

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้และความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี” ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)
3. แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้
4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
6. ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะ

การให้บริการสาธารณะ (Public Services Delivery) มีนักวิชาการหลายท่านให้แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะไว้ ซึ่งจะขอนำมากล่าวถึงในที่นี้ คือ

ประยูร กาญจนดุล² กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะไว้ ดังนี้

1. บริการสาธารณะเป็นกิจกรรมที่อยู่ในอำนาจการหรือในความควบคุมของรัฐ
2. บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน
3. การจัดระเบียบและวิธีดำเนินการบริการสาธารณะย่อมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

เพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย การให้บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจและโดยสม่ำเสมอ ไม่มีการหยุดชะงัก ประชาชนและเอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

²ประยูร กาญจนดุล, กฎหมายปกครองพระนคร (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2491), น. 10 - 11.

เทพศักดิ์ บุญรัตนพันธ์³ ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่า หมายถึง การที่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสาธารณะ ซึ่งอาจจะเป็นของรัฐหรือเอกชน มีหน้าที่ในการส่งต่อการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวม การให้บริการสาธารณะจึงมีลักษณะที่เป็น “ระบบ” มีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ส่วน คือ

1. สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ
2. ปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากร
3. กระบวนการและกิจกรรม
4. ผลผลิตหรือตัวบริการ
5. ช่องทางการให้บริการ
6. ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

นิลุบล เพ็งพานิช⁴ ได้กล่าวถึง การให้บริการสาธารณะว่าเป็นกระบวนการที่เคลื่อนไหวในลักษณะที่เป็นพลวัตร ทั้งนี้ระบบการให้บริการที่ดีนั้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อส่วนงานที่รับผิดชอบได้ใช้ทรัพยากร และก่อให้เกิดผลผลิตการบริการเป็นไปตามแผนงานซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นการใช้แนวทางการศึกษาในวิธีคิดเชิงระบบ (System Approach) คือ ส่วนงานที่มีหน้าที่ด้านการให้บริการใช้ปัจจัยนำเข้าสู่กระบวนการผลิต และได้ผลผลิตหรือบริการ (Output) ทั้งนี้กระบวนการทั้งหมดจะต้องอยู่ภายในแผนงานที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้การประเมินผลงานจะช่วยทำให้รู้ถึงผลผลิตหรือบริการที่ได้ ว่าเป็นอย่างไร อันเป็นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) เพื่อเป็นปัจจัยนำเข้าต่อไป ดังนั้นการให้บริการสาธารณะจึงเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

³เทพศักดิ์ บุญรัตนพันธ์, “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิผลของการนำนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติ: กรณีศึกษาสำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ดุสิตวิทยานิพนธ์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2536), น. 13.

⁴นิลุบล เพ็งพานิช, “ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2539), น. 24.

มิลเลตต์ (Millett)⁵ ได้กล่าวไว้ว่า เป้าหมายของการให้บริการสาธารณะ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยได้สรุปเป้าหมายที่เป็นที่นิยมมากที่สุดที่ผู้ปฏิบัติต้องยึดไว้เสมอ ในหลักการ 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐ ที่มีฐานความคิดที่ว่า ทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกัน ในแง่มุมของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกัน การให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการให้บริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงต่อเวลา ผลการปฏิบัติงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลยถ้าไม่ตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการที่เหมาะสม ความเสมอภาคและความตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดตามความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงพอสรุปได้ว่า การให้บริการสาธารณะ เป็นระบบการให้บริการในฐานะหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสาธารณะ ซึ่งอาจเป็นหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ที่มีหน้าที่ในการส่งต่อการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนอง

⁵ John D. Millett, Management in the Public Service: The best for Effective Performance (New York: McGraw - Hill Book, 1954), p. 397, อ้างถึงใน เทพศักดิ์ บุญรัตน์, “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิภาพของการนำนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติ: กรณีศึกษาสำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร,” น. 14.

ตอบความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวม ดังนั้นศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี จึงควรใช้แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะเป็นหลัก ในการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาว่าศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีมีหลักในการให้บริการตามแนวคิดนี้หรือไม่

แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)

ชูวงศ์ ฉายะบุตร⁶ ได้ให้ความหมายของการบริการประชาชนแบบเบ็ดเสร็จว่า หมายถึง การอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนที่มาติดต่อกันในลักษณะที่สมบูรณ์และครบถ้วน เพื่อให้เสียเวลาน้อยที่สุด แต่สามารถได้รับบริการทุกอย่างที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน

การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จนี้ แบ่งออกเป็นสาระสำคัญ 4 ประการ ในประการแรก กำหนดให้มีการบริการประชาชนในสถานที่แห่งเดียว เพื่อเป็นศูนย์กลางด้านการให้บริการทุกอย่างที่เกี่ยวข้อง ประการที่สอง ต้องยึดหลักที่ว่า ผู้ไปติดต่อราชการได้รับบริการเสร็จสิ้นในคราวเดียวกัน ไม่ต้องกลับมาติดต่อซ้ำซ้อน ประการที่สาม การให้บริการต้องมีความสัมพันธ์และผสมผสานอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีที่งานบริการต่าง ๆ ไม่อาจทำให้เสร็จได้ภายในวันเดียว จะต้องมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติอย่างรัดกุม เหมาะสม ตลอดจนต้องชี้แจงผู้มาติดต่อให้ทราบอย่างชัดเจนว่าจะต้องดำเนินการอย่างไร เพื่อการมาติดต่อขอรับบริการในคราวต่อไป ประการสุดท้าย ระยะเวลาที่ประชาชนใช้ในการติดต่อขอรับบริการต้องน้อยที่สุด ดังนั้นแนวทางในการให้บริการประชาชนแบบเบ็ดเสร็จ จึงเป็นการสร้างระบบการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ให้เกิดประสิทธิภาพ โดยเน้นความต้องการของประชาชนให้ได้รับบริการด้วยความพึงพอใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้⁷

สินี เจริญพจน์⁸ ได้ศึกษาและอธิบายถึงคำว่า ศูนย์รวมบริการ ที่รู้จักกันแพร่หลายว่าคือ การบริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ซึ่งรัฐบาลมาเลเซียริเริ่มจัดทำขึ้นมาสืบกว่าปีที่แล้ว เพื่ออำนวยความสะดวก

⁶ชูวงศ์ ฉายะบุตร, “การบริการประชาชนแบบเบ็ดเสร็จ,” เทศภิบาล 85(2536): 5.

⁷อุดมพร สุคนธฉายา, “ประสิทธิผลของการให้บริการประชาชนแบบศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ: กรณีศึกษาประชาชนผู้มาขอรับบริการ สำนักงานเขตหลักสี่กรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2547), น. 22 - 23.

⁸สินี เจริญพจน์, “การปรับปรุงประสิทธิภาพราชการ: ประสบการณ์จากมาเลเซีย,” วารสารข้าราชการ 41(ม.ค - ก.พ.2539):5 - 10.

ความสะดวกให้แก่ประชาชนในการติดต่อกับทางราชการ ให้สามารถใช้บริการด้านต่าง ๆ ของรัฐ ได้หลาย ๆ อย่างในคราวเดียวกัน โดยได้จัดศูนย์รวมการให้บริการไว้ในจุดต่าง ๆ ที่ประชาชน สะดวกในการติดต่อ โดยในแต่ละศูนย์จะสามารถให้บริการแก่ประชาชนได้หลายประเภท ซึ่งแนว ความคิดเรื่องบริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จนี้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ปัจจุบันจึงมีศูนย์ ที่ให้ บริการในลักษณะนี้หลายประเภท ดังต่อไปนี้

One Stop Bill Payment Centres เป็นศูนย์บริการรับชำระเงินค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งโดยมากจะเป็นค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เหมือนอย่างเช่นธนาคาร ต่าง ๆ ในบ้านเราเปิดบริการด้านนี้ แต่ว่าที่มาเลเซียนั้นเป็นหน่วยงานของรัฐร่วมมือกันให้บริการ ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์ องค์การโทรศัพท์ การประปา การไฟฟ้า และเทศบาล เป็นต้น ฉะนั้นเมื่อ จะต้องจ่ายค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น คนมาเลเซียก็จะไปที่ทำการไปรษณีย์ใกล้บ้าน หรือไปที่สำนักงานเทศบาล หรือสำนักงานประปาแล้วแต่สะดวก ก็จะสามารถจ่ายบิลค่าใช้จ่ายที่ วามมาได้ทั้งหมด

Public Service Network เป็นการทำงานโดยการใช้คอมพิวเตอร์มาช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในด้านการต่อทะเบียนรถ ต่อทะเบียนใบขับขี่ ต่ออายุใบทะเบียน ประกอบการค้า ฯลฯ โดยรัฐบาลมาเลเซียได้ติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ที่ทำการไปรษณีย์ทุกแห่ง ด้วยเหตุผลว่าไปรษณีย์มีอยู่ทั่วไปจึงสะดวกแก่ประชาชนในการติดต่อ นอกจากนี้การให้บริการ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ช่วยนี้ยังทำได้รวดเร็วกว่าและผู้ที่มาติดต่อสามารถใช้บริการหลายด้านได้ โดยการมาติดต่อเพียงครั้งเดียว โครงการนี้นับว่าเป็นผลสำเร็จและได้รับความนิยมแพร่หลาย

One Stop Licensing Centre เป็นโครงการที่พยายามลดระยะเวลาและเพิ่มการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการติดต่อขอจดทะเบียนการประกอบการต่าง ๆ ของ Customs and Excise Department ซึ่งจะต้องเสียภาษีตามกฎหมายภาษีอากรที่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานนี้ ซึ่งแต่เดิมก่อนจะมี One Stop Licensing Centre ผู้ประกอบการจะต้อง ผ่านกระบวนการดำเนินการหลายขั้นตอน หลายกองงานกว่าจะได้รับใบอนุญาต แต่เมื่อ มี One Stop Licensing Centre ก็สามารทำได้รวดเร็ว โดยผู้ประกอบการ ไม่ต้องวิ่งไปตามเรื่องตาม กองต่าง ๆ แต่สามารถติดต่อได้ที่ One Stop Licensing Centre แห่งใดแห่งหนึ่ง

One Stop Investment Centre เกิดจากแนวคิดที่จะสนับสนุนการลงทุนด้วยการอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลข่าวสารที่จะเป็นประโยชน์ต่อการลงทุนและอำนวยความสะดวกในการขอจดทะเบียนลงทุนในโครงการต่าง ๆ ของนักลงทุน โดยนักลงทุนไม่ต้องเดินทางไปติดต่อยังหน่วยงานหลาย ๆ แห่งที่เกี่ยวข้อง แต่สามารถทำทุกอย่างได้ในสถานที่แห่งเดียว

One Stop Counter Service เป็นการรวมกลุ่มให้บริการด้านต่าง ๆ ของรัฐให้อยู่ในอาคารเดียวกัน เช่น งานสวัสดิการสังคม งานโยธาธิการ งานระบายน้ำและงานทะเบียนราษฎร เป็นต้น โดยยึดแนวคิดที่จะอำนวยความสะดวกให้บริการแก่ประชาชนในหลาย ๆ เรื่อง ภายใบบริการเดียวกัน

เป้าหมายการบริการประชาชนของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ มีดังนี้⁹

“เป้าหมายความสะดวก การให้บริการของรัฐ” นั้น จะต้องมีความสะดวก ถ้าต้องการจัดระบบของการให้บริการของรัฐที่ไม่สะดวก ประชาชนต้องเดินทางมา ต้องเช่ารถมา ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากขึ้นเป็นเงาตามตัว ทำอย่างไรจึงจะสะดวก หลักในความสะดวก คือ ประชาชนพร้อมจะปฏิบัติอยู่แล้ว แต่ประชาชนไม่สะดวก ดังนั้นการปรับปรุงระบบ การให้บริการต้องเน้นความสะดวกเป็นหลัก เพราะถ้าประชาชนสะดวก ประชาชนก็ยินดีทำตาม

“เป้าหมายความรวดเร็วในการให้บริการ” บริการทุกประเภทถ้าไม่สะดวก และรวดเร็ว ปัญหาของเบี้ยไ้รายทางก็ตามมา

“เป้าหมายความถูกต้อง” เมื่อรวดเร็วแล้วต้องถูกต้องด้วย เช่น งานทะเบียนราษฎร บางเรื่องรวดเร็ว ก็ต้องมีระบบของความถูกต้องตามมา ตรงนี้ถือว่าเป็นเป้าหมายที่สำคัญ

“เป้าหมายความเสมอภาค” ต้องให้บริการแก่ประชาชนด้วยความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง ทุกคนมีสิทธิได้รับบริการด้วยความเสมอภาคกัน

“เป้าหมายความเป็นธรรม” เมื่อมีระบบของความเสมอภาคแล้ว การให้บริการนั้น ต้องให้เป็นธรรม ผู้มารับบริการต้องได้รับบริการพร้อมกันหรือใกล้เคียงกันตามลำดับ คนมาก่อนต้องได้ก่อน คนมาทีหลังต้องได้ที่หลัง ถ้าเป็นเรื่องเดียวกัน ลักษณะเดียวกันตรงนี้เป็นแนวคิดของความเป็นธรรม

“เป้าหมายความทั่วถึงเข้าถึงประชาชนส่วนใหญ่” ซึ่งความทั่วถึงที่ไม่สามารถทำได้ เป็นเพราะกำลังคนน้อย พื้นที่มาก ชาวบ้านไปมาหาสู่กับทางราชการลำบาก ราชการไปพบประชาชนลำบาก ทำอย่างไรจึงเกิดความทั่วถึง เกิดความเสมอภาคเป็นธรรมได้

“เป้าหมายการประหยัดค่าใช้จ่าย” ลดต้นทุนและประหยัดค่าใช้จ่ายไปพร้อม ๆ กัน เป็น Package

⁹ เรื่องเดียวกัน, น. 8 - 10.

“เป้าหมายการประหยัดเวลา” ประหยัดด้วย 6 - 7 หน่วยงานไปพร้อมกันและให้บริการที่เดียว ประชาชนอยู่กับที่ สามารถรับบริการเสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนดไว้

“เป้าหมายความพอใจ ประทับใจ และมั่นใจ” ประชาชนต้องพอใจ ประทับใจ และมั่นใจในการให้บริการของรัฐ เดิมประชาชนมองภาพภาคราชการไม่ดีนัก งานบริการล่าช้า กว่า จะตรวจสอบความถูกต้องต่าง ๆ ทำให้ล่าช้า การให้บริการไม่เสมอภาค มีการเลือกปฏิบัติ การบริการภาครัฐเสียเวลานาน เสียค่าใช้จ่ายมาก ดังนั้นความพอใจ ความประทับใจ ความมั่นใจจึงเป็นสิ่งสำคัญ

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงสรุปได้ว่า ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี เป็นประเภท One Stop Counter Service คือ เป็นการรวมกลุ่มให้บริการด้านต่าง ๆ ของรัฐให้อยู่ในอาคารเดียวกัน และผสมแบบ Public Service Network เข้าไปด้วย คือ การใช้คอมพิวเตอร์มาช่วยในการดำเนินการ โดยยึดแนวคิดที่จะอำนวยความสะดวกให้บริการแก่ประชาชนในหลาย ๆ เรื่องภายในบริการเดียวกัน และจากหลักการการให้บริการประชาชนในลักษณะเบ็ดเสร็จ ทำให้ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี ยึดหลักการปฏิบัติตามแนวคิดนี้ โดยการสร้างระบบการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ให้เกิดประสิทธิภาพ โดยเน้นหนักด้านความต้องการของประชาชนที่ได้รับบริการด้วยความพึงพอใจ สร้างความเป็นธรรมให้ประชาชนอย่างเสมอภาค จัดการเลือกปฏิบัติ การพัฒนาการบริการของรัฐจะช่วยให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ตลอดจนส่งเสริมการประกอบธุรกิจของเอกชนให้ดำเนินการอย่างคล่องตัวเป็นการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศอีกทางหนึ่ง

แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ (Perception)

ชิฟฟ์แมน และ คานุก (Shiffman and Kanuk)¹⁰ กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกมาเป็นภาพที่มีความหมายและเกิดภาพรวมขึ้นมา เช่น บุคคล 2 คน คนได้รับสิ่งกระตุ้นอย่างเดียวกัน และอยู่ภายใต้เงื่อนไขอย่างเดียวกัน แต่การรับรู้และการรู้จักการตีความหมายของแต่ละบุคคลอาจต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความจำเป็น ค่านิยม และความคาดหวัง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือก โดยที่ตัวแปรเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ของบุคคล

ศิริรัตน์ เสรีรัตน์¹¹ กล่าวถึง การรับรู้และกระบวนการรับรู้ไว้ว่าการรับรู้เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้เลือกสรรการจัดระเบียบ และการตีความหมายข้อมูล เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมายของโลก หรืออาจหมายถึง กระบวนการของความเข้าใจ(การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ ซึ่งหมายความว่า การรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความจำเป็น และอารมณ์ เช่นเดียวกับลักษณะภายนอกของสิ่งกระตุ้น การรับรู้อาจพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ได้รสชาติ และได้รู้สึก

ดังนั้นเมื่อมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจึงนับเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะนำมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ความต้องการข่าวสาร ความอยากรู้ ของมนุษย์จะเพิ่มปริมาณมากขึ้นเกิดเป็น “การรับรู้” ดังนั้นการเปิดรับข่าวสารจึงหมายถึง การแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ของมนุษย์ในชีวิตประจำวันอย่างเป็นขั้นตอน ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ที่มีความต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกันตามลำดับ ดังนี้

¹⁰Leon Shiffman and Leslie Lazar. Kanuk, Consumer Behavior, 3rd ed. (New Jersey: Prentice - Hall, 1978), p.163, อ้างถึงใน วรรัตน์ แพทย์รังษี, “การรับรู้และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการให้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. 23.

¹¹ศิริรัตน์ เสรีรัตน์, การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอส.เอ็ม. เซอร์คิตเพรส จำกัด, 2537), น. 40 - 41.

ขั้นตอนการรับรู้ ตามที่ Klapper ได้กล่าวไว้ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้¹²

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองตอบความต้องการของตน โดยปกติบุคคลจะเลือกใช้สื่อที่เสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและทัศนคติของตนเอง

2. การเลือกสนใจ (Selective Attention) ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจและเลือกรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ และขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว

3. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception and Selective Interpretation) ผู้รับสารจะมีการเลือกรับรู้และตีความหมายของสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ ซึ่งเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับประสบการณ์ หรือทัศนคติความเชื่อของตน

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มที่เลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่มีเนื้อหาตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งในบางครั้งผู้รับสารจะลืมเนื้อหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

ดังนั้นความต้องการและการเลือกรับสารของแต่ละบุคคลจะส่งผลทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันเพื่อให้ได้ข่าวสารที่ตรงกับความสนใจและความต้องการของตน

¹² Joseph T. Klapper, The Effect of Mass Communication (New York: The Free Press, 1960), pp. 5 - 8, อ้างถึงใน ทรงธรรม ทิวงกูรณ์, “การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนายทหารชั้นสัญญาบัตรในสังกัดกองบัญชาการทหารสูงสุดที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ภายในองค์กร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. 18 - 19.

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญเพราะมีผลต่อการรับรู้ การตีความ การเข้าใจของผู้รับสารทั้งสิ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้¹³

1. อายุ (Age) เป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความเป็นผู้มีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล รวมทั้งการได้ตอบสนองต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคลที่มีอายุหรือวัยที่แตกต่างกัน

2. เพศ (Sex) เพศมีความสัมพันธ์ต่อบุคลิกลักษณะจิตใจและอารมณ์ของบุคคล มีตำราทางจิตวิทยาที่สรุปว่าเพศหญิงมักเป็นเพศที่มีอารมณ์อ่อนไหว มองเห็นสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะดูรายละเอียดกับสิ่งต่าง ๆ มีความละเอียดละไมกว่าผู้ชาย อ่อนไหวและมีความเมตตาต่อบุคคลอื่นมากกว่า ด้วยคุณลักษณะดังกล่าวทำให้เพศหญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย

3. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio - Economic Status) อาชีพ รายได้ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัวปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมากและเป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับสื่อรวมทั้งเนื้อหาที่สอดคล้องต่ออาชีพ ความคิด ความเชื่อ และค่านิยม รวมทั้งสถาบันที่คนเหล่านั้นสังกัดอยู่

4. การศึกษา (Education) ความรู้เป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความรู้ สึกนึกคิด ทักษะ และค่านิยมของบุคคลที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ เนื่องจากสถาบันการศึกษา เป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกล้าให้บุคคลเป็นคนที่มีความรู้ความสามารถไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ในการศึกษาเกี่ยวกับระดับการศึกษาของบุคคลนั้นในบางเรื่องอาจไม่ได้ให้ความสำคัญกับระดับการศึกษาในลักษณะของการศึกษาที่เป็นทางการแต่เพียงอย่างเดียวเนื่องจากบุคคลอาจเรียนรู้หรือได้รับการศึกษาจากแหล่งอื่น ๆ ที่ไม่ใช่จากโรงเรียนหรือจากมหาวิทยาลัยก็ได้ เช่น การที่บุคคลได้เรียนรู้และศึกษาจากประสบการณ์ หรือการศึกษานอกระบบ เป็นต้น

¹³กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร (กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. 19 - 20.

ประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร

สื่อแต่ละประเภทย่อมมีผลต่อประสิทธิภาพการรับรู้ของคนแต่ละคนขึ้นอยู่กับความแตกต่างทางปัจจัยของแต่ละคนว่าสื่อประเภทใดจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้ของบุคคลคนนั้นมากกว่ากัน ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายถึงประเภทของสื่อไว้ดังต่อไปนี้

วิลเบอร์ แชมม (Wilbur Schramm)¹⁴ กล่าวว่า ประเภทของสื่อที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก ทักษะและพฤติกรรมของผู้รับสาร ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ช่องสารชนิดหนึ่งอาจทำงานได้ดีกว่าช่องสารอีกชนิดหนึ่งสำหรับภารกิจเฉพาะอย่าง ดังนั้นช่องสารหรือสื่อจึงสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ช่องสารหรือสื่อที่วางแผนและกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้กับช่องสารหรือสื่อที่อยู่เหนือการควบคุม คือ ช่องสารที่มาจากระบบสังคม อาทิ สื่อบุคคล ซึ่งช่องสารทั้ง 2 ประเภทนี้มีบทบาทไม่เหมือนกันในการให้ความรู้หรือจูงใจบุคคล

ปรมะ สตะเวทิน¹⁵ ได้จำแนกสื่อไว้ 3 ประเภท คือ สื่อมวลชน (Mass Media) สื่อบุคคล (Personal Media) และสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

1. สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นสื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเป็นจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันในเวลาอันรวดเร็ว จัดเป็นช่องสารหรือสื่อที่สามารถวางแผนและกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์ คุณสมบัติที่ดีของสื่อมวลชน คือ สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว สามารถให้ความรู้ และข่าวสารแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี และสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นได้

2. สื่อบุคคล (Personal Media) สื่อบุคคลนั้นจัดเป็นช่องสารหรือสื่อที่เกี่ยวข้องกับระบบสังคม หมายถึง ตัวบุคคลที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะการเผชิญหน้าทั้งในรูปของการสนทนาหรือในรูปของการประชุมกลุ่ม ซึ่งการใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารก่อให้เกิด

¹⁴Wilbur Schramm, Communication and Change in the Developing Countries (Honolulu: The University Press of Hawaii, 1972), p. 14, อ้างถึงใน วรรัตน์ แพทย์รังษี, “การรับรู้และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการเคาท์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น,” น. 11.

¹⁵ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 7 (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 50 - 52.

ผลดี คือ สามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ผู้รับได้โดยตรง และสามารถชักจูงใจผู้รับสารได้โดยวิธีการพูดคุยนับแบบกันเอง สามารถทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนให้เข้ากับผู้รับสารเป็นราย ๆ ได้และยังทำให้ทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารได้ทันที

3. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) เป็นสื่อที่ผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ (Print Media) ซึ่งสื่อเฉพาะกิจจัดทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจจึงหมายความว่า ผู้ส่งสารสามารถส่งข่าวสารเฉพาะเรื่องให้กับผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสอดคล้องเหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น ๆ และสื่อเฉพาะกิจยังสามารถทำให้ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจและการลงมือปฏิบัติ ไปในทางที่ผู้ส่งสารต้องการได้

จากแนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ ทำให้ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีนี้มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาเพื่อพิจารณาถึงขบวนการในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้หรือรับบริการภายในศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีว่าสอดคล้องกับขั้นตอนในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามทฤษฎีหรือไม่ โดยมี 4 ขั้นตอนดังนี้คือ การเลือกเปิดรับหรือเลือกใช้ การเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ และการเลือกจดจำและการศึกษาครั้งนี้ จะศึกษาสื่อเพียง 2 ประเภท คือ สื่อบุคคล (Personal Media) กับ สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) เพราะเป็นสื่อที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี ใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับงานบริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ให้ประชาชนผู้มาใช้บริการได้รับทราบ กล่าวคือ สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของศูนย์บริการฯ เจ้าหน้าที่ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี พนักงานคอลล์เซ็นเตอร์ หมายเลขโทรศัพท์ 1130 รวมถึงสมาชิกครอบครัว เพื่อน หรือบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีความรู้และสามารถถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ส่วนสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ป้ายตัวอักษรโลหะหน้าศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จที่ชั้น 2 ป้ายสีส้มตรงบันไดทางขึ้นภายในหน่วยงาน ป้ายโลหะ ตั้งพื้นบอกทิศทางหน้าประตูทางเข้าของหน่วยงาน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่าสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจประเภทใดที่ทำให้ประชาชนผู้มาใช้บริการรู้จักศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมิน (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของตนได้ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นการศึกษาวิธีการที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร เช่น เงิน เวลา บุคลากร เป็นต้น เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการนั้นทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่จะต้องศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค¹⁶

พฤติกรรมและความต้องการในการใช้บริการของลูกค้า

พฤติกรรมและความต้องการในการใช้บริการของลูกค้าจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาด ดังนั้นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า ในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างมากเนื่องจากโลกในยุคโลกาภิวัตน์และรูปแบบชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสามารถสรุปพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้ดังนี้¹⁷

1. ต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็ว ลูกค้าทุกคนต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็ว ประหยัดเวลาที่สุดแม้ว่าจะต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้นก็ยินดีเพื่อให้ได้รับบริการที่สะดวกสบายนั้น
2. เน้นความทันสมัย ปัจจุบันผู้คนใช้ชีวิตในเมืองมากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกสบาย ในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา การรักษาพยาบาล การคมนาคมและความทันสมัยที่มาจากเทคโนโลยี การบริการต่าง ๆ จึงต้องเน้นความทันสมัย ต้องมีการนำอุปกรณ์และสร้างระบบการให้บริการที่ทันสมัยใช้เทคโนโลยีมาช่วย

¹⁶ ฐิตยาพร เสมอใจ, การจัดการและการตลาดบริการ (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซี เอ็ดดูเคชั่น จำกัด, 2547), น. 159 - 161.

¹⁷ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, การตลาดบริการ (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซี เอ็ดดูเคชั่น จำกัด, 2547), น. 81 - 82.

3. เน้นความคุ้มค่า ลูกค้ายึดความคุ้มค่าทั้งในด้านของเงินและเวลาในการตัดสินใจใช้บริการในแต่ละครั้ง เนื่องจากความคุ้มค่าอาจมองในเรื่องของคุณภาพในการบริการหลักและการบริการส่งเสริมการขายอื่น ๆ

4. ต้องการบริการแบบเบ็ดเสร็จ ลูกค้าทุกคนย่อมต้องการบริการแบบครบทุกอย่างในการติดต่อครั้งเดียว (One Stop Service) เพื่อประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่ายในหลายธุรกิจ

ดังนั้นการที่บุคคลจะใช้บริการหนึ่ง ๆ จึงต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ ซึ่งนอกจากความแตกต่างทางลักษณะประชากรศาสตร์แล้ว ยังมีปัจจัยในเรื่องความต้องการในการรับบริการด้วย ดังนี้¹⁸

ความต้องการในการรับบริการ โดยทั่วไปการรับบริการของแต่ละคนนั้นจะมีปัจจัยต่าง ๆ เป็นตัวกระตุ้นหรือสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอันประกอบด้วย

- มีประเภทบริการหลากหลายและครบถ้วน ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
- การให้บริการมีความน่าเชื่อถือ/น่าไว้วางใจ
- รูปแบบการบริการมีความทันสมัย/มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ
- ให้บริการรวดเร็วทันใจ/ไม่ต้องรอนาน/จัดรูปแบบการให้บริการสะดวก
- การคิดอัตราค่าบริการแต่ละประเภทมีความเหมาะสม
- มีกิจกรรมส่งเสริมการขายและโฆษณา
- มีทำเลที่ตั้งสะดวกที่จะมาชำระค่าบริการ
- มีสภาพและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการดี

ดังนั้นผู้รับบริการจะมีพฤติกรรมการเลือกหรือการรับบริการแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการตามความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผล และความจำเป็นของตนเองเกี่ยวกับการเลือกรับบริการต่าง ๆ นอกจากนี้บุคคลย่อมเลือกบริการที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดและได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุดอีกด้วย หมายความว่า ผู้ใช้บริการจะเลือกรับบริการที่ตนเองมีความสะดวกที่สุด ซึ่งอาจจะมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ ความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่าย ระยะทางในการเดินทางและช่วงเวลาที่ให้บริการ ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

จากแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคทำให้ผู้ศึกษาทราบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคลมีผลต่อการรับรู้ การเปิดรับข่าวสารและการเลือกรับบริการด้วย เพราะผู้รับบริการแต่ละคนย่อมมีความแตกต่างกันไปทั้งด้านความต้องการ บุคลิกลักษณะ เหตุผล ความจำเป็น

¹⁸ เรื่องเดียวกัน, น. 82.

ความสะดวก และความพร้อมทำให้ผู้ศึกษาสามารถวางแผนการศึกษได้ชัดเจนขึ้นในเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมในการใช้บริการหรือไม่ และส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจจากการใช้บริการนั้น ๆ หรือไม่

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักนิยามศึกษาใน 2 มิติ คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Services Satisfaction) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามุ่งศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้มารับบริการจากศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรี ซึ่งถือว่าศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จนี้อยู่ในฐานะผู้ให้บริการ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ

พรณี ข.เจนจิต¹⁹ กล่าวถึงความพึงพอใจเป็นเรื่องของความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดหรือสิ่งหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลทำให้แต่ละคนตอบสนองต่อสิ่งเร้าแตกต่างกันไปซึ่งความพึงพอใจมากหรือน้อยของบุคคลมีแนวโน้มที่ขึ้นอยู่กับค่านิยมของคนด้วย ความพึงพอใจมีที่มาจากการอบรมตั้งแต่วัยเด็กและค่อย ๆ ซึมซับจากการเลียนแบบบิดามารดา หรือคนใกล้ชิด โดยไม่ต้องมีผู้บอกหรือสอนเป็นเรื่องของพฤติกรรมการเรียนรู้ ประสบการณ์ การรับการถ่ายทอดความพึงพอใจที่มีอยู่เดิมและจากทางสื่อมวลชน

อิทธิพล อินทมาตย์²⁰ กล่าวถึง ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับในสิ่งที่ต้องการหรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงเมื่อจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนองนั่นเอง

¹⁹พรณี ข.เจนจิต, จิตวิทยาการเรียนรู้การสอน, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: บริษัท คอมแพคท์พริ้นท์ จำกัด, 2538), น. 288.

²⁰อิทธิพล อินทมาตย์, “ความพึงพอใจของประชาชนต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจตามโครงการพัฒนาสถานีตำรวจ “โรงพักเพื่อประชาชน” ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543), น. 14.

วรูม (Vroom)²¹ กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ หมายถึงผลจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นทศนคติด้านบวกจะทำให้เห็นสภาพความพึงพอใจและทศนคติด้านลบจะทำให้เห็นถึงความไม่พึงพอใจ

องค์ประกอบของทศนคติและความพึงพอใจ มีดังนี้²²

1. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นลักษณะด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคล องค์ประกอบทางความรู้สึกนี้มีอยู่ 2 ลักษณะ คือ ความรู้สึกทางบวก ได้แก่ ชอบ พอใจ เห็นใจ และความรู้สึกทางลบ ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่พอใจ กลัว รังเกียจ
2. องค์ประกอบด้านความคิด (Cognitive Component) เป็นการที่สมองของบุคคลรับรู้และวินิจฉัยข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับเกิดเป็นความรู้ ความคิดเกี่ยวกับวัตถุ บุคคลหรือสถานการณ์ขึ้น องค์ประกอบทางความคิดเกี่ยวข้องกับการพิจารณาที่มาของทศนคติว่าถูกหรือผิด ดีหรือไม่ดี
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นความพร้อมที่จะกระทำหรือพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่มาของทศนคติ

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงพอสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบของความรู้สึกของทศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องอธิบายหรือแสดงผลเสมอไปก็ได้ ดังนั้นความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึก (Reactionary Feeling) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้าย (Final Outcome) ของกระบวนการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก (Positive Direction) หรือทิศทางลบ (Negative Direction) หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉย ๆ (Non - Reaction) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้น

²¹Victor Harold. Vroom, Working and Motivation (New York: John Wiley and Sons, 1966) อ้างถึงใน อิทธิพล อินทมาตย์, “ความพึงพอใจของประชาชนต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจตามโครงการพัฒนาศาสนาตำรวจ “โรงพักเพื่อประชาชน” ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอ บางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี,” น. 17.

²²สำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร, “ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการ ให้บริการของกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร,” (รายงานฉบับสมบูรณ์ โดยคณะพัฒนาสังคมร่วมกับสมาคมพัฒนาสังคม, 2538), น. 1 - 5. (อัดสำเนา)

ความพึงพอใจในการรับบริการ

ฉัตรชัย คงสุข²³ มีความเห็นว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นมาตรฐานอีกอย่างหนึ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพของการให้บริการ เพราะการจัดบริการของรัฐมิใช่เพียงทำให้เสร็จไป แต่หมายถึงการให้บริการเป็นอย่างดีเป็นที่พอใจของประชาชนด้วย

เจดศักดิ์ ชีวะก้องเกียรติ²⁴ กล่าวว่า การให้บริการสาธารณะต่าง ๆ นั้น ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่องานบริการมีนัยว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะจะบ่งบอกว่าบริการสาธารณะนั้น ๆ ประสบความสำเร็จหรือไม่มากนักเพียงใด

ปรัชญา เวสารัชช²⁵ กล่าวถึงการให้บริการประทับใจว่า เป็นบริการที่ผู้รับเกิดความประทับใจในสิ่งที่ดี เกิดความสุข ความพอใจ ชื่นชมและอยากใช้บริการอีก แต่ความประทับใจที่เป็นเรื่องความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน อันเนื่องจากความต้องการ ความคาดหวัง ประสบการณ์ และที่สำคัญความประทับใจมิได้เกิดจากการใคร่ครวญให้เหตุผลตามข้อเท็จจริง แต่เกิดจากอารมณ์ ความรู้สึก ดังนั้นการสร้างความรู้สึกประทับใจในการให้บริการจึงเป็นเรื่องของการดำเนินการเพื่อให้กระทบอารมณ์

บราลี จินตสนธิ²⁶ กล่าวว่า ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้²⁶

1. ความถูกต้องของเอกสาร ผู้ให้บริการ การเขียนอย่างถูกต้อง ลายมือสวยงาม

²³ฉัตรชัย คงสุข, “ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกคลังพัสดุ ฝ่ายกฏตาการและโภชนาการภายในประเทศบริษัท การบินไทย จำกัด,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535), น. 23.

²⁴เจดศักดิ์ ชีวะก้องเกียรติ, “ความพึงพอใจในการได้รับบริการของประชาชน ศึกษาเฉพาะงานทะเบียนสำนักงานเขตจตุจักร,” (กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยการปกครองกระทรวงมหาดไทย, 2534), น. 32.

²⁵ปรัชญา เวสารัชช, องค์การกับลูกค้า (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์, 2526), น. 38 - 44.

²⁶บราลี จินตสนธิ, “ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของสำนักทะเบียน : ศึกษาเฉพาะกรณี เทศบาลตำบลหัวหิน ประจวบคีรีขันธ์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2538), น. 5.

2. ระยะเวลาการรอรับบริการ การลดขั้นตอนให้ง่าย ใช้เวลาน้อย และการจัดลำดับก่อนหลังอย่างยุติธรรม และให้บริการอย่างต่อเนื่องรวดเร็ว

3. ความสะดวกด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนทราบว่าต้องนำหลักฐานใดมาบ้างและมีป้ายบอกงานที่ชัดเจน

4. บุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ พุดจาไพเราะ อ่อนหวาน ยิ้มแย้มแจ่มใส

5. ความสะดวกจากอาคารสถานที่ มีที่นั่งรอ ช่องทางเดิน แสงสว่าง มีบริการน้ำดื่ม

6. วิธีปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ต้องมีความกระตือรือร้น

จากที่กล่าวมาผู้ศึกษาจึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการ คือ ความรู้สึกหรือทัศนคติด้านบวกของประชาชนผู้ใช้บริการนั้นเกิดความประทับใจ หรือความรู้สึกที่ดีต่อการบริการนั้น ซึ่งประชาชนต้องได้รับความสะดวกกายสะดวกใจในการรับบริการ กล่าวคือ การมารับบริการต้องได้รับความสะดวกปราศจากข้อสงสัยหรือสับสนในการรับบริการ ได้รับการปฏิบัติจากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเป็นอย่างดีด้วยความรวดเร็ว เรียบร้อย สุภาพ ได้รับความช่วยเหลือชี้แนะ ได้รับการเอาใจใส่เป็นอย่างดี รวมทั้งเกิดความสุขสบายตาเมื่อได้มาใช้บริการ ดังนั้นจากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้ ผู้ศึกษาจึงได้นำมาเป็นกรอบในการศึกษาว่าการให้บริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ(One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี สร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนผู้มาใช้บริการได้ตามแนวคิดทฤษฎีนี้หรือไม่และความพึงพอใจของประชาชนผู้มาใช้บริการสอดคล้องตามแนวคิดทฤษฎีนี้มากน้อยเพียงใด

ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรารัตน์ แพทย์รังษี²⁷ ศึกษา การรับรู้และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อบริการเคาท์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันมีการรับรู้เกี่ยวกับงานบริการของเคาท์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นต่างกัน โดยส่วนใหญ่รู้จักบริการของเคาท์เตอร์เซอร์วิสจากสื่อเฉพาะกิจมากกว่ารู้จักจากสื่อบุคคล และบริการของเคาท์เตอร์เซอร์วิสที่เคยใช้ คือ บริการชำระในกลุ่มค่าสาธารณูปโภค รองลงมาคือ บริการผ่อนชำระในกลุ่มค่างวด และจากการศึกษาผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งสะดวก จำนวนสาขาให้บริการมีมาก และมีความพึงพอใจในระดับมากที่พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและเต็มใจบริการ

วัฒนา ชนะภัย²⁸ ศึกษา ความเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของการไฟฟ้า นครหลวง เขตสมุทรปราการ พบว่า ผู้ใช้ไฟฟ้าแต่ละประเภทมีความพึงพอใจต่อการไฟฟ้า นครหลวง เขตสมุทรปราการ ในด้านการอำนวยความสะดวกในการที่พนักงานหรือตัวแทนไปเรียกเก็บเงินค่ากระแสไฟฟ้าจากผู้ไฟฟ้าที่บ้าน ซึ่งถือว่าเป็นความเต็มใจในด้านบริการด้วยกิริยาและ วาจาสุภาพ อีกทั้งยังพอใจในเรื่องคุณภาพและความเชื่อถือได้ของกระแสไฟฟ้าที่จ่ายให้ เนื่องจาก ไฟตกน้อย ส่วนปัญหาที่พบ คือ ความสะดวกในด้านสถานที่เนื่องจากที่จอดรถน้อย

เจลา การคำ²⁹ ศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่องานบริการของการไฟฟ้า นครหลวง : ศึกษากรณีการไฟฟ้านครหลวงเขตคลองเตย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ในด้านราคาค่าบริการมีความเหมาะสม ความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงินค่าไฟฟ้า โดยเฉพาะ ในเรื่องการหักค่าไฟฟ้าผ่านบัญชีธนาคาร ส่วนปัญหาที่พบ ได้แก่ การให้บริการเดินสายภายในเห็น

²⁷วรารัตน์ แพทย์รังษี, “การรับรู้และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้บริการเคาท์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น,” น. บทคัดย่อ.

²⁸วัฒนา ชนะภัย, “ความเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของการไฟฟ้า นครหลวงเขตสมุทรปราการ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2538), น. 108 - 110.

²⁹เจลา การคำ, “ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่องานบริการของการไฟฟ้า นครหลวง: ศึกษากรณีการไฟฟ้านครหลวงเขตคลองเตย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต หลักสูตรผู้บริหารศาสตร์ (พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2540), น. 70.

ว่ามีราคาค่อนข้างแพง การติดต่อข้อมูลข่าวสารได้รับน้อยมาก ระเบียบขั้นตอนการดำเนินงานมาก ทำให้ล่าช้า และการถูกตัดไฟฟ้าโดยไม่ทราบข้อมูลและรายละเอียด

ดำรงศักดิ์ ตันรัตนกุล³⁰ ศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อการให้บริการของการไฟฟ้าจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านที่อยู่อาศัย ธุรกิจ และอุตสาหกรรม ไม่พึงพอใจต่อการให้บริการของการไฟฟ้าจังหวัดเชียงใหม่ในด้านคุณภาพ ความเชื่อถือได้ของกระแสไฟฟ้าที่จ่ายให้ ความรวดเร็วในการให้บริการ การอำนวยความสะดวก การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานให้บริการ และปัญหาของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทที่อยู่อาศัย ธุรกิจ และอุตสาหกรรมในการรับบริการจากการไฟฟ้าจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาการไม่ได้รับความสะดวกในการบริการ การไม่ได้รับแจ้งข่าวสารค่าใช้จ่ายและค่าธรรมเนียมในการรับบริการแพง กระแสไฟฟ้าขัดข้อง การขอใช้ไฟฟ้าแล้วได้กระแสไฟฟ้าล่าช้า

อุดมพร สุคนธฉายา³¹ ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของการให้บริการประชาชนแบบศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ: กรณีศึกษาประชาชนผู้มาขอรับบริการ ณ สำนักงานเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการบริการแบบศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จโดยรวมอยู่ในระดับมาก และประชาชนมีความพึงพอใจต่อการบริการแบบศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านสถานที่ให้บริการระดับมาก แต่ในด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรประชาชนมีความพึงพอใจต่อการบริการแบบศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในระดับปานกลาง ซึ่งถือว่าการให้บริการประชาชนมีความพึงพอใจต่อการบริการแบบศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จนั้นมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก

เกวลี ทศนัฏช์ และคณะ³² ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา สำนักงานเขต

³⁰ดำรงศักดิ์ ตันรัตนกุล, “ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อการให้บริการของการไฟฟ้าจังหวัดเชียงใหม่,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539), น. บทคัดย่อ.

³¹อุดมพร สุคนธฉายา, “ประสิทธิภาพของการให้บริการประชาชนแบบศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ : กรณีศึกษาประชาชนผู้มาขอรับบริการสำนักงานเขตหลักสี่กรุงเทพมหานคร,” น. บทคัดย่อ.

³²เกวลี ทศนัฏช์ และคณะ, “ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา สำนักงานเขตบางพลัด สำนักงานเขตบางเขน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (ภาคพิเศษ) คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ.

บางพลัด สำนักงานเขตบางเขน พบว่า ความพึงพอใจต่อบริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตทั้งสอง ในภาพรวม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมาก และปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ แต่ เพศ สถานภาพ รายได้ และประสบการณ์ในการทำงาน ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

วีระชัย ศักดิ์จีวะเจริญ และคณะ³³ ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา สำนักงานเขตพระนคร สำนักงานเขตบางกอกใหญ่ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ส่วน อายุ สถานภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และความพึงพอใจต่อการบริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในด้านภาพรวม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมาก โดยเฉพาะในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

กนกแสง ศิลปจารุ³⁴ ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานตามโครงการการให้บริการต่อประชาชนแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) สำนักงานเขตราชเทวี ศึกษาปัญหาในการให้บริการต่อประชาชนแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จและความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการให้บริการต่อประชาชนแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบ Focus Group พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับมาก ปัญหาในการดำเนินงาน คือ ป้ายประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจน ประชาชนคาดหวังกับการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ว่าติดต่อครั้งเดียวแล้วเสร็จสิ้นเลย แต่ในความจริงแล้วอาจมีการติดต่อหลายครั้งขึ้นอยู่กัลักษณะงานที่มาติดต่อ และปัญหาการขัดข้องของเครื่องคอมพิวเตอร์ทำให้ประชาชนเสียเวลากับการ รอคอยนาน

³³วีระชัย ศักดิ์จีวะเจริญ และคณะ, “ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา สำนักงานเขตพระนครสำนักงานเขตบางกอกใหญ่,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (ภาคพิเศษ) คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบัน พัฒนบริหารศาสตร์, 2545), น. 62.

³⁴กนกแสง ศิลปจารุ, “การดำเนินงานตามโครงการการให้บริการต่อประชาชนแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) สำนักงานเขตราชเทวี,” (กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาข้าราชการ, 2545), น. 18 - 20.

เกศฉราภรณ์ สัตยาชัย³⁵ ศึกษา ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยส่วนรวมอยู่ในระดับมาก ในประเด็นการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ฝ่ายที่มาขอใช้บริการสำนักงานเขตที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน แต่ประชาชนที่มาใช้บริการที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการที่แตกต่างกัน

จากการที่ผู้ศึกษาได้ค้นคว้างานวิจัยเหล่านี้มานำเสนอไว้ด้วยนั้นเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรและการตั้งสมมติฐาน เพื่อศึกษาว่าตัวแปรใดมีผลต่อตัวแปรตามใดบ้างเป็นการพิสูจน์ผลของงานวิจัยในครั้งนี้ที่อาจจะมีผลสอดคล้องหรือขัดแย้งกับงานวิจัยต่าง ๆ เหล่านี้รวมทั้งนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ด้วย

³⁵ เกศฉราภรณ์ สัตยาชัย, “ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547), น. บทคัดย่อ.