมายถึง มีคุณภาพการบริการ / ความคาดหวังในระดับสูง
2.61 – 3.40	หมายถึง มีคุณภาพการบริการ / ความคาดหวังในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง มีคุณภาพการบริการ / ความคาดหวังในระดับต่ำ
1.00 – 1.80	หมายถึง มีคุณภาพการบริการ / ความคาดหวังในระดับต่ำมาก

3.2.1 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามใน 2 ด้าน คือ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ในแต่ละหัวข้อโดยดำเนินการดังนี้

3.2.1.1 ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาตรวจสอบข้อมูลและเนื้อหาในแต่ละด้านและโครงสร้างของแบบสอบถามและปรับปรุงสำนวนทางภาษาที่ใช้ให้มีความชัดเจนเข้าใจง่ายเหมาะสมและสมบูรณ์

3.2.1.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถาม 30 ชุดไปทำการตรวจสอบ (Pre-Test) และนำข้อมูลที่ได้ไปทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ในส่วนของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภายในศูนย์ยื่นวีซ่า ก่อนที่จะนำไปใช้จริงและนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นโดยการทดสอบความน่าเชื่อถือโดยวิธีของ Cronbach's Alpha (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2545 หน้า 127) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) จากการทดสอบแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.929 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.2

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขอความอนุเคราะห์จากมหาวิทยาลัยในการทำหนังสือขออนุญาตเข้าเก็บแบบสอบถามในพื้นที่ คือ ศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี
2. นำหนังสือไปติดต่อกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลของศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี เพื่อขออนุญาตในการเก็บแบบสอบถาม
3. ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบทั้งสิ้น 412 ตัวอย่าง

3.4 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล นำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้และทำการบันทึกข้อมูลแล้ว จึงนำคะแนนที่ได้เพื่อไปวิเคราะห์ผลการศึกษโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ค่าความถี่ และร้อยละ สำหรับข้อมูลเชิงกลุ่ม ในแบบสอบถาม ส่วนข้อมูลที่ 1

3.4.1 การวิเคราะห์ค่าความถี่, ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3

3.4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน(Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า โดยแตกต่างกันหรือไม่การวิเคราะห์ทางสถิติ T-Test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พร้อมการทดสอบเปรียบเทียบ ความคาดหวังต่อการให้บริการและคุณภาพการให้บริการจริง ภายในศูนย์ยื่นวีซ่าโดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติความถดถอย (compairt-test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3.4.3 การวิเคราะห์ตามสมมติฐาน

3.4.3.1 H_1 ทดสอบสมมติฐานตัวที่ 1 ความคาดหวังต่อการให้บริการต่อคุณภาพการบริการ

ตัวแปร $H_0 : x_1 = x_2$

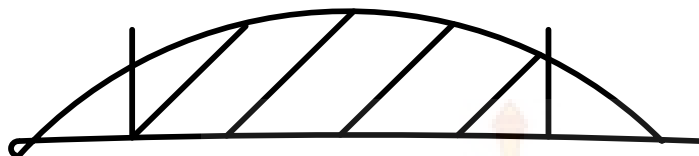
$H_1 : x_1 \neq x_2$

โดยที่ X_1 คือ ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ

X_2 คือ คุณภาพของการบริการที่เกิดขึ้นจริง

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ Paired-test

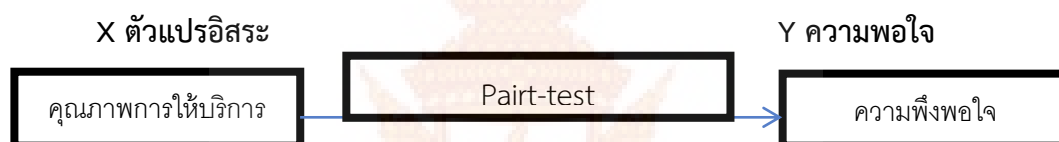
การแปลผล : ปฏิเสธ H_0 และ (ยอมรับ H_1) ถ้าค่าสถิติทดสอบออกมา $\text{sig} < \alpha$ ที่เท่ากับ $\alpha = 0.05$ ซึ่งต้องปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1



ความคาดหวังต่อการให้บริการแตกต่างจากคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญที่ $\alpha.05$

3.4.3.2 H_2 ทดสอบสมมุติฐานตัวที่ 2 คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับระดับ

ความพอใจ สถิติที่ใช้ในการทดสอบ Paired-test



จะใช้สถิติที่ใช้ในการทดสอบ Paired-test

$$Y = a + bx$$

โดยที่ Y เท่ากับ ความพึงพอใจในการให้บริการ (มีระดับคะแนน 1-5)

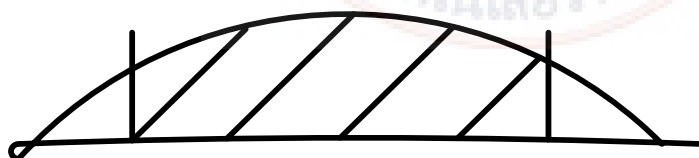
X เท่ากับ ตัวแปรคุณภาพที่ให้บริการ

A เท่ากับ ค่าคงที่

B เท่ากับ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (compaired-test)

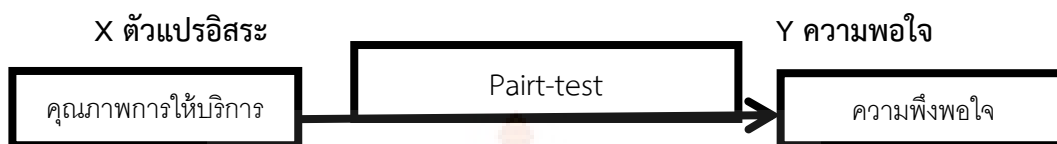
ถ้าค่า $b = 00.5$ คะแนน หมายถึง ถ้าคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ

ถ้าค่า $b = -00.5$ คะแนน หมายถึง ถ้าคุณภาพการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ



การแปลผล : ปฏิเสธ H_0 และ (ยอมรับ H_1) ถ้าค่าสถิติทดสอบออกมา $\text{sig} < \alpha$ ที่เท่ากับ $\alpha = 0.05$ ซึ่งต้องปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

3.4.3.3 H_3 ทดสอบสมมุติฐานตัวที่ 3 ความคาดหวังต่อคุณภาพมีความสัมพันธ์กับการให้บริการสถิติที่ใช้ในการทดสอบ Paired-test



$$Y = a + bx$$

โดยที่ Y เท่ากับ ความพึงพอใจในการให้บริการ (มีระดับคะแนน 1-5)

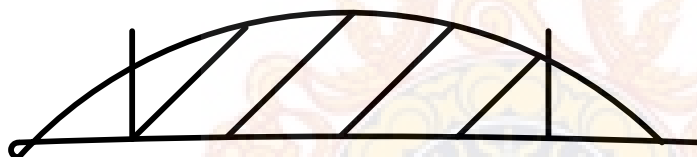
X เท่ากับ ตัวแปรคุณภาพที่ให้บริการ

A เท่ากับ ค่าคงที่

B เท่ากับ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (compair-test)

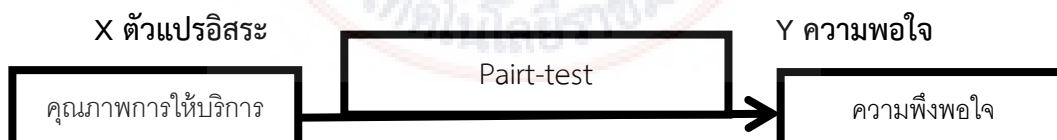
ถ้าค่า $b = 00.5$ คะแนน หมายถึงถ้าความคาดหวังต่อคุณภาพมีความสัมพันธ์กับการให้บริการ

ถ้าค่า $b = -00.5$ คะแนน หมายถึงถ้าความคาดหวังต่อคุณภาพไม่มีความสัมพันธ์กับการให้บริการ



การแปลผล : ปฏิเสธ H_0 และ (ยอมรับ H_1) เพราะค่าสถิติทดสอบออกมา $\text{sig}^2 \text{tel} < \alpha$ เท่ากับ $\alpha = 0.05$ ซึ่งต้องปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

3.4.3.4 H_4 ทดสอบสมมุติฐานตัวที่ 4 ความคาดหวังและคุณภาพมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ



สถิติที่ใช้ในการทดสอบ Paired-test

$$Y = a + bx$$

โดยที่ Y เท่ากับ ความพึงพอใจในการให้บริการ (มีระดับคะแนน 1-5)

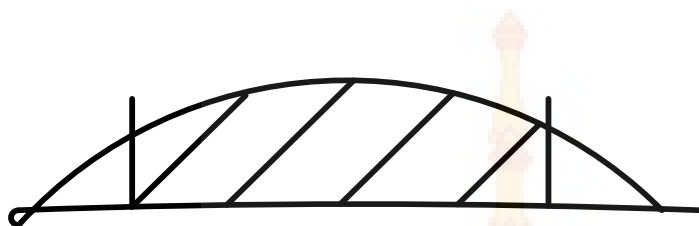
X เท่ากับ ตัวแปรคุณภาพที่ให้บริการ

A เท่ากับ ค่าคงที่

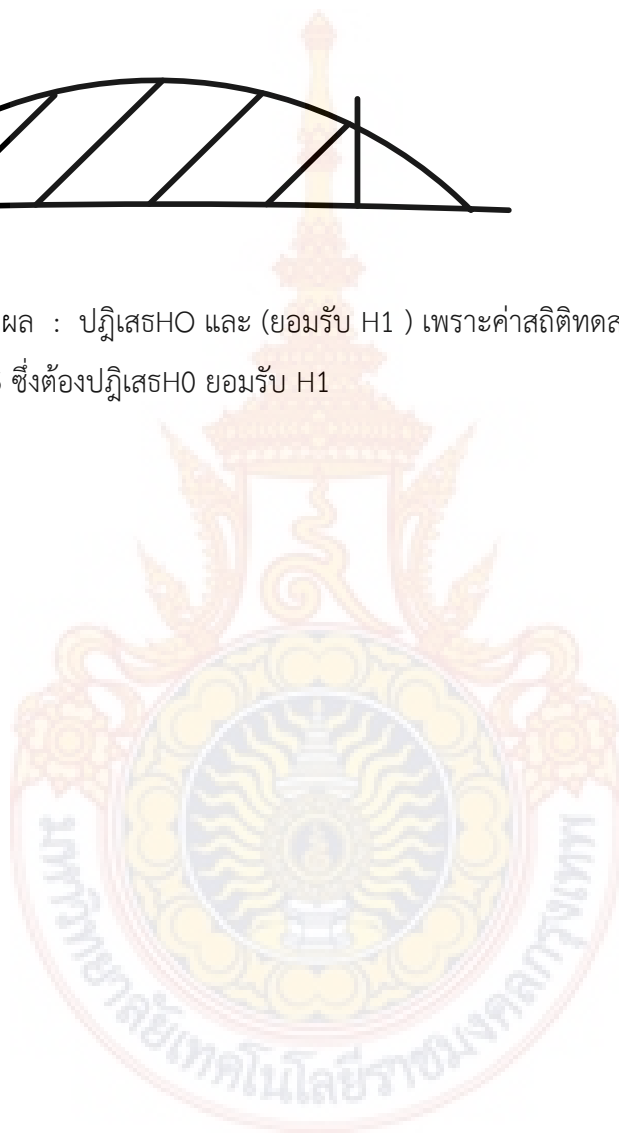
B เท่ากับ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (compair-test)

ถ้าค่า $b = 00.5$ คะแนน หมายถึงความคาดหวังและคุณภาพมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ

ถ้าค่า $b = -00.5$ คะแนน หมายถึงความคาดหวังและคุณภาพไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ



การแปลผล : ปฏิเสธ H_0 และ (ยอมรับ H_1) เพราะค่าสถิติทดสอบออกมา $\text{sig} < \alpha$ เท่ากับ $\alpha = 0.05$ ซึ่งต้องปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอผลการวิจัยและแปลความหมายตามลำดับดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้มารับบริการ

4.2 การวิเคราะห์ลักษณะของการใช้บริการ

4.3 การวิเคราะห์ผลความพึงพอใจจากการรับบริการ

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานพร้อมประเมินผล

โดยในการศึกษาครั้งนี้ สัญลักษณ์ที่ใช้ในการศึกษา มีดังนี้

สัญลักษณ์ตัวแปร

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญจากการ
t	แทน	(t- distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significances)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.1 - 4.6

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	160	38.8
หญิง	252	61.2
รวม	412	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 412 คน เป็นผู้ให้บริการเพศชาย 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.80 และผู้ให้บริการเพศหญิง 252 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.20

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	22	5.30
21-30 ปี	141	34.20
31-40 ปี	131	31.80
41-50ปี	79	19.20
51 ปีขึ้นไป	39	9.50
รวม	412	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 412 คน เป็นผู้ให้บริการที่มีอายุ 21 – 30 ปี มากที่สุด โดยมีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 34.20 รองลงมา คือ 31 – 40 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 และที่พบน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	277	67.20
สมรส	125	30.30
หม้าย	4	1.00
หย่า	4	1.00
แยกกันอยู่	2	0.50
รวม	412	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 412 คน เป็นผู้ที่มิมีสถานภาพโสด มากที่สุด จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 67.20 รองลงมา คือ สมรส จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 และที่พบน้อยที่สุด คือ แยกกันอยู่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

จากตารางที่ 4.4 แสดงค่าจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	60	14.60
ปริญญาตรี	235	57.00
ปริญญาตรีโท	110	26.70
ปริญญาเอก	7	1.70
รวม	412	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 412 คน เป็นผู้ให้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมา คือ ปริญญาโท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 และที่พบน้อยที่สุด คือ ปริญญาเอก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	47	11.40
พนักงานบริษัทเอกชน	210	51.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	57	13.80
ธุรกิจส่วนตัว	82	19.90
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ปลดเกษียณ	16	3.90
รวม	412	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 412 คน เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 19.90 และที่น้อยที่สุด คือ แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ปลดเกษียณ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	52	12.60
15,000-30,000 บาท	149	36.20
30,001-50,000 บาท	86	20.90
50,001-80,000 บาท	64	15.50
สูงกว่า 80,000 บาท	61	14.80
รวม	412	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 412 คน เป็นผู้ให้บริการที่มีรายได้ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมา คือ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 และที่พบน้อยที่สุด คือ สูงกว่า 80,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80

4.2 ประสบการณ์ในการใช้บริการ

ในการศึกษาประสบการณ์ในการใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ประกอบด้วย ท่านเคยยื่นขอวีซ่ามาก่อนหรือไม่ และวิธีการยื่นขอวีซ่าโดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.7- 4.8

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การใช้บริการ

ท่านเคยทำวีซ่ามาก่อนหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	98	23.80
เคย	314	76.20
รวม	412	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 412 คน เป็นผู้ที่เคยยื่นขอวีซ่ามาก่อน จำนวน 314คน คิดเป็นร้อยละ 76.20 รองลงมา คือ คือ ไม่เคยยื่นวีซ่ามาก่อน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการยื่นขอวีซ่า

วิธีการยื่นขอวีซ่า	จำนวน	ร้อยละ
จ้างบริษัททัวร์	98	23.80
จัดเตรียมเอกสารด้วยตนเอง	314	76.20
รวม	412	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 412 คน เป็นผู้ที่จัดเตรียมเอกสารด้วยตนเองในการยื่นวีซ่า มากที่สุด จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 76.20 รองลงมา คือ จ้างบริษัททัวร์ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80

4.3 การวิเคราะห์ผลความคาดหวังจากการใช้บริการ

ความคาดหวังจากการใช้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ การตอบสนองผู้มารับบริการสมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหา อธิบายชี้แจง ไม่ตรี ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร ความเข้าใจลูกค้า ความคาดหวังจากการใช้บริการ เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย มีดังนี้

- 1.00 - 1.80 หมายความว่า ระดับความคาดหวังจากการใช้บริการน้อยที่สุด
- 1.81 - 2.60 หมายความว่า ระดับความคาดหวังจากการใช้บริการน้อย
- 2.61 - 3.40 หมายความว่า ระดับความคาดหวังจากการใช้บริการปานกลาง
- 3.41 - 4.20 หมายความว่า ระดับความคาดหวังจากการใช้บริการมาก
- 4.21 - 5.00 หมายความว่า ระดับความคาดหวังจากการใช้บริการมากที่สุด

4.3.1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังที่มีต่อความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X1)

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
สถานที่ตั้งสะดวก	412	1	5	-0.84	0.22	4.10	0.94	มาก
สถานที่สะอาด	412	1	5	-0.60	0.03	4.08	0.82	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น น้ำดื่ม TV ห้องรับรอง	412	1	5	-0.40	-0.42	3.59	1.09	มาก
บริการเสริมบริการถ่ายเอกสาร เครื่องถ่ายรูป	412	1	5	-0.58	-0.21	3.85	1.00	มาก
โดยรวม	412	1.25	5	-0.35	-0.40	3.90	0.78	มาก

จากตาราง 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความคาดหวัง สถานที่สะอาดมีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 และสถานที่ตั้งสะดวก มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และบริการเสริม บริการถ่ายเอกสาร เครื่องถ่ายรูป มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85 และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นน้ำดื่ม TV ห้องรับรอง มีความคาดหวังใน ระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.59 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.09

4.3.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ (X2)

ความเชื่อถือ ไว้วางใจได้ของ การบริการ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
มีข้อมูลแสดงขั้นตอน เอกสารที่ใช้ แจ้งประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ	412	1	5	-0.63	-0.20	3.92	1.00	มาก
ได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดไว้	412	1	5	-0.83	-0.01	3.79	1.17	มาก
การพิจารณาตรวจสอบเอกสาร เป็นไปตามหลักเกณฑ์และระเบียบ ปฏิบัติที่แจ้งไว้	412	1	5	-0.79	0.26	3.99	0.97	มาก
การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็น ความลับ	412	1	5	-0.86	0.12	4.20	0.89	มาก
การบริการที่ตรงตามความต้องการ ของผู้มารับบริการ	412	1	5	-0.85	0.46	3.98	0.97	มาก
โดยรวม	412	1.25	5	-0.63	-0.25	3.97	0.86	มาก

จากตาราง 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความคาดหวัง การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล เป็นความลับ มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 และการพิจารณาตรวจสอบ เอกสารเป็นไปตามหลักเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติที่แจ้งไว้ มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 และการบริการที่ตรงตามความต้องการของผู้มารับบริการ มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 และมีข้อมูลแสดงขั้นตอน เอกสารที่ใช้แจ้งประชาสัมพันธ์อย่าง

เป็นระบบ มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 และได้รับการตรงตามเวลาที่นัดไว้ มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97

4.3.3 การตอบสนองผู้มารับบริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการตอบสนองผู้มารับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผล ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการตอบสนองผู้มารับบริการ (X3)

การตอบสนองผู้มารับบริการ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1.การให้ข้อมูลแก่ผู้มารับบริการ	412	1	5	-0.61	-0.21	3.97	0.94	มาก
2. มีแบบฟอร์มในการกรอกข้อมูลให้ผู้มารับบริการแต่ละความต้องการ	412	1	5	-0.65	-0.07	3.94	0.93	มาก
3. การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขบวนการเอกสารขอวีซ่าต่างๆ	412	1	5	-0.79	-0.26	3.96	0.99	มาก
4. พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ	412	1	5	-0.78	-0.29	4.02	0.94	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.60	-0.17	3.97	0.85	มาก

จากตาราง 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความคาดหวังต่อพนักงานมีความกระตือรือร้น พร้อมให้บริการ มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 และการให้ข้อมูลแก่ผู้มารับบริการมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97และการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขบวนการเอกสารขอวีซ่าต่างๆ มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 และมีแบบฟอร์มในการกรอกข้อมูลให้ผู้มารับบริการแต่ละความต้องการมีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97

4.3.4 สมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหา ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านสมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังที่มีต่อสมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหา (X4)

สมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับ บริการแก้ไขปัญหา	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสามารถในการช่วยแก้ไข ปัญหาแก่ผู้มารับบริการ	412	1	5	-0.72	0.12	3.90	0.99	มาก
2. ทักษะการให้บริการของ พนักงาน เช่น การตอบข้อซักถาม	412	1	5	-0.58	-0.18	3.98	0.92	มาก
3. ความสามารถทางการสื่อสารที่ ชัดเจน	412	1	5	-0.62	-0.08	4.03	0.90	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.62	-0.12	3.96	0.87	มาก

จากตาราง 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความคาดหวังความสามารถทางการสื่อสารที่ชัดเจน มีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 และทักษะการให้บริการของพนักงาน เช่น การตอบข้อซักถามมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 และความสามารถในการช่วยแก้ไขปัญหาแก่ผู้มารับบริการมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96

4.3.5 อัยาศัยไมตรี ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านอัยาศัยไมตรี ของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อ อัยาศัยไมตรี (X5)

อัยาศัยไมตรี	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการ	412	1	5	-0.71	0.09	3.95	0.98	มาก
2. ความสุภาพในการให้บริการ	412	1	5	-0.83	0.56	4.04	0.91	มาก
3. ความเป็นมิตร	412	1	5	-0.76	0.17	4.04	0.95	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.79	0.41	4.00	0.90	มาก

จากตาราง 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความคาดหวังความสุภาพในการให้บริการ และความเป็นมิตร มีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 และความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00

4.3.6 ความน่าเชื่อถือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความน่าเชื่อถือของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อความน่าเชื่อถือ (X6)

ความน่าเชื่อถือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. มีระบบคิวที่แสดงลำดับการให้บริการก่อนหลัง	412	1	5	-1.05	0.82	4.14	0.95	มาก
2. ได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดไว้	412	1	5	-0.98	0.45	3.97	1.06	มาก
3. มีช่องทางให้ลูกค้าร้องเรียน	412	1	5	0.71	-0.09	3.77	1.12	มาก
4. การปฏิบัติต่อผู้มารับบริการอย่างเสมอภาค	412	1	5	-0.79	0.11	3.98	0.99	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.75	0.14	3.96	0.91	มาก

จากตาราง 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความคาดหวังมีระบบคิวที่แสดงลำดับการให้บริการก่อนหลังมีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 และการปฏิบัติต่อผู้มารับบริการอย่างเสมอภาคมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 และได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดไว้มีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 และมีช่องทางให้ลูกค้า ร้องเรียนมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96

4.3.7 ความปลอดภัยผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความปลอดภัยของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังที่มีต่อความปลอดภัย

ความปลอดภัย	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. การเก็บรักษาข้อมูล	412	1	5	-0.75	-0.36	4.18	0.94	มาก
2. การคัดแยกเอกสารของผู้สมัครแต่ละสัญชาติ	412	1	5	-0.66	-0.16	4.05	0.91	มาก
3. การคัดแยกเอกสารของผู้สมัครแต่ละสัญชาติ	412	1	5	-0.67	-0.18	4.06	0.91	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.58	-0.60	4.09	0.84	มาก

จากตาราง 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความคาดหวังการเก็บรักษาข้อมูล มีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 และการกรอกและตรวจสอบข้อมูลบุคคลในการยื่นมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 และการคัดแยกเอกสารของผู้สมัครแต่ละสัญชาติมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09

4.3.8 การเข้าถึงบริการผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเข้าถึงบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม
ได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังที่มีต่อการเข้าถึงบริการ
(X8)

การเข้าถึงบริการ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. มีเว็บไซต์ในการให้บริการ	412	1	5	-0.97	0.62	4.08	0.98	มาก
2. มีขบวนในการแสดงการรับบริการอย่างชัดเจน	412	1	5	-0.75	0.13	4.02	0.93	มาก
3. มีเคาน์เตอร์ในการให้บริการหลายช่องทางการให้บริการ	412	1	5	-0.75	0.13	4.02	0.93	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.78	0.17	4.04	0.899	มาก

จากตาราง 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความคาดหวังมีเว็บไซต์ในการให้บริการมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และมีขบวนในการแสดงการรับบริการอย่างชัดเจน และมีเคาน์เตอร์ในการให้บริการหลายช่องทางการให้บริการมีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04

4.3.9 การติดต่อสื่อสาร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการติดต่อสื่อสารของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร (X9)

การติดต่อสื่อสาร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. มีข้อมูลวิธีการกรอกเอกสารแบบฟอร์ม	412	1	5	-0.78	0.20	4.00	0.96	มาก
2. พนักงานมีความสามารถสื่อสารได้หลายภาษา	412	1	5	-0.53	-0.40	4.02	0.89	มาก
3. มีการสื่อสารที่ชัดเจนใช้ระดับภาษาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย	412	1	5	-0.59	-0.31	4.07	0.88	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.57	-0.23	4.02	0.83	มาก

จากตาราง 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความคาดหวัง มีการสื่อสารที่ชัดเจนใช้ระดับภาษาที่ชัดเจนเข้าใจง่ายมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 และพนักงานมีความสามารถสื่อสารได้หลายภาษามีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 และมีข้อมูลวิธีการกรอกเอกสารแบบฟอร์มมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02

4.3.10 ความเข้าใจลูกค้าผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเข้าใจลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังที่มีต่อความเข้าใจลูกค้า (X10)

ความเข้าใจลูกค้า	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. การให้บริการโดยรวมของศูนย์ยื่นวีซ่า	412	1	5	-0.72	0.10	3.97	0.93	มาก
2. ได้รับบริการที่ตรงตามความต้องการของผู้มารับบริการ	412	1	5	-0.76	0.13	4.01	0.94	มาก
3. การให้บริการด้วยความอดทน	412	1	5	-0.76	0.13	4.01	0.94	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.76	0.26	3.99	0.90	มาก

จากตาราง 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความคาดหวังได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการของผู้มารับบริการและการให้บริการด้วยความอดทนมีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.01 และการให้บริการโดยรวมของศูนย์ยื่นวีซ่ามีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99

4.4 การวิเคราะห์ผลความพึงพอใจจากการรับบริการ

ความพึงพอใจจากการรับบริการได้แก่ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือ ไว้วางใจได้ของการบริการ การตอบสนองผู้มารับบริการ สมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหา อธิบายไม่ตรี ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร ความเข้าใจลูกค้า

ความพึงพอใจจากการรับบริการเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย มีดังนี้

1.00 - 1.80 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจจากการรับบริการน้อยที่สุด

1.81 - 2.60 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจจากการรับบริการน้อย

2.61 - 3.40 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจจากการรับบริการปานกลาง

3.41 - 4.20 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจจากการรับบริการมาก

4.21 - 5.00 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจจากการรับบริการมากที่สุด

4.4.1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีต่อความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Y1)

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1.สถานที่ตั้งสะดวก	412	1	5	-0.51	-0.18	3.76	1.00	มาก
2.สถานที่สะอาด	412	1	5	-0.48	-0.08	3.85	0.91	มาก
3.มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม TV ห้องรับรอง	412	1	5	-0.08	-0.79	3.12	1.20	มาก
4. บริการเสริม บริการถ่ายเอกสาร เครื่องถ่ายรูป	412	1	5	-0.49	-0.36	3.61	1.09	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.36	-0.01	3.58	0.82	มาก

จากตาราง 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความพึงพอใจ สถานที่สะอาด มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85 และสถานที่ตั้งสะดวกมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 และบริการเสริม บริการถ่ายเอกสารเครื่องถ่ายรูปมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม TV ห้องรับรอง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58

4.4.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ (Y2)

ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1.มีข้อมูลแสดงขั้นตอน เอกสารที่ใช้แจ้งประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ	412	1	5	-0.29	-0.69	3.38	1.14	มาก
2.ได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดไว้	412	1	5	-0.29	-0.97	3.16	1.28	มาก
3.การพิจารณาตรวจสอบเอกสารเป็นไปตามหลักเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติที่แจ้งไว้	412	1	5	-0.44	-0.43	3.57	1.08	มาก
4.การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับ	412	1	5	-0.58	-0.26	3.97	0.94	มาก
5.การบริการที่ตรงตามความต้องการของผู้มารับบริการ	412	1	5	-0.54	-0.36	3.55	1.11	มาก
โดยรวม	412	1.25	5	-0.37	-0.45	3.52	0.90	มาก

จากตาราง 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความพึงพอใจ การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็น ความลับ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 และการพิจารณาตรวจสอบเอกสารเป็นไปตามหลักเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติที่แจ้งไว้ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 และการบริการที่ตรงตามความต้องการของผู้มารับบริการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 และมีข้อมูลแสดงขั้นตอนเอกสารที่ใช้แจ้งประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบมีความพึงพอใจในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.38 และได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดไว้มีความพึงพอใจในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.16 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52

4.4.3 การตอบสนองผู้มารับบริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการตอบสนองผู้มารับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีต่อการตอบสนองผู้มารับบริการ (Y3)

การตอบสนองผู้มารับบริการ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1.การให้ข้อมูลแก่ผู้มารับบริการ	412	1	5	-0.39	-0.37	3.49	1.06	มาก
2.มีแบบฟอร์มในการกรอกข้อมูลให้ผู้มารับบริการแต่ละความต้องการ	412	1	5	-0.43	-0.28	3.50	1.05	มาก
3.การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขบวนการเอกสารขอวีซ่าต่างๆ	412	1	5	-0.37	-0.47	3.44	1.10	มาก
4.พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ	412	1	5	-0.40	-0.59	3.47	1.16	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.38	-0.50	3.47	0.97	มาก

จากตาราง 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความพึงพอใจ มีแบบฟอร์มในการกรอกข้อมูลให้ผู้มารับบริการแต่ละความต้องการ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 และมีแบบฟอร์มในการกรอกข้อมูลให้ผู้มารับบริการแต่ละความต้องการมีความพึงพอใจในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49 และพนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการมีความพึงพอใจใน ระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 และการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขบวนการเอกสารขอวีซ่าต่าง ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44 ค่าความพึงพอใจโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47

4.4.4 สมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหา ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านสมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการ แก้ไขปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีต่อสมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหา (Y4)

สมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับ บริการแก้ไขปัญหา	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสามารถในการช่วยแก้ไข ปัญหาแก่ผู้มารับบริการ	412	1	5	-0.39	-0.37	3.49	1.06	มาก
2. ทักษะการให้บริการของ พนักงาน เช่น การตอบข้อซักถาม	412	1	5	-0.43	-0.28	3.50	1.05	มาก
3. ความสามารถทางการสื่อสารที่ ชัดเจน	412	1	5	-0.37	-0.47	3.44	1.10	มาก
	412	1	5	-0.40	-0.59	3.47	1.16	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.38	-0.50	3.47	0.97	มาก

จากตาราง 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความพึงพอใจความสามารถทางการสื่อสารที่ชัดเจนมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62 และทักษะการให้บริการของพนักงาน เช่น การตอบข้อซักถามมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 และความสามารถในการช่วยแก้ไขปัญหาแก่ผู้มารับบริการมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47

4.4.5 อัยาศัยไมตรีผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัยาศัยไมตรีของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีต่อ อัยาศัยไมตรี (Y5)

อัยาศัยไมตรี	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการ	412	1	5	-0.40	-0.39	3.42	1.07	มาก
2. ความสุภาพในการให้บริการ	412	1	5	-0.50	-0.30	3.52	1.06	มาก
3. ความเป็นมิตรต่อบริการ	412	1	5	-0.56	-0.20	3.57	1.05	มาก
โดยรวม	412	1	5	0.51	-0.30	3.51	0.96	มาก

จากตาราง 4.33 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความพึงพอใจความสุภาพในการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 และความเป็นมิตรมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 และความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.51

4.4.6 ความน่าเชื่อถือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความน่าเชื่อถือของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีต่อความน่าเชื่อถือ (Y6)

ความน่าเชื่อถือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. มีระบบคิวที่แสดงลำดับการให้บริการก่อนหลัง	412	1	5	-0.44	-0.43	3.74	1.106	มาก
2. ได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดไว้	412	1	5	-0.72	-0.07	3.65	1.077	มาก
3. มีช่องทางให้ลูกค้านำร่องเรียน	412	1	5	-0.51	-0.32	3.13	1.115	มาก
4. การปฏิบัติต่อผู้มารับบริการอย่างเสมอภาค	412	1	5	-0.52	-0.08	3.65	1.124	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.57	-0.16	3.57	1.029	มาก

จากตาราง 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความสนใจความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 และการปฏิบัติต่อผู้มารับบริการอย่างเสมอภาคมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65 และได้รับการตรงตามเวลาที่นัดไว้มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.25 และมีช่องทางให้ลูกค้านำร่องเรียนมีความพึงพอใจในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.13 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57

4.4.7 ความปลอดภัยผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความปลอดภัยของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีต่อความปลอดภัย (Y7)

ความปลอดภัย	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. การเก็บรักษาข้อมูล	412	1	5	-0.70	-0.09	3.74	1.11	มาก
2. การคัดแยกเอกสารของผู้สมัครแต่ละสัญชาติ	412	1	5	-0.41	-0.82	3.25	1.27	มาก
3. การกรอกและตรวจสอบข้อมูลบุคคลในการยื่นเอกสาร	412	1	5	-0.18	-0.92	3.13	1.26	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.39	-0.35	3.44	0.99	มาก

จากตาราง 4.25 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความพึงพอใจการเก็บรักษาข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 และการคัดแยกเอกสารของผู้สมัครแต่ละสัญชาติมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.25 และการกรอกและตรวจสอบข้อมูลบุคคลในการยื่นเอกสารมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.13 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44

4.4.8 การเข้าถึงบริการผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเข้าถึงบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม
ได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีต่อการเข้าถึงบริการ
(Y8)

การเข้าถึงบริการ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. มีเว็บไซต์ในการให้บริการ	412	1	5	-0.53	-0.16	3.92	0.91	มาก
2. มีขบวนในการแสดงการรับ บริการอย่างชัดเจน	412	1	5	-0.36	-0.41	3.83	0.92	มาก
3. มีเคาน์เตอร์ในการให้บริการ หลายช่องทางการให้บริการ	412	1	5	-0.59	-0.03	3.79	0.99	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.52	-0.07	3.85	0.85	มาก

จากตาราง 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความพึงพอใจมีเว็บไซต์ในการให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 และมีขบวนในการแสดงการรับบริการอย่างชัดเจนมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83 และมีเคาน์เตอร์ในการให้บริการหลายช่องทางการให้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85

4.4.9 การติดต่อสื่อสารผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการติดต่อสื่อสารของผู้ตอบแบบสอบถาม
ได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ติดต่อสื่อสาร (Y9)

การติดต่อสื่อสาร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. มีข้อมูลวิธีการกรอกเอกสารแบบฟอร์ม	412	1	5	-0.63	-0.18	3.71	1.09	มาก
2. พนักงานมีความสามารถสื่อสารได้หลายภาษา	412	1	5	-0.46	-0.35	3.57	1.09	มาก
3. มีการสื่อสารที่ชัดเจนใช้ระดับภาษาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย	412	1	5	-0.41	-0.70	3.39	1.22	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.47	-0.27	3.55	1.00	มาก

จากตาราง 4.27 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความพึงพอใจพนักงานมีความสามารถสื่อสารได้หลายภาษา 3.57 และมีการสื่อสารที่ชัดเจนใช้ระดับภาษาที่ชัดเจนเข้าใจง่ายมีความพึงพอใจ ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39 และมีข้อมูลวิธีการกรอกเอกสารแบบฟอร์มมีความพึงพอใจ ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.71 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55

4.4.10 ความเข้าใจลูกค้าผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเข้าใจลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม
ได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีต่อความเข้าใจลูกค้า
(Y10)

ความเข้าใจลูกค้า	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. การให้บริการโดยรวมของศูนย์ ยื่นวีซ่า	412	1	5	-0.41	-0.24	3.52	1.04	มาก
2. การให้บริการโดยรวมของศูนย์ ยื่นวีซ่า	412	1	5	-0.31	-0.38	3.69	0.94	มาก
3. การให้บริการด้วยความอดทน	412	1	5	-0.50	-0.08	3.69	0.97	มาก
โดยรวม	412	1	5	-0.37	-0.22	3.63	0.88	มาก

จากตาราง 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 412 คนให้ความพึงพอใจ การให้บริการด้วยความ อดทนมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.69 และได้รับการที่ตรงตามความต้องการของผู้มารับบริการมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 และการให้บริการโดยรวมของศูนย์ยื่นวีซ่ามีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.69 ค่าความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63

4.5 การทดสอบสมมติฐาน

4.5.1 สมมติฐานที่ 1

ความคาดหวังต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการศูนย์วีซ่าประเทศอิตาลีและความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการของผู้ใช้บริการศูนย์วีซ่าประเทศอิตาลีแตกต่างกัน

H0 : ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการและคุณภาพของการบริการที่ได้รับไม่แตกต่างกันที่ได้จากการรับบริการของผู้ใช้บริการศูนย์วีซ่าประเทศอิตาลีไม่แตกต่างกัน

H1 : ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการและคุณภาพของการบริการที่ได้รับไม่แตกต่างกันและความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการของผู้ใช้บริการศูนย์วีซ่าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการศูนย์วีซ่าประเทศอิตาลีและความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการของผู้ใช้บริการศูนย์วีซ่าประเทศอิตาลี

ความคาดหวังจากการใช้ บริการ			คุณภาพการบริการของศูนย์ วีซ่าประเทศอิตาลี	ความพึงพอใจจากการรับ บริการ		
$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คาดหวัง		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
3.90	0.78	มาก	ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.58	0.82	มาก
3.97	0.86	มาก	ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ	3.52	0.90	มาก
3.97	0.85	มาก	การตอบสนองผู้มารับบริการ	3.47	0.97	มาก
3.96	0.87	มาก	สมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการ	3.51	0.96	มาก
4.00	0.90	มาก	อภัยภัยไมตรี	3.57	1.02	มาก
3.96	0.91	มาก	ความน่าเชื่อถือ	3.44	0.99	มาก
4.09	0.84	มาก	ความปลอดภัย	3.85	0.85	มาก
4.04	0.89	มาก	การเข้าถึงบริการ	3.55	1.00	มาก
4.02	0.83	มาก	การติดต่อสื่อสาร	3.63	0.88	มาก
3.99	0.90	มาก	ความเข้าใจลูกค้า	3.53	0.98	มาก
3.99	0.49	มาก	โดยรวม	3.56	0.10	มาก

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าประเทศอิตาลีโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังก่อนการให้บริการด้านความปลอดภัยมากที่สุดโดยมีความคาดหวังในระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมาคือด้านการเข้าถึงบริการ โดยมีความคาดหวังระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และที่น้อยที่สุดคือด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยมีความคาดหวังระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ในขณะที่ความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าประเทศอิตาลี พบว่าผู้บริการมีความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า อิตาลี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจ ในระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 รองลงมา คือ ด้านการติดต่อสื่อสารโดยมีความพึงพอใจในระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และที่น้อยที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือโดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าอิตาลีและความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า อิตาลี

คุณภาพการบริการของศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลี	n	x	S.D.	t	p
ความคาดหวังต่อการให้บริการ	412	3.99	0.49	17.128	0.00*
ความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการ	412	3.56	0.10		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าอิตาลีและความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ประเทศอิตาลีด้วยสถิติทดสอบค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่สัมพันธ์กัน (Paired t-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า ค่า p ที่พบมีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธ สมมติฐาน H0 ยอมรับสมมติฐาน H1 จึงสามารถสรุปได้ว่าความคาดหวังต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าอิตาลีและความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า อิตาลีแตกต่างกันโดยจากการทดสอบพบว่าผู้บริการมีความคาดหวังต่อการให้บริการสูงมาก แต่การได้รับบริการไม่ได้ดีอย่างที่คาดหวังไว้เท่าที่ควร

4.5.2 สมมติฐานที่ 2

คุณภาพการให้บริการของศูนย์ยื่นวีซ่าอิตาลีของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์วีซ่าประเทศอิตาลี

H0 : ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (x1).....(X10) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการและสามารถเป็นตัวแปรในการพยากรณ์ความพึงพอใจในการรับบริการของศูนย์ยื่นวีซ่าได้โดยไม่แตกต่างกัน

H1: ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (x1).....(X10) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการและสามารถเป็นตัวแปรในการพยากรณ์ความพึงพอใจในการรับบริการของศูนย์ยื่นวีซ่าได้โดยแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณโดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) การทดสอบการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) การทดสอบการแจกแจงของตัวแปรที่จะนำมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบ พหุคูณด้วยการทดสอบด้วยค่า Kolmogorov-Smirnov เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ข้อมูลมีมากกว่า 50 ชุดโดยมีการกำหนดสมมติฐานในการทดสอบการแจกแจงปกติ ดังนี้

H0: (Null Hypothesis): มีการแจกแจงแบบปกติ

H1: (Alternative Hypothesis): ไม่มีการแจกแจงแบบปกติ

การแปลผลพบว่าค่า สถิติ Kolmogorov-Smirnov ค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดง ว่ายอมรับสมมติฐานหลัก H0 ดังนี้ ตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ การตอบสนองผู้มารับบริการ สมรรถภาพในการให้บริการ อัตรายศไม่ตรี ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร ความเข้าใจลูกค้า และความพึงพอใจที่ได้จากการรับบริการของ ผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่าอิตาลีมีการแจกแจงแบบปกติ ดังแสดงผลในตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ Kolmogorov-Smirnova

ตัวแปร	Kolmogorov-Smirnova
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (x1)	0.094
ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ(x2)	0.119
การตอบสนองผู้มารับบริการ(x3)	0.117
สมรรถภาพในการให้บริการความสามารถช่วยผู้มารับบริการ(x4)	0.157
อัยยาสัยไมตรี(x5)	0.153
ความน่าเชื่อถือ(x6)	0.151
ความปลอดภัย (x7)	0.186
การเข้าถึงบริการ (x8)	0.175
การติดต่อสื่อสาร (x9)	0.151
ความเข้าใจลูกค้า (x10)	0.194
รวม	0.065

2) การทดสอบความมีสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยผลการทดสอบความสัมพันธ์อิสระทั้ง 10 ตัว ดังแสดงในตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 แสดงผลค่า VIFของตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	Kolmogorov-Smirnova	
	Tolerance	VIF
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (x1)	0.420	2.382
ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ(x2)	0.322	3.110
การตอบสนองผู้มารับบริการ (x3)	0.188	5.326
สมรรถภาพในการให้บริการความสามารถช่วยผู้มารับบริการ (x4)	0.177	5.645
อัยยาสัยไมตรี (x5)	0.281	3.564
ความน่าเชื่อถือ (x6)	0.220	4.537
ความปลอดภัย (x7)	0.224	4.465
การเข้าถึงบริการ (x8)	0.404	2.473
การติดต่อสื่อสาร (x9)	0.405	2.477
ความเข้าใจลูกค้า (x10)	0.298	3.355

3) การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	*	0.732**	0.708**	0.643**	0.678**	0.616**	0.610**	0.683**	0.646**	0.605**
ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ		*	0.800**	0.762**	0.697**	0.755**	0.739**	0.689**	0.725**	0.725**
การตอบสนองผู้มารับบริการ			*	0.743**	0.739**	0.772**	0.733**	0.674**	0.739**	0.748**
สมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไข ปัญหา				*	0.723**	0.793**	0.725**	0.670**	0.787**	0.763**
อภัยภัยไมตรี					*	0.765**	0.702**	0.622**	0.723**	0.721**
ความน่าเชื่อถือ						*	0.799**	0.715**	0.784**	0.777**
ความปลอดภัย							*	0.780**	0.800**	0.706**
การเข้าถึงบริการ								*	0.772**	0.650**
การติดต่อสื่อสาร									*	0.762**
ความเข้าใจถูกคำ										*
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90	3.97	3.97	3.96	4.00	3.96	4.09	4.04	4.02	3.99
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.781	0.868	0.854	0.876	0.902	0.918	0.845	0.899	0.838	0.906
**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01										

จากตารางที่ 4.33 แสดงผลค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อความเป็นรูปธรรมของการบริการรวม (X1) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 มีค่า S.D. = 0.781 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ค่า S.D. = 0.868 ด้านการตอบสนองผู้มารับบริการพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ค่า S.D. = 0.854 ด้านสมรรถภาพในการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ค่า S.D. = 0.876 ด้านอภัยภัยไมตรี พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ค่า S.D. = 0.902 ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ค่า S.D. = 0.918

ด้าน ความปลอดภัย พบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ค่า S.D. = 0.845 ด้านการเข้าถึงบริการ พบว่า ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่า S.D. = 0.899 ด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ค่า S.D. = 0.838 และด้านความเข้าใจลูกค้าพบว่า ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99 ค่า S.D. = 0.906 จากตารางสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมี ความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยพบว่า

ความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละคู่อยู่ในระดับมาก ($r = 0.61 - 0.80$) การทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลให้สอดคล้องกับข้อกำหนดโดยการใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (MultipleRegressionAnalysis) นั่นคือตัวแปรอิสระจะต้องมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามเป็นเส้นตรง (Linearity) และไม่เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง (Multicollinearity) คือ การที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมากเกินไปจะเกิดปัญหาทางให้ผลการวิเคราะห์มีความคลาดเคลื่อนสูงโดยพิจารณาค่าVIF(Variance Inflation Factors) สำหรับตัวแปรอิสระแต่ละตัว พบว่าค่า VIF มีค่าสูงสุดเท่า0.420 เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานต้องมีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่ได้รับอิทธิพลจาก ตัวแปรอิสระอื่นๆ



ตารางที่ 4.34 ตารางทดสอบสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Betas			Zero order	partial	Part	Tolerance	VIF
(constant)	0.078	0.214		9.721	0.000					
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.141	0.074	0.138	1.911	0.057	0.308	0.095	0.089	0.420	2.382
ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ	0.099	0.090	0.108	1.103	0.271	0.308	0.055	0.051	0.228	4.377
การตอบสนองผู้มารับบริการ	0.073	0.101	0.078	0.727	0.468	0.289	0.036	0.034	0.188	5.326
สมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไข ปัญหา	-0.131	0.101	-0.143	-1.287	0.199	0.245	-0.064	-0.060	0.177	5.645
อัยยาศัยไมตรี	0.003	0.078	0.004	0.044	0.965	0.235	0.002	0.002	0.281	3.564
ความน่าเชื่อถือ	-0.031	0.089	-0.035	0.344	0.731	0.262	-0.017	-0.016	0.209	4.789
ความปลอดภัย	0.034	0.094	0.035	0.358	0.720	0.286	0.018	0.017	0.224	4.465
การเข้าถึงบริการ	0.037	0.073	0.042	0.505	0.614	0.281	0.025	0.024	0.322	3.110
การติดต่อสื่อสาร	0.177	0.095	0.185	1.864	0.063	0.310	0.093	0.087	0.220	4.537
ความเข้าใจลูกค้า	-0.027	0.076	-0.030	-0.357	0.722	0.249	-0.018	0.017	0.298	3.355
Adjusted R Square	0.105									
F	5.813									
Drubin Watson	1.669									

จากตารางทดสอบสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรและทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลองที่สร้างจากกรอบแนวคิดทั้งสิบตัวแปร

สรุปได้ดังนี้ความเป็นรูปธรรมของการบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย(B) เท่ากับ 0.141

ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการให้บริการมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย(B)เท่ากับ 0.099

ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) เท่ากับ 0.099 การตอบสนองผู้มารับบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) เท่ากับ 0.073 สมรรถภาพในการให้บริการมีความสัมพันธ์ทางลบต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) เท่ากับ -0.131 อัยยาศัยไมตรีมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) เท่ากับ 0.003 ความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ทางลบต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) เท่ากับ -0.031 ความปลอดภัยมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) เท่ากับ 0.034 การเข้าถึงบริการความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) เท่ากับ 0.037 การติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) เท่ากับ 0.177 ความเข้าใจลูกค้ามีความสัมพันธ์ทางลบต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) เท่ากับ -0.027 สามารถนำมาเขียนสมการพยากรณ์ภาพรวมของคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ ในการบริการได้ดังนี้ความพึงพอใจรวม = $0.078 + 0.141(X1) + 0.099(X2) + 0.073(X3) + (-0.131)(X4) + 0.003(X5) + (-0.031)(X6) + 0.034(X7) + 0.037(X8) + 0.177(X9) + (-0.027)(X10)$ จากตาราง ค่า Adjusted R Square = 0.105 หรือ 10.50% แสดงว่า ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ การตอบสนองผู้มารับบริการ สมรรถภาพในการให้บริการ อัยยาศัยไมตรี ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร ความเข้าใจลูกค้า สามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจของผู้มารับบริการได้ค่า = 10.50%

จากตารางทดสอบสถิติค่า F= 5.813 และได้ค่า Significance จากผลลัพธ์= 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าค่าความพึงพอใจรวม = $0.078 + 0.141(X1) + 0.099(X2) + 0.073(X3) + (-0.131)(X4) + 0.003(X5) + (-0.031)(X6) + 0.034(X7) + 0.037(X8) + 0.177(X9) + (-0.027)(X10)$

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลเอกชน สามารถสรุปผลการวิจัยตามปัจจัยด้านต่างๆรวมถึงข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาไปใช้เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่นต่อไปดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามผลการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 412 คน เป็นผู้ใช้บริการเพศชาย 160 และผู้ใช้บริการเพศหญิง 252 รายโดยส่วนใหญ่จะมีอายุ 21 – 30 ปี มากที่สุดโดยมีจำนวน 141 คน รองลงมาคือ 31 – 40 ปี จำนวน 131 คน และเป็นผู้ที่มีสถานภาพโสดมากที่สุดจำนวน 277 คน รองลงมาคือ สมรส จำนวน 125 คน มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 235 คน รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 110 คน โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดจำนวน 210 คน รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 82 คน และพบว่า มีรายได้ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุดจำนวน 149 รองลงมาคือ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 86 คน

5.1.2 ประสพการณ์ในการใช้บริการผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 412 คน เป็นผู้ที่เคยยื่นขอวีซ่ามาก่อนจำนวน 314 คน รองลงมาคือ ไม่เคยยื่นขอวีซ่ามาก่อนจำนวน 98 คน และพบว่า ส่วนใหญ่จะแป้ผู้ที่จัดเตรียมเอกสารด้วยตนเองในเคยยื่นขอวีซ่ามากที่สุดจำนวน 237 คน รองลงมาคือ จ้างบริษัททัวร์จำนวน 98 คน

5.1.3 ความคาดหวังจากการใช้บริการผลการศึกษา โดยแบ่งความคาดหวังออกเป็น 10 ด้าน คือ ความคาดหวังจากการใช้บริการได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ การตอบสนองผู้มารับบริการ สมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการ แก้ไขปัญหา อธิบาย ค้ำประกันความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสารความเข้าใจลูกค้าพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคาดหวังเรื่องกลุ่มสถานที่สะอาดมากที่สุดโดยมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 รองลงมาคือ

สถานที่ตั้งสะดวก มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และบริการเสริมเช่น บริการถ่ายเอกสารเครื่องถ่ายรูปมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85 และที่น้อยที่สุดคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่นน้ำดื่ม TV ห้องรับรองมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.59 ตามลำดับด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังเรื่องการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับมากที่สุดโดยมีความคาดหวังในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 รองลงมาคือการพิจารณาตรวจสอบเอกสารเป็นไปตามหลักเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติที่แจ้งไว้มีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 การบริการที่ตรงตามความต้องการของผู้มารับบริการมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 และมีข้อมูลแสดงขั้นตอนเอกสารที่ใช้แจ้งประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 และที่คาดหวังน้อยที่สุดคือได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดไว้ มีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองผู้มารับบริการพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการมากที่สุดโดยมีความคาดหวังในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 รองลงมาคือการให้ข้อมูลแก่ผู้มารับบริการมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขบวนการเอกสารขอวีซ่าต่างๆ มีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 และที่น้อยที่สุด คือ มีแบบฟอร์มในการกรอกข้อมูลให้ผู้มารับบริการแต่ละความต้องการมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 ตามลำดับ ด้านสมรรถภาพในการให้บริการความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังเรื่องความสามารถทางการสื่อสารที่ชัดเจนมากที่สุดโดยมีความคาดหวังในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 รองลงมาคือทักษะการให้บริการของพนักงานเช่นการตอบข้อซักถามมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 และที่คาดหวังน้อยที่สุดคือความสามารถในการช่วยแก้ไขปัญหาแก่ผู้มารับบริการมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 ด้านอธยาศัยไมตรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังเรื่องความสุภาพในการให้บริการและความเป็นมิตรมากที่สุดโดยมีความคาดหวังในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 รองลงมาคือความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการ มีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95 ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวัง เรื่องการมีระบบคิวที่แสดงลำดับการให้บริการก่อนหลังมากที่สุดโดยมีความคาดหวังในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 รองลงมาคือการปฏิบัติต่อผู้มารับบริการอย่างเสมอภาค มีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 การได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดไว้ มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีความคาดหวังอยู่ที่ 3.97 และที่ คาดหวังน้อยที่สุดคือมีช่องทางให้ลูกค้าร้องเรียน มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีความคาดหวัง

ที่ 3.77 ด้านความปลอดภัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวัง เรื่องการเก็บรักษาข้อมูลมากที่สุดโดยมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 รองลงมาคือ การกรอกและตรวจสอบข้อมูลบุคคลในการยื่น มีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 และที่คาดหวังน้อยที่สุด คือ การคัดแยกเอกสารของผู้สมัครแต่ละสัญชาติ มีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 4.05 ด้านการเข้าถึงบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวัง เรื่องการมีเว็บไซต์ในการให้บริการมากที่สุด โดยมีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 รองลงมาคือมีขบวนในการแสดงการรับบริการอย่างชัดเจน และมีเคาน์เตอร์ในการให้บริการหลายช่องทางการให้บริการ มีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 ด้านการติดต่อสื่อสารพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวัง เรื่องการสื่อสารที่ชัดเจนใช้ ระดับภาษาที่ ชัดเจน เข้าใจง่ายมากที่สุด โดยมีความคาดหวังในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 รองลงมา คือ พนักงานมีความสามารถสื่อสารได้หลายภาษา มีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 และที่คาดหวังน้อยที่สุด คือ มีข้อมูลวิธีการกรอกเอกสารแบบฟอร์ม มีความ คัดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ด้านความเข้าใจลูกค้าพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวัง เรื่องการได้รับบริการที่ตรงตาม ความต้องการของผู้มารับบริการ และการให้บริการด้วยความอดทนมากที่สุดโดยมีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.01 รองลงมา คือ การให้บริการโดยรวมของศูนย์ยื่นวีซ่ามีความคาดหวังในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97

5.1.4 ความพึงพอใจจากการรับบริการ ผลการศึกษาความพึงพอใจจากการรับบริการ โดยแบ่งออกเป็น 10 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ การตอบสนองผู้มารับบริการสมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการ แก้ไขปัญหาอรรถาศัยไมตรีความน่าเชื่อถือความปลอดภัย การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสารความเข้าใจลูกค้า พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ เรื่องสถานที่ สะอาดมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85 รองลงมา คือ สถานที่ตั้ง สะดวก มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 และที่น้อยที่สุดคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นน้ำดื่ม TV ห้องรับรอง โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ เรื่อง การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 รองลงมา คือ การพิจารณาตรวจสอบเอกสารเป็นไปตามหลักเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติที่แจ้งไว้ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 และที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ การได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดไว้ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.16 ด้านการตอบสนองผู้มารับบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องการมีแบบฟอร์ม ในการกรอกข้อมูลให้ผู้มารับ

บริการแต่ละความต้องการมากที่สุด โดย มีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 รองลงมา คือ การมีแบบฟอร์มในการกรอกข้อมูลให้ผู้มารับบริการแต่ละ ความต้องการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49 และที่น้อยที่สุด คือ การให้ คำปรึกษากับขบวนการเอกสารขอวีซ่าต่าง ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44 ด้านสมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหา พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องความสามารถทางการสื่อสารที่ชัดเจนมากที่สุดมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62 รองลงมา คือ ทักษะการให้บริการของพนักงาน เช่น การตอบข้อซักถาม มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 และที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสามารถในการช่วยแก้ไขปัญหาแก่ผู้มารับบริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42ด้านอธยาศัยไมตรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องความสุภาพในการให้บริการ มากที่สุดโดยมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 รองลงมาคือความเป็นมิตรมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 และที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 รองลงมาคือการปฏิบัติต่อผู้มารับบริการอย่างเสมอภาคมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65 และที่น้อยที่สุด คือ มีช่องทางให้ลูกค้าร้องเรียนมีความพึงพอใจในระดับปานกลางโดยมีความเฉลี่ย3.33อยู่ที่ 3.13 ด้านความปลอดภัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องการเก็บรักษาข้อมูลมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 รองลงมา คือ การคัดแยกเอกสารของผู้สมัครแต่ละสัญชาติมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83 และที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ การกรอกและตรวจสอบข้อมูลบุคคลในการยื่นเอกสารมีความพึงพอใจในระดับมากโดย มีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 ด้านการเข้าถึงบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องการมีเว็บไซต์ในการให้บริการมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.71 รองลงมา คือ มีขบวนในการแสดงการรับบริการอย่างชัดเจน มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 และที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ มีเคาน์เตอร์ในการให้บริการหลายช่องทางการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางโดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39 ด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องพนักงานมีความสามารถสื่อสารได้หลายภาษา และมีการสื่อสารที่ชัดเจนใช้ระดับภาษาที่ชัดเจนเข้าใจง่ายมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.69 รองลงมา คือ มีข้อมูลวิธีการกรอกเอกสาร แบบฟอร์ม มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 ความเข้าใจลูกค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่ององการให้บริการด้วยความอดทนมาก ที่สุด โดยมีความพึงพอใจ

ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.60 รองลงมา คือ ได้รับบริการที่ตรงตาม ความต้องการของผู้มารับบริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 แลที่พึง พอใจน้อยที่สุด คือ การให้บริการโดยรวมของศูนย์ ยีนวิซ่า มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44

5.2 อภิปรายผลงานวิจัย

5.2.1 การอภิปรายผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ยีนวิซ่าประเทศอิตาลีของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X1) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริการ (X2) การตอบสนองผู้มารับบริการ (X3) อธิบายไม่ตรี (X5) ความปลอดภัย (X7) การเข้าถึงบริการ (X8) และการติดต่อสื่อสาร (X9) ในขณะที่ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ยีนวิซ่าประเทศอิตาลีของผู้ใช้บริการ ได้แก่ สมรรถภาพในการให้บริการ (X4) ความน่าเชื่อถือ (X6) และความเข้าใจลูกค้า (X10) ซึ่งตัวแปรทั้ง 10 ตัวสามารถนำมาพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ยีนวิซ่าประเทศอิตาลี ของผู้ให้บริการโดยมีตัวแปร ทั้ง 10 ด้านมีความสัมพันธ์ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ยีนวิซ่าประเทศอิตาลี ของผู้ให้บริการในระดับต่ำโดยมีค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.78 และสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ยีนวิซ่าประเทศอิตาลีของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 10.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ +0.22กับเขียนเป็นสมการเชิงพยากรณ์ได้ดังนี้คือความพึงพอใจรวมเท่ากับ $0.78 + 0.141(X1) + 0.099(X2) + 0.073(X3) + (-0.131)(X4) + 0.003(X5) + (-0.031)(X6) + 0.034(X7) + 0.037(X8) + 0.177(X9) + (-0.027)(X10)$ จากค่าของ adjust Rsquareที่ต่ำอาจเกิดจากชุดของตัวแปรอิสระที่นำมาศึกษาไม่มีการอ้างอิงเชิงทฤษฎีหรือการทบทวนเอกสารและงานวิจัยอย่างรอบคอบทำให้ตัวแปรที่นำมาใช้ในการวัดความพึงพอใจยังไม่ใช้ตัวแปรที่สามารถนำมาแสดงค่าที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามน้อยและอาจมีความคลาดเคลื่อนในการวัดตัวแปรเนื่องจากแบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลมีคุณภาพที่ยังไม่ถึงเพียงพอจึงทำให้ความแม่นยำในการพยากรณ์อยู่ในระดับต่ำนอกจากนี้ผู้วิจัยยังขาดความรู้ความเข้าใจในวิธีการคัดเลือกตัวแปรทั้ง 4 วิธีได้แก่วิธีการคัดเลือกเข้า (enter)วิธีแบบก้าวหน้า (forward) วิธีแบบถดถอย (backward) และวิธีแบบขั้นตอน (stepwise) ทำให้ไม่เห็นภาพของตัวแปรที่ได้จากการทบทวนเอกสารและผลการวิจัย

5.2.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของศูนย์ยื่นวีซ่าประเทศอิตาลี

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ เรื่องสถานที่สะอาดมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85 รองลงมา คือ สถานที่ตั้งสะดวก มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 และที่น้อยที่สุด คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม TV ห้องรับรอง โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12 ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของเพ็ญภา จรัสพันธ์ (2557) ที่ทำการศึกษา “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าจีเนท โมบายเซอร์วิสเซ็นเตอร์ จันทบุรี” ที่พบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ เรื่องความสะดวกเรียบร้อยของศูนย์บริการ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนมากที่สุดและแสดงถึงควมมีมาตรฐานในการบริการของศูนย์ได้อีกปัจจัยหนึ่งและสอดคล้องกับผลการศึกษาของณัด วันมณี (2553) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรสาขาสะเมิงจังหวัดเชียงใหม่ในเชิงบวกโดยปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญคือความสะดวกสบายของพื้นที่ให้บริการและความสะดวกสบายในการเข้ารับบริการของธนาคาร ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับมากที่สุดโดยมีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 รองลงมาคือการพิจารณาตรวจสอบเอกสารเป็นไปตามหลักเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติที่แจ้งไว้มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 และที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือการได้รับ บริการตรงตามเวลาที่นัดไว้ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่ 3.16 ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณรัตน์วิทยากิตติพงษ์(2551)ที่ทำการศึกษความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาในสังกัดเขตนนทบุรีที่พบว่า ปัจจัย ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตนนทบุรี โดยในการใช้บริการด้านการเงินของธนาคารนั้น สิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การเก็บข้อมูลทางการเงินของลูกค้าไว้เป็นความลับ และ ปลอดภัยรองลงมา คือ กระบวนการให้บริการของธนาคารที่มีมาตรฐาน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของอุไรวรรณ จันทเจริญวงศ์ (2555) ที่ทำการศึกษคุณภาพการให้บริการธนาคาร พาณิชนในอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรีที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การเก็บข้อมูลของลูกค้าเป็นความลับ และมีความปลอดภัย ด้านการตอบสนองผู้มารับบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องการมีแบบฟอร์ม ในการกรอกข้อมูลให้ผู้มารับบริการแต่ละความต้องการมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยอยู่ที่

3.50 รองลงมา คือ การมีแบบฟอร์มในการกรอกข้อมูลให้ผู้มารับบริการแต่ละ ความต้องการ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49 และที่น้อยที่สุด คือ การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขบวนการเอกสารขอวีซ่าต่าง ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธรรมา ไพพงษ์ (2550) ที่ทำการศึกษาความคิดเห็นของ ผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของคลินิกนายแพทย์ธนสิทธิ์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด กาฬสินธุ์ ที่พบว่าคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองผู้มารับบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของบริการของคลินิกนายแพทย์ธนสิทธิ์โดยปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ขั้นตอนในการให้บริการ เช่น การลงประวัติผู้ป่วยที่มีใช้บริการครั้งแรกมีความไม่ยุ่งยากข้อมูลชัดเจนและในกรณีที่ผู้มาใช้บริการไม่สามารถกรอกข้อมูลด้วยตนเองได้จะมีเจ้าหน้าที่บริการช่วยกรอกข้อมูลให้นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของรทร มานูพิรพันธ์ (2556) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจในการวางแผนการเงินด้วยการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ” โดย พบว่า ปัจจัยด้านการตอบสนองผู้มารับบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการวางแผน การเงินด้วยการทำประกันชีวิตแบบบำนาญในเชิงบวกโดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับสูง ด้านสมรรถภาพในการให้บริการความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องความสามารถทางการสื่อสารที่ชัดเจนมากที่สุด มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62 รองลงมา คือ ทักษะการให้บริการของพนักงาน เช่น การตอบข้อ ซักถาม มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 และที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสามารถในการช่วยแก้ไขปัญหาแก่ผู้มารับบริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของรทร มานูพิรพันธ์ (2556) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจในการวางแผนการเงินด้วยการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ” โดยพบว่า การสื่อสารที่ชัดเจน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการวางแผนการเงินด้วยการทำประกัน ชีวิตแบบบำนาญเนื่องจากในการตัดสินใจทำประกันชีวิตสิ่ง que ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ คือ รายละเอียดและเงื่อนไขต่าง ๆ ในการทำประกันชีวิตซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้บริการ ได้อย่างชัดเจน ครบถ้วน เหมาะสมและเข้าใจง่าย ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจใช้บริการได้ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของณัฏฐวันมณี (2553) ที่ทำการศึกษา เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ที่พบว่าปัจจัยด้านสมรรถภาพในการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความสามารถในการสื่อสารที่ชัดเจนรองลงมาคือทักษะการให้บริการของพนักงาน เช่น การตอบข้อ ซักถาม การเต็มใจในการให้บริการลูกค้า เป็นต้น ด้านอหยาศัยไมตรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องความสุภาพในการให้บริการมากที่สุดโดยมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70

รองลงมา คือ ความเป็นมิตรมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 และที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับณรงค์ชัย แต่ประเสริฐ (2553) ที่ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของห้างทองเยาวราช 1999 ตลาดบาง ชันธุ์ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ที่พบว่าอัยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เนื่องจากความสุภาพในการให้บริการ ความเป็นมิตรความเต็มใจในการให้บริการจะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่าการตนเองได้รับคำแนะนำการช่วยเหลือจากพนักงานอย่างเหมาะสมและเต็มใจส่งผลทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจเชื่อถือในคุณภาพและตัดสินใจซื้อของได้ง่ายมากขึ้น และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธรรม ไพรพงษ์ (2550) ที่ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของคลินิกนายแพทย์ธนสิทธิ์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์ที่พบว่าการที่เจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าอย่างเป็นมิตร จะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและมีความพึงพอใจในการมาใช้บริการที่คลินิกเพิ่มมากขึ้นด้านความน่าเชื่อถือพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการมากที่สุด โดยมี ความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 รองลงมาคือการปฏิบัติต่อผู้มารับบริการอย่างเสมอภาค มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65 และที่น้อยที่สุด คือ มีช่องทางให้ลูกค้าร้องเรียน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.13 ซึ่ง สอดคล้องกับการศึกษาของธรรม ไพรพงษ์ (2550) ที่ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับคุณภาพการบริการของคลินิกนายแพทย์ธนสิทธิ์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่พบว่า ความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการคลินิกในระดับสูงโดยปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญ คือ ความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการ รองลงมาคือการให้บริการกันอย่างเท่าเทียมทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าที่ชำระด้วยเงินสด บัตรเครดิต หรือใช้สิทธิ์เบิกจ่ายต่างๆ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของรทร มานพพิพันธ์ (2556) ที่ ทำการศึกษา “ความพึงพอใจในการวางแผนการเงินด้วยการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ” ที่พบว่าความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการวางแผนการเงินด้วยการทำประกันชีวิตแบบบำนาญในระดับสูงมาก ด้านความปลอดภัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องการรักษาข้อมูลมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 รองลงมา คือ การคัดแยกเอกสารของ ผู้สมัครแต่ละสัญญา มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83 และที่พึงพอใจน้อย ที่สุด คือ การกรอกและตรวจสอบข้อมูลบุคคลในการยื่นเอกสาร มีความพึงพอใจในระดับมาก โดย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณรัตน์ วิทยากิตติพงษ์ (2551) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขต นนทบุรี ที่และผลการศึกษาของณัด วันมณี (2553) ที่ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของ ธนาคารในระดับสูง นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับผล การศึกษาของธรรมาพร ไพพงษ์ (2550) ที่ ทำการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับ คุณภาพการบริการของคลินิกนายแพทย์ธนสิทธิ์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่พบว่า ความ ปลอดภัย คือ การเก็บรักษาข้อมูลของผู้มาใช้ บริการเป็นความลับเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ ความสำคัญและมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของคลินิกในระดับสูง ด้านการเข้าถึงบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องการมีเว็บไซต์ในการให้บริการ มากที่สุด โดยมีความพึงพอใจ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.71 รองลงมา คือ มีขบวนในการแสดง การรับบริการอย่างชัดเจน มี ความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 และที่พึงพอใจน้อย ที่สุดคือมีเคาน์เตอร์ในการ ให้บริการหลายช่องทางการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39 ซึ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณรัตน์วิทยากิตติพงษ์ (2551) ที่ ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตนนทบุรี การศึกษาของ ถนัด วัน มณี (2553) ที่ทำการศึกษารื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อ คุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ และการศึกษาของอุไรวรรณ จันท์ เจริญวงศ์ (2555) ที่ทำการศึกษารื่องคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องการมีเว็บไซต์ในการให้บริการมากที่สุดโดย มีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากปัจจุบันช่องทางทางเบิกจ่ายต่างๆนอกจากนั้นยังสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของรทร มานูพิรพันธ์ (2556) ที่ทำการศึกษารื่อง“ความพึงพอใจในการวางแผนการเงินด้วย การทำประกันชีวิตแบบบำนาญ”ที่พบว่าความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการ วางแผนการเงินด้วยการทำประกัน ชีวิตแบบบำนาญในระดับสูงมาก ด้านความปลอดภัย พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องการเก็บรักษาข้อมูลมากที่สุดโดยมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 รองลงมา คือ การคัดแยกเอกสารของ ผู้สมัครแต่ละสัญชาติ มีความพึงพอใจใน ระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83 และที่พึงพอใจน้อย ที่สุด คือ การกรอกและตรวจสอบข้อมูลบุคคล ในการยื่นเอกสาร มีความพึงพอใจในระดับมาก โดย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 ซึ่งสอดคล้องกับผล การศึกษาของกรรณรัตน์ วิทยากิตติพงษ์ (2551) ที่ ทำการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขต นนทบุรี ที่และผลการศึกษาของถนัด วันมณี (2553) ที่ทำการศึกษารื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อ คุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรสาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารในระดับสูง นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับผล การศึกษาของธรรมาพรไพพงษ์ (2550) ที่ทำการศึกษารื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับ คุณภาพการบริการของคลินิกนายแพทย์ธนสิทธิ์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์ที่พบว่าความ ปลอดภัยคือการเก็บรักษาข้อมูลของผู้มาใช้บริการเป็นความลับเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

และมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของคลินิกในระดับสูง ด้านการเข้าถึงบริการพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องการมีเว็บไซต์ในการให้บริการ มากที่สุดโดยมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.71 รองลงมา คือมีขบวนในการแสดงการรับบริการอย่างชัดเจน มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 และที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ มีเคาน์เตอร์ในการให้บริการหลายช่องทางการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษางานของกรรณรัตน์วิทยากิตติพงษ์ (2551) ที่ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาในสังกัดเขตถนนพหลโยธิน การศึกษาของณัด วันมณี (2553) ที่ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อ คุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่และการศึกษาของอุไรวรรณ จันทเจริญวงศ์ (2555) ที่ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการ ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องการมีเว็บไซต์ในการให้บริการมากที่สุดโดยมีความพึงพอใจในระดับมากเนื่องจากปัจจุบันช่องทางทาง

5.2.3 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อน กับผู้ที่เคยทำวีซ่า การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยในส่วนนี้ได้ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในการทดสอบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันอย่างไรระหว่างของผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อน กับผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อน มีรายละเอียดดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ระดับความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการของผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อนกับผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อนอยู่ในระดับมากทั้งคู่ ประกอบด้วย ผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 ผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 ค่าสถิติทดสอบ $F = 0.37$ และ $Sig. = 0.54$ ซึ่งมากกว่า $\alpha(0.05)$ ซึ่งสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีคุณภาพที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ

ระดับความพึงพอใจด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการของผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อนกับผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อนอยู่ในระดับมากทั้งคู่ ประกอบด้วย ผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 ผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91 ค่าสถิติทดสอบ $F = 1.62$ และ $Sig. = 0.20$ ซึ่งมากกว่า $\alpha(0.05)$ ซึ่งสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการมีคุณภาพที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3. การตอบสนองของผู้มารับบริการ

ระดับความพึงพอใจด้านการตอบสนองของผู้มารับบริการของผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อน กับผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อนอยู่ในระดับมากทั้งคู่ ประกอบด้วย ผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 ผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 ค่าสถิติทดสอบ $F = 1.89$ และ $Sig. = 0.16$ ซึ่งมากกว่า $\alpha(0.05)$ ซึ่งสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองของผู้มารับบริการมีคุณภาพที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4. สมรรถภาพในการให้บริการความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหา

ระดับความพึงพอใจด้านสมรรถภาพในการให้บริการความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ไขปัญหาบริการของผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อนกับผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อนอยู่ในระดับมากทั้งคู่ ผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91 ผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.99 ค่าสถิติทดสอบ $F = 0.257$ และ $Sig. = 0.61$ ซึ่งมากกว่า $\alpha(0.05)$ ซึ่งสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการด้านสมรรถภาพในการให้บริการความสามารถช่วยผู้มารับบริการแก้ปัญหามีคุณภาพที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5. ด้านอัยาศัยไมตรี

ระดับความพึงพอใจด้านอัยาศัยไมตรีของผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อนกับผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อนอยู่ในระดับมากทั้งคู่ ผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 ผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.05 ค่าสถิติทดสอบ $F = 0.03$ และ $Sig. = 0.85$ ซึ่งมากกว่า $\alpha(0.05)$ ซึ่งสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการมีคุณภาพด้านอัยาศัยไมตรีมีคุณภาพที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

6. ด้านความน่าเชื่อถือ

ระดับความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือของผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อนกับผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อนอยู่ในระดับมากทั้งคู่ ผู้ไม่เคยทำวีซ่ามาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95 ผู้ที่เคยทำวีซ่ามาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.02 ค่าสถิติทดสอบ $F = 2.80$ และ $Sig. = 0.09$ ซึ่งมากกว่า $\alpha(0.05)$ ซึ่งสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการมีคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือมีคุณภาพที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

7. ด้านความปลอดภัย

ระดับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยของผู้ไม่เคยทำวิชำมาก่อนกับผู้ที่เคยทำวิชำมาก่อนอยู่ในระดับมากทั้งคู่ ผู้ไม่เคยทำวิชำมาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 ผู้ที่เคยทำวิชำมาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 ค่าสถิติทดสอบ $F = 1.10$ และ $\text{Sig.} = 0.29$ ซึ่งมากกว่า $\alpha(0.05)$ ซึ่งสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการมีคุณภาพด้านความปลอดภัยมีคุณภาพที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

8. ด้านการเข้าถึงบริการ

ระดับความพึงพอใจด้านการเข้าถึงบริการของผู้ไม่เคยทำวิชำมาก่อนกับผู้ที่เคยทำวิชำมาก่อนอยู่ในระดับมากทั้งคู่ ผู้ไม่เคยทำวิชำมาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.07 ผู้ที่เคยทำวิชำมาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.99 ค่าสถิติทดสอบ $F = 0.03$ และ $\text{Sig.} = 0.84$ ซึ่งมากกว่า $\alpha(0.05)$ ซึ่งสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการมีคุณภาพด้านการเข้าถึงบริการมีคุณภาพที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

9. ด้านการติดต่อสื่อสาร

ระดับความพึงพอใจด้านการติดต่อสื่อสารของผู้ไม่เคยทำวิชำมาก่อนกับผู้ที่เคยทำวิชำมาก่อนอยู่ในระดับมากทั้งคู่ ผู้ไม่เคยทำวิชำมาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 ผู้ที่เคยทำวิชำมาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.99 ค่าสถิติทดสอบ $F = 0.03$ และ $\text{Sig.} = 0.84$ ซึ่งมากกว่า $\alpha(0.05)$ ซึ่งสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการมีคุณภาพด้านการเข้าถึงบริการมีคุณภาพที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

10. ด้านความเข้าใจลูกค้า

ระดับความพึงพอใจด้านความเข้าใจลูกค้าของผู้ไม่เคยทำวิชำมาก่อนกับผู้ที่เคยทำวิชำมาก่อนอยู่ในระดับมากทั้งคู่ ผู้ไม่เคยทำวิชำมาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 ผู้ที่เคยทำวิชำมาก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.00 ค่าสถิติทดสอบ $F = 1.20$ และ $\text{Sig.} = 0.27$ ซึ่งมากกว่า $\alpha(0.05)$ ซึ่งสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการมีคุณภาพด้านความเข้าใจลูกค้ามีคุณภาพที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรกำหนดนโยบายด้านการตอบสนองต่อผู้บริโภคเพื่อให้การให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและให้บริการอย่างรวดเร็วเพิ่มมากขึ้น

2. ควรกำหนดนโยบายด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการและมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านมาตรฐานความปลอดภัยในการทำงานให้กับผู้ใช้บริการได้รับทราบเพื่อให้ศูนย์ยื่นชำระประเทศอิตาลีมีภาพลักษณ์ที่มีความพร้อมในการให้บริการและสร้างความเชื่อมั่นและพึงพอใจให้ลูกค้าที่มารับบริการได้มากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอเชิงปฏิบัติการ

1. ควรจัดการปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการให้ลดความยุ่งยากซับซ้อนในการให้บริการเพื่อรวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า เช่น ระบบการจองคิวใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตที่ลูกค้าสามารถนัดวันและเวลาในการใช้บริการได้ล่วงหน้าเพื่อให้เกิดการรอคอยใช้บริการน้อยลง

2. ควรมีการปรับปรุงสถานที่ภายในศูนย์ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่านี้ เช่น มีทีวี LCD เพื่อให้ลูกค้าได้นั่งชมระหว่างเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าท่านอื่นเพื่อไม่ให้ลูกค้าที่รอคิวเกิดความเบื่อหน่าย สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าที่มารับบริการ

5.3.3 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ยื่นขอวีซ่าประเทศอิตาลีในเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

2. ควรความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ยื่นวีซ่าในศูนย์บริการอื่น ๆ ทั่วประเทศ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของศูนย์ยื่นวีซ่าทั่วประเทศ

บรรณานุกรม

- กรรณรัตน์ วิทยาภิตติพงษ์. (2551). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในสังกัด เขตนนทบุรี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร).
- กัลยา สร้อยสิงห์. (2559). ความคาดหวัง และการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ โรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. วารสารดุสิตธานี, (10)1 : 216-238.
- เกรียงไกร นันทวัน. (2546). ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อการบริการของการไฟฟ้านครหลวง เขต คลองเตย . (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขากิจการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต).
- ชนิดา วันวงษ์. (2544). ความพึงพอใจของผู้โดยสารการบินไทยต่อการให้บริการของแผนก สอบถามและรับรองที่นั่ง. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม ภาควิชาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ณรงค์ชัย แต่ประเสริฐ. (2553). คุณภาพการบริการของห้างทองเยาวราช 1999 ตลาดบางชัน อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์).
- ณัด วันมณี. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรสาขาสะเมิง จังหวัด เชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ทรวงทิพย์ วงศ์พันธุ์. (2541). คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการในงานผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐ จังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารโรงพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล).
- ธราธร ไพพงษ์. (2550). ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของคลินิก นายแพทย์ธนสิทธิ์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- พฤษ สิงหรรกิจ. (2544). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม).

บรรณานุกรม (ต่อ)

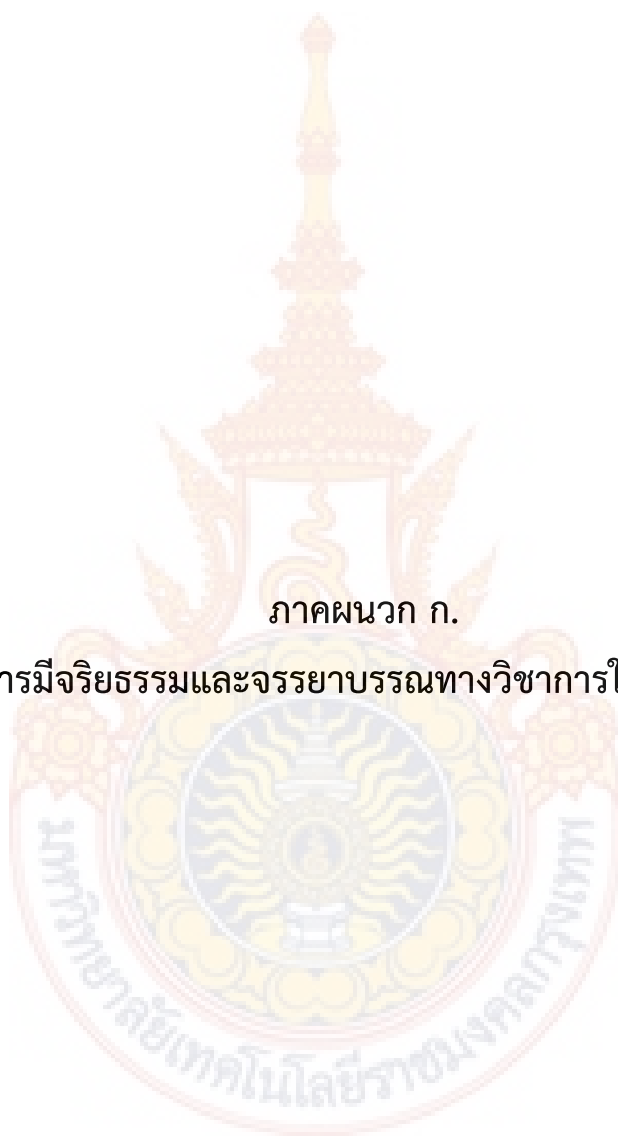
- เพ็ญภา จรัสพันธ์. (2557). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าจีเนท โมบาย เซอร์วิสเซ็นเตอร์ จันทบุรี**. (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยบูรพา).
- รทร มานูพิรพันธ์. (2556). **ความพึงพอใจในการวางแผนการเงินด้วยการทำประกันชีวิตแบบบำนาญ**. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- วิสาข ลายชื่น. (2548). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัทหลักทรัพย์ไทยใน จังหวัดเชียงใหม่**. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2539). **คุณภาพในงานบริการ**. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริม เทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: อีฟพลม และไซเทกซ์.
- สุนนา อยู่โพธิ์. (2532). **หลักการบริการ**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- อนง สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดุลพัฒน์กิจ. (2548). **จิตวิทยาบริการ Service Psychology**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อุดุลพัฒน์กิจ.
- อุไรวรรณ จันทเจริญวงษ์. (2555). **คุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ในอำเภอบางกระดี่ จังหวัดนนทบุรี**. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์).
- Getzels, J. W. (1968). Educational administration as a social process: Theory, research, practice. Harper & Row.
- Hornby, G. (2000). Improving parental involvement. Educational Review, 63(1), 37-52.
- Lock, E.A. (1984). A motivational technique that works. NJ : Prentice-Hall.
- Parasuraman, A. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. the Journal of Marketing, 41-50.
- Shelly, M.W. (1975). Responding to social change. Strondsburg : Hutohison& Rose.
- White, P. L. & Abel, S. A. (1995). On the cosmological domain wall problem for the minimally extended supersymmetric standard model. Nuclear Physics B, 454(3), 663-681.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.

แบบรับรองการมีจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการในการทำวิทยานิพนธ์



แบบรับรองการมีจรรยาบรรณในการทำวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพมีคุณภาพ และมาตรฐานตามหลักวิชาการมหาวิทยาลัยฯได้กำหนดให้นักศึกษาทุกคนปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณนักวิจัย9ข้อตามที่สภาวิจัยแห่งชาติกำหนดซึ่งประกอบไปด้วย

จรรยาบรรณนักวิจัย9ข้อตามที่สภาวิจัยแห่งชาติกำหนด

1. นักวิจัยต้องซื่อสัตย์และมีคุณธรรมในทางวิชาการและการจัดการนักวิจัยต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเองไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่นต้องให้เกียรติและอ้างถึงบุคคลหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำมาใช้ในงานวิจัยต้องซื่อตรงต่อการแสวงหาทุนวิจัยและมีความเป็นธรรมเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

2. นักวิจัยต้องตระหนักถึงพันธกรณีในการทำงานวิจัยตามข้อตกลงที่ทำไว้กับหน่วยงานที่สนับสนุนการวิจัยและต่อหน่วยงานที่ตนสังกัดนักวิจัยต้องปฏิบัติตามพันธกรณีและข้อตกลงการวิจัยที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายยอมรับร่วมกันอุทิศเวลาทำงานวิจัยให้ได้ผลดีที่สุดและเป็นไปตามกำหนดเวลา มีความรับผิดชอบไม่ละทิ้งงานระหว่างดำเนินการ

3. นักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาการที่ทำวิจัยนักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาการที่ทำวิจัยอย่างเพียงพอและมีความรู้ความชำนาญหรือมีประสบการณ์เกี่ยวเนื่องกับเรื่องที่ทำวิจัยเพื่อนำไปสู่งานวิจัยที่มีคุณภาพและเพื่อป้องกันปัญหาการวิเคราะห์การตีความหรือการสรุปที่ผิดพลาดอันอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่องานวิจัย

4. นักวิจัยต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ศึกษาวิจัยไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีชีวิตหรือไม่มีชีวิต นักวิจัยต้องดำเนินการด้วยความรอบคอบระมัดระวังและเที่ยงตรงในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคนสัตว์พืชศิลปวัฒนธรรมทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมมีจิตสำนึกและมีปณิธานที่จะอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

5. นักวิจัยต้องเคารพศักดิ์ศรีและสิทธิของมนุษย์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัยนักวิจัยต้องไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ทางวิชาการจนละเลยและขาดความเคารพในศักดิ์ศรีของเพื่อนมนุษย์ต้องถือเป็นภาระหน้าที่ที่จะอธิบายจุดมุ่งหมายของการวิจัยแก่บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยไม่หลอกลวงหรือบีบบังคับและไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

6. นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิดโดยปราศจากอคติในทุกขั้นตอนของการทำวิทยานิพนธ์นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิดต้องตระหนักว่าอคติส่วนตัวหรือความลำเอียงทางวิชาการอาจส่งผลให้มีการบิดเบือนข้อมูลและข้อค้นพบทางวิชาการอันเป็นเหตุให้เกิดผลเสียหายต่องานวิจัย

7. นักวิจัยพื้่นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางที่ชอบนักวิจัยพื้่นเผยแพร่ผลงานวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการและสังคมไม่ขยายผลข้อค้นพบจนเกินความเป็นจริงและไม่ใช้ผลงานวิจัยไปในทางมิชอบ

8. นักวิจัยพื้่นเคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้อื่นนักวิจัยพื้่นมีใจกว้างพร้อมที่จะเปิดเผยข้อมูลและขั้นตอนการวิจัยยอมรับฟังความคิดเห็นและเหตุผลทางวิชาการของผู้อื่นและพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขงานวิจัยของตนให้ถูกต้อง

9. นักวิจัยพื้่นมีความรับผิดชอบต่อสังคมทุกระดับนักวิจัยพื้่นมีจิตสำนึกที่จะอุทิศกำลังสติปัญญาในการทำวิจัยเพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการเพื่อความเจริญและประโยชน์สุขของสังคมและมวลมนุษยชาติ

ข้าพเจ้านายเสกสิทธิ์ ทองมาก นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รหัสนักศึกษา 56805141021-1ซึ่งเป็นผู้ทำวิทยานิพนธ์เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ย่นวิชา ประเทศอิตาลี ด้วยตัวแบบคุณภาพการบริการ ได้ทราบและปฏิบัติตามหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณที่กำหนดไว้ทุกประการข้าพเจ้าทราบดีว่าการให้ข้อความอันเป็นเท็จและการละเมิดหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณนักวิจัยอาจนำมาสู่การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษาหรือถูกเพิกถอนปริญญา

(ลงชื่อ).....

(นายเสกสิทธิ์ ทองมาก)

ผู้ทำวิทยานิพนธ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ภาคผนวก ข.
แบบสอบถามงานวิจัย



การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า อิตาลี

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จัดทำเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์ยื่นวีซ่า ขอความกรุณาท่านโปรดตอบแบบสอบถามดังนี้ 1 ข้อมูลทั่วไป 2 ประสิทธิภาพในการใช้บริการ 3 ความคาดหวังที่มีต่อการรับบริการ และ ระดับความพึงพอใจผู้ให้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้และขอกราบขอบพระคุณ ณ. โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป: คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐

1. เพศ
☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ
☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 21-30 ปี ☐ 31-40 ปี ☐ 41-50 ปี ☐ 50 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพสมรส
☐ โสด ☐ สมรส ☐ หม้าย ☐ หย่า ☐ แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรีโท ☐ ปริญญาเอก
5. อาชีพ
☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณ
6. รายได้
☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 15,000-30,000 ☐ 30,001 -50,000
☐ 50,001 -80,000
☐ สูงกว่า 80,000 บาท

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพ

1. ท่านเคยยื่นของวีซ่ามาก่อนหรือไม่
☐ ไม่เคย ☐ เคย หากเคยประเทศใด 1)..... 2).....

2. วิธีการยื่นขอวีซ่า

☐ จ้างบริษัททัวร์ดำเนินการด้านเอกสาร ☐ จัดเตรียมเอกสารด้วยตนเอง อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 3 การวัดความพึงพอใจผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า VFS: โปรดให้คะแนนระดับความพอใจต่อการรับบริการศูนย์ยื่นวีซ่า VFS ดังนี้ คะแนน 1= น้อยที่สุด 2=น้อย 3=ปานกลาง 4= มาก 5 มากที่สุด
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของท่าน

การวัดความคาดหวังของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า VFS	ความคาดหวังต่อการบริการ น้อย → มาก					ความพึงพอใจ การบริการจริง น้อย → มาก				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ										
1. สถานที่ตั้งสะดวก	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. สถานที่สะอาด	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม TV ห้องรับรอง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. บริการเสริม บริการถ่ายเอกสาร เครื่องถ่ายรูป	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ										
1. มีข้อมูลแสดงขั้นตอน เอกสารที่ใช้แจ้งประชาสัมพันธ์ อย่างเป็นระบบ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. ได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดไว้	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. การพิจารณาตรวจสอบเอกสารเป็นไปตามหลักเกณฑ์ และระเบียบปฏิบัติที่แจ้งไว้	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. การบริการที่ตรงตามความต้องการของผู้มารับบริการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
การตอบสนองผู้มารับบริการ										
1. การให้ข้อมูลแก่ผู้มารับบริการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. มีแบบฟอร์มในการกรอกข้อมูลให้ผู้มารับบริการแต่ละ ความต้องการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขบวนการเอกสารขอวีซ่าต่างๆ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

การวัดความคาดหวังของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า VFS	ความคาดหวังต่อการบริการ น้อย → มาก					ความพึงพอใจ การบริการจริง น้อย → มาก				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
สมรรถภาพในการให้บริการ ความสามารถช่วยผู้มารับบริการ แก้ไขปัญหา										
1. ความสามารถในการช่วยแก้ไขปัญหาแก่ผู้มารับบริการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. ทักษะการให้บริการของพนักงาน เช่น การตอบข้อซักถาม	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. ความสามารถทางการสื่อสารที่ชัดเจน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
อริยาไยไมตรี										
1. ความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. ความสุภาพในการให้บริการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. ความเป็นมิตร	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ความน่าเชื่อถือ										
1. มีระบบคิวที่แสดงลำดับการให้บริการก่อนหลัง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. ได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดไว้	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. มีช่องทางให้ผู้ลูกค้าร้องเรียน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. การปฏิบัติต่อผู้มารับบริการอย่างเสมอภาค	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ความปลอดภัย										
1. การเก็บรักษาข้อมูล	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. การคัดแยกเอกสารของผู้สมัครแต่ละสัญชาติ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. การกรอกและตรวจสอบข้อมูลบุคคลในการยื่นเอกสาร	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
การเข้าถึงบริการ										
1. มีเว็บไซต์ในการให้บริการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. มีขบวนในการแสดงการรับบริการอย่างชัดเจน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. มีเคาน์เตอร์ในการให้บริการหลายช่องทางการให้บริการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
การติดต่อสื่อสาร										
1. มีข้อมูลวิธีการกรอกเอกสารแบบฟอร์ม	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. พนักงานมีความสามารถสื่อสารได้หลายภาษา	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. มีการสื่อสารที่ชัดเจนใช้ระดับภาษาที่ ชัดเจน เข้าใจง่าย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

การวัดความคาดหวังของผู้ใช้บริการศูนย์ยื่นวีซ่า VFS	ความคาดหวังต่อ การบริการ น้อย → มาก					ความพึงพอใจ การบริการจริง น้อย → มาก				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ความเข้าใจลูกค้า										
1. การให้บริการโดยรวมของศูนย์ยื่นวีซ่า	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. ได้รับบริการที่ตรงตามความต้องการของผู้มารับบริการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. การให้บริการด้วยความอดทน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

1. ในภาพรวมจากการรับบริการครั้งนี้ท่านให้ระดับคะแนนเท่าใด

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

2. คุณภาพการบริการจริงครั้งนี้ท่านให้ระดับคะแนนเท่าใด

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

3. คุณค่ากับบริการที่ท่านได้รับเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่ายที่ท่านเสียไป

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

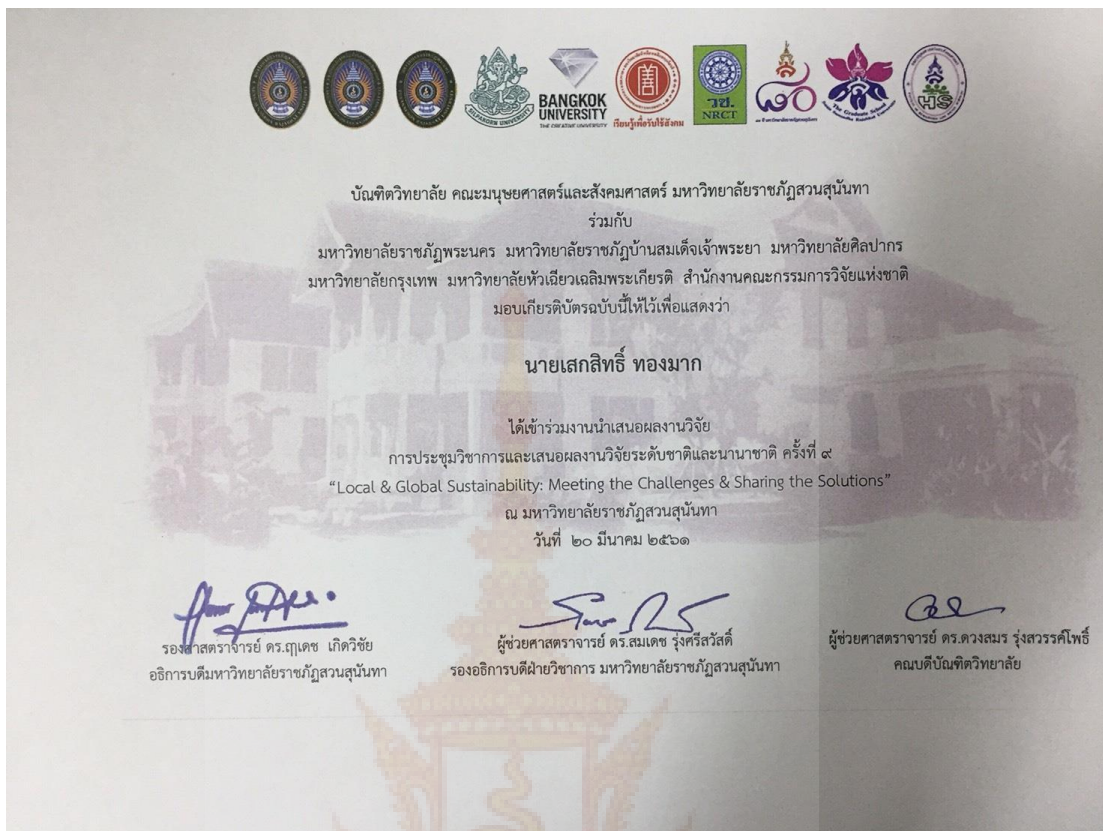
4. ในการรับบริการครั้งนี้ท่านรู้สึกไม่พึงพอใจการบริการประเด็นใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ คุณภาพการบริการที่ได้รับไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง
- ☐ ขอเอกสารเพิ่มเติมที่แจ้งไว้บนหน้าเว็บไซต์
- ☐ ขั้นตอนการตรวจสอบเอกสารยุ่งยากมีหลายขั้นตอน
- ☐ ใช้เวลาในการตรวจเอกสารนานเกินไป
- ☐ สถานที่
- ☐ ความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่
- ☐ ความเป็นมิตรของผู้ให้บริการ
- ☐ การให้ข้อมูลและความช่วยเหลือ



ภาคผนวก ง

ผลการนำเสนองานวิจัย Conference



ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ นามสกุล

เสกสิทธิ์ ทองมาก

เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ

061-602-5319

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2552

การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ, มหาวิทยาลัยสยาม.

