

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้และความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี” ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาไว้ 4 ประการ คือ เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการ ต่อการรับรู้ พฤติกรรม และความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรี อีกทั้งเพื่อศึกษาผลของการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จต่อการพฤติกรรมการใช้บริการ และผลของพฤติกรรมการใช้บริการต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีของลูกค้าผู้ใช้บริการ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยมีแนวทางการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพียงครั้งเดียว (One - shot case study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close - ended Questions) ที่มีตัวเลือกแบ่งออกเป็น 5 ส่วน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง (Self - administered Questionnaire)

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการนำจำนวนลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีเฉลี่ยต่อเดือน คือ 1,300 คน มาคำนวณตามสูตร Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 310 คน และทำการเก็บข้อมูลในเดือนมกราคม พ.ศ. 2550 ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi - stage Sampling) ซึ่งการสุ่มตัวอย่างมี 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนแรก ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Purposive Sampling) คือ กำหนดสถานที่ในการได้พบกลุ่มตัวอย่าง คือ ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี และขั้นตอนที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี โดยไม่กำหนดลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างโดยนำเสนอเป็นตารางความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ในส่วนที่สองใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานต่าง ๆ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับระดับการวัดของตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้สถิติการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง (t-test) และค่า One-Way ANOVA (F-test) สำหรับกลุ่มตัวแปรที่มากกว่า 2 ตัว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรี เป็นผู้ชายและผู้หญิงในสัดส่วนเท่า ๆ กัน ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนที่ 10,001 - 20,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นลูกค้าผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตบางกอกน้อย

การรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรี ส่วนใหญ่รู้จักศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จจากสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี และรู้จักศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จจากสื่อเฉพาะกิจ คือ ป้ายตัวอักษรโลหะหน้าประตูศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จชั้น 2 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับทราบหรือรู้ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จปีละครั้ง และรู้จักงานบริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ในเรื่องการขอใช้ไฟฟ้ามากที่สุด

พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการส่วนใหญ่ให้บริการปีละครั้ง ในช่วงเวลา 9.01-12.00 น. โดยงานบริการที่มาติดต่อขอใช้มากที่สุด คือ การขอใช้ไฟฟ้า

ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของกลุ่มตัวอย่าง

ผลจากการศึกษา พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก และเมื่อจำแนกความพึงพอใจในการบริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในแต่ละด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านระบบการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมของศูนย์บริการ ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับมากเช่นกัน ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการพอใจในระดับมากทุก ๆ เรื่องโดยประเด็นที่พอใจมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการใช้บริการด้วยความชัดเจน แต่ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในการบริการน้อยที่สุดมี 2 เรื่อง คือ เจ้าหน้าที่ตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย และเจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ สะอาด เหมาะสมเป็นที่น่าเชื่อถือ

ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ด้านระบบการให้บริการ พบว่า การบริการที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในระดับมาก คือ ใช้เวลาในการให้บริการสั้นลง การให้บริการเป็นระเบียบเรียบร้อยกว่าเดิม ระบบการให้บริการมีความต่อเนื่อง ถูกต้อง รวดเร็ว ระบบบัตรคิวที่ให้บริการทำให้ได้รับบริการที่รวดเร็ว มีขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็วกว่าเดิม มีสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ชี้แจงขั้นตอนต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจนเข้าใจง่าย ส่วนการบริการที่ประชาชนพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์มหรือคำร้องแสดงไว้อย่างชัดเจน และมีสื่อที่บอกถึงประเภทงานบริการอย่างชัดเจน

ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ด้านสภาพแวดล้อมภายในศูนย์บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่อง มีแสงสว่างเพียงพอ มีความสะอาดและเป็นระเบียบ มีที่นั่งรอสะดวกสบาย ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีห้องสุขาไว้บริการอย่างเพียงพอและสะอาด มีระบบปรับอากาศในอุณหภูมิที่เหมาะสม และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ

ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของกลุ่มตัวอย่าง

ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ที่พบมากที่สุด คือ ความชัดเจนในการตอบคำถามหรือข้อสงสัย ด้านระบบการให้บริการ ที่พบมากที่สุด คือ ตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์มคำร้อง สำหรับปัญหาและอุปสรรคด้านสถานที่ที่พบมากที่สุด คือ อุณหภูมิและความสะอาดภายในศูนย์บริการ ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์ ที่พบมากที่สุด คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและงานบริการที่มีให้บริการ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีแตกต่างกัน

1.1 เพศที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี ผลการทดสอบ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 อายุที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรี ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.4 อาชีพที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.5 รายได้ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.6 เขตที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรี ผลการทดสอบ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีแตกต่างกัน

2.1 เพศที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี แตกต่างกัน ผลการทดสอบ กลุ่มตัวอย่างชายและหญิงมีความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี ด้านสภาพแวดล้อมของศูนย์บริการแตกต่างกัน แต่ไม่พบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร และ ด้านระบบการให้บริการ

2.2 อายุที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี แตกต่างกัน ผลการทดสอบ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี แตกต่างกัน ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.4 อาชีพที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี แตกต่างกัน ผลการทดสอบ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.5 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี แตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี ในด้านสภาพแวดล้อมของศูนย์บริการแตกต่างกัน แต่ไม่พบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคลากร และด้านระบบการให้บริการ

2.6 เขตที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวง

เขตธนบุรี แตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้า นครหลวงเขตธนบุรี ในด้านสภาพแวดล้อมของศูนย์บริการแตกต่างกัน แต่ไม่พบความแตกต่าง ของความพึงพอใจในด้านบุคลากร และด้านระบบการให้บริการ

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีแตกต่างกัน

3.1 เพศที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี

3.1.1 เพศมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ผลการทดสอบ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.1.2 เพศมีผลต่อช่วงเวลาที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จบ่อยที่สุด ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 อายุที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ(One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี

3.2.1 อายุมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2.2 อายุมีผลต่อช่วงเวลาที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จบ่อยที่สุด ผลการทดสอบ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี

3.3.1 ระดับการศึกษามีผลต่อความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3.2 ระดับการศึกษามีผลต่อช่วงเวลาที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จบ่อยที่สุด ผลการทดสอบ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4 อาชีพที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี

3.4.1 อาชีพมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4.2 อาชีพมีผลต่อช่วงเวลาที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จบ่อยที่สุด ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.5 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี

3.5.1 รายได้ส่วนตัวมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.5.2 รายได้ส่วนตัวมีผลต่อช่วงเวลาที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จบ่อยที่สุด ผลการทดสอบ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.6 เขตที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี

3.6.1 เขตที่อยู่อาศัยมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ผลการทดสอบ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.6.2 เขตที่อยู่อาศัยมีผลต่อช่วงเวลาที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จบ่อยที่สุด ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

4.1 การรับรู้มีผลต่อความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2 การรับรู้มีผลต่อช่วงเวลาที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จบ่อยที่สุด ผลการทดสอบ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีมีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

5.1 ความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีมีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ผลการทดสอบ พบว่า ความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างด้านบุคลากร ด้านระบบการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมภายในศูนย์บริการ

5.2 ช่วงเวลาที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จบ่อยที่สุดมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง ผลการทดสอบ พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้บริการศูนย์

บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จบ่อยที่สุดที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร ด้านระบบการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมภายในศูนย์บริการ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี จำนวน 310 คน ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาอภิปรายผลให้มีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ได้เสนอไปในบทที่ 2 ดังต่อไปนี้

สรุปผลการแจกแจงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิงและผู้ชายในสัดส่วนเท่า ๆ กัน มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทมีรายได้ต่อเดือนที่ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน นั้นอาจเป็นเพราะผู้ให้บริการกลุ่มนี้ทำหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่หรือพนักงานที่มีเวลาและต้องปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับระบบไฟฟ้าของบริษัทจึงได้รับมอบหมายให้มาเป็นตัวแทนผู้มีอำนาจการตัดสินใจของบริษัทมาดำเนินการติดต่อประสานงานเรื่องไฟฟ้ากับทางหน่วยงาน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังอาศัยอยู่ในเขตบางกอกน้อยซึ่งอาจเป็นเพราะเขตบางกอกน้อยอยู่ใกล้กับการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรีมากกว่าอีก 5 เขตในกลุ่มฝั่งธนบุรี

สรุปผลการแจกแจงการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาในเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จทำให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้จักศูนย์บริการแห่งนี้จากสื่อเฉพาะกิจมากกว่าสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี เช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย พนักงานของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี เป็นต้น ซึ่งสื่อเฉพาะกิจที่เป็นช่องทางสื่อสารให้กลุ่มตัวอย่างรู้จักศูนย์บริการแห่งนี้มากที่สุด คือ ป้ายตัวอักษรโลหะหน้าประตูศูนย์บริการฯ ชั้น 2 แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าสื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ อันได้แก่ ป้ายสีส้มบอกทางตรงบันไดทางขึ้น กับ ป้ายโลหะบอกทิศทางหน้าประตูทางเข้าของหน่วยงาน ไม่โดดเด่นพอที่จะทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้และสามารถจดจำได้

เพราะจากผลการศึกษาได้คำร้อยละของสื่อเฉพาะกิจทั้ง 2 แบบดังกล่าวใกล้เคียงกับป้ายตัวอักษร โลหะหน้าประตูศูนย์บริการฯ ชั้น 2 แสดงว่าการรู้จักศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จผ่านสื่อเฉพาะกิจต่าง ๆ ได้ผลใกล้เคียงกัน เพียงแต่ป้ายตัวอักษรโลหะหน้าประตูศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ชั้น 2 อาจจะโดดเด่นกว่า ทำให้กลุ่มตัวอย่างจดจำสื่อเฉพาะกิจนี้ได้มากที่สุดและอาจเป็นเพราะศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จสามารถพบได้ง่ายเพราะอยู่ที่ชั้น 2 ของหน่วยงานเมื่อเดินขึ้นบันได ก็สามารถพบได้ ดังนั้นสื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ ก็มีส่วนต่อการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเพียงแต่มีผลน้อยกว่าป้ายตัวอักษรโลหะหน้าประตูศูนย์บริการฯ ชั้น 2

จากการศึกษาในเรื่องการรับรู้นี้แสดงให้เห็นว่าสื่อเฉพาะกิจสามารถสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มตัวอย่างได้มากกว่าสื่อบุคคลซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรรัตน์ แพทย์รังษี¹ เรื่องการรับรู้และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อบริการเคาท์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ที่ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักบริการของเคาท์เตอร์เซอร์วิสจากสื่อเฉพาะกิจมากกว่ารู้จักจากสื่อบุคคล นอกจากนี้ผลการศึกษา แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างสอดคล้องกับเรื่องประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารดังที่ Wilbur Schramm² ที่กล่าวไว้ว่า ประเภทของสื่อที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก ทักษะและพฤติกรรมของผู้รับสาร ซึ่งชี้ให้เห็นว่าช่องสารชนิดหนึ่งทำงานได้ดีกว่าช่องสาร อีกชนิดหนึ่งสำหรับภารกิจเฉพาะอย่าง

¹วรรัตน์ แพทย์รังษี, “การรับรู้และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการเคาท์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. บทคัดย่อ.

²Wilbur Schramm, Communication and Change in the Developing Countries (Honolulu: The University Press of Hawaii, 1972), p. 14, อ้างถึงใน วรรัตน์ แพทย์รังษี, “การรับรู้และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการเคาท์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น,” น. 11.

ดังนั้นจากผลการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจึงรู้จักศูนย์บริการฯ จากสื่อเฉพาะกิจผ่าน การมองเห็นทางสายตาซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการตามมาแม้ว่ากลุ่มตัวอย่าง จะไม่ได้เลือกใช้บริการจากศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในทันทีที่มาการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี แต่กลุ่มตัวอย่างก็เกิดขึ้นตอนการเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีการรับรู้³ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างเปิดโอกาสให้ข้อมูล (Selective Exposure) ที่เกี่ยวกับการ เปิดศูนย์บริการนี้ของการไฟฟ้านครหลวงเข้าสู่ตนเอง เช่นเดียวกับผลการศึกษาครั้งนี้ที่กลุ่ม ตัวอย่างเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตนสนใจเกี่ยวกับงานบริการของศูนย์บริการจุด เดียวเบ็ดเสร็จเพราะมีความต้องการที่จะใช้บริการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในเรื่อง ของไฟฟ้าซึ่งอาจเกิดขึ้นตอนการเลือกสนใจรับข้อมูล (Selective Attention) ตามมาด้วย และจาก ลักษณะตำแหน่งของสื่อเฉพาะกิจที่มีอยู่ อาจกล่าวได้ว่าการวางสื่อเฉพาะกิจที่ชัดเจนทำให้กลุ่ม ตัวอย่างที่เป็นผู้รับสารเห็นได้ง่าย บางครั้งอาจเพียงแค่เดินผ่านไม่ได้ตั้งใจแต่ก็เกิดการรับรู้ขึ้น ขึ้น แรกแล้ว เช่น ป้ายโฆษณาบอกทิศทางหน้าประตูทางเข้าของหน่วยงาน กับ ป้ายสีส้มบอกทางตรง บันไดทางขึ้น เป็นต้น ซึ่งสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้ทำขึ้นเพื่อสื่อถึงศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จนี้ยังสอดคล้อง กับเรื่องการจำแนกประเภทของสื่อโดยเฉพาะเรื่องสื่อเฉพาะกิจของปรมะ สตะเวทิน⁴ ซึ่ง กล่าวถึงลักษณะของสื่อเฉพาะกิจไว้ได้สอดคล้องกับสื่อเฉพาะกิจของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ของ การไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรี กล่าวคือ สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) เป็นสื่อที่ผลิต ขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย การใช้สื่อเฉพาะ กิจ จึงหมายความว่าผู้ส่งสารสามารถส่งข่าวสารเฉพาะเรื่องให้กับผู้รับสารเป้าหมายได้อย่าง สอดคล้องเหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น ๆ และสื่อเฉพาะกิจยังสามารถทำ ให้ผู้รับสารเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้องอันจะส่งผลต่อการตัดสินใจ และการลงมือปฏิบัติไปในทางที่ผู้ส่งสารต้องการได้

³ Joseph T. Klapper, The Effect of Mass Communication (New York: The Free Press, 1960), pp. 5 - 8, อ้างถึงใน ทรงธรรม ทิวสมบุญ, "การเปิดรับข่าวสาร การใช้ ประโยชน์และความพึงพอใจของนายทหารชั้นสัญญาบัตรในสังกัดกองบัญชาการทหารสูงสุดที่มี ต่อสื่อสิ่งพิมพ์ภายในองค์กร" (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. 18 - 19.

⁴ ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 7 (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศ ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 50 - 52.

แต่ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็รับทราบหรือรู้ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ปีละครั้ง นั่นอาจเป็นเพราะงานบริการเรื่องไฟฟ้าของศูนย์บริการนี้เป็นงานพิเศษที่ต้องติดต่อกับเจ้าหน้าที่โดยตรง และไม่ใช่เรื่องที่ต้องมาติดต่อเป็นประจำ ซึ่งจากผลการศึกษาทำให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักงานบริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในเรื่องการขอใช้ไฟฟ้ามากที่สุด เพราะงานบริการประเภทนี้แบ่งออกเป็นงานต่าง ๆ ได้แก่ การขอไฟใหม่ การขอไฟเพิ่ม การใส่ไฟกลับ การย้าย-เลื่อนเครื่องวัดฯ การลดขนาดเครื่องวัด การตัดฝากเครื่องวัดฯ การยกเลิกการใช้ไฟฟ้า การขอคืนเงินค่าบริการ การขอไฟฟ้าชั่วคราวใหม่ การขอไฟฟ้าชั่วคราวเพิ่ม การขอต่ออายุไฟฟ้าชั่วคราว และการขอย้ายเสา-สายและอุปกรณ์

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้ในเรื่องที่ตนสนใจ คือ ทราบว่าการฟ้านครหลวงเขตธนบุรีมีการเปิดให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ที่การไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีใช้ให้ข้อมูลเพื่อสร้างการรับรู้ เช่น สื่อเฉพาะกิจ จากนั้นจึงมุ่งหาข้อมูลในเรื่องที่ตนสนใจซึ่งก็คือการขอใช้ไฟฟ้าในเรื่องต่าง ๆ ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้จักศูนย์บริการและงานบริการที่ตนสนใจจะใช้บริการตามไปด้วย

สรุปผลการแจกแจงพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะมาใช้บริการ ปีละครั้ง ในช่วงเวลา 9.01-12.00 น. เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป และประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทที่อาจมีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับระบบไฟฟ้าขององค์กรตนเอง หรืออาจเป็นผู้ที่ได้รับมอบหมายให้มาติดต่อขอรับบริการแทนเจ้าของกิจการนั้น ๆ ซึ่งเวลาที่มาใช้บริการเป็นเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้เข้าทำงานแล้วซึ่งถือว่าเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งจากความถี่ในการใช้บริการก็เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความถี่การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์บริการฯ คือ ปีละครั้ง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับรู้ข่าวสารน้อย เพราะรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมากกว่าสื่อบุคคลหรือสื่อช่องทางอื่น ๆ ซึ่งสื่อเฉพาะกิจจะมีแต่ที่การไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี แต่สื่อบุคคลหรือสื่ออื่น ๆ เช่น พนักงานคอลล์ เซ็นเตอร์ หมายเลข 1130 ของการไฟฟ้านครหลวงก็สามารถให้ข้อมูลได้เช่นกัน แต่กลับไม่ใช่ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข้อมูล ดังนั้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างจะรับรู้ถึงข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์บริการได้นั้นก็ต้องเมื่อมาใช้บริการที่ศูนย์บริการ

เนื่องด้วยงานบริการที่กลุ่มตัวอย่างมาติดต่อขอใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ คือ การขอใช้ไฟฟ้า จากผลการศึกษาเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับงานบริการของศูนย์บริการ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับงานบริการเรื่องการขอใช้ไฟฟ้ามากที่สุดเช่นกัน ดังนั้นการรับรู้จึงก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องการขอใช้ไฟฟ้ามากที่สุดในทิศทางเดียวกัน

จากพฤติกรรมดังกล่าวกลุ่มตัวอย่างเคยใช้งานบริการเรื่องการขอใช้ไฟฟ้ามากที่สุด เพราะงานบริการประเภทนี้แบ่งออกเป็นงานต่าง ๆ อีก อันได้แก่ การขอไฟใหม่ การขอไฟเพิ่ม การใส่ไฟกลับ การย้าย-เลื่อนเครื่องวัดฯ การลดขนาดเครื่องวัดฯ การตัดฝากเครื่องวัด การยกเลิกการใช้ไฟฟ้า การขอคืนเงินค่าบริการ การขอไฟฟ้าชั่วคราวใหม่ การขอไฟฟ้าชั่วคราวเพิ่ม การขอต่ออายุไฟฟ้าชั่วคราว และการขอย้ายเสา-สายและอุปกรณ์ จึงแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้หรือรู้จักงานบริการตามที่ตั้งสนใจและตีความตามประสบการณ์ ความเข้าใจ ความต้องการของตนเอง ว่างานบริการนั้นมีลักษณะอย่างไรและเป็นงานบริการที่สนองตอบความต้องการในการใช้บริการได้หรือไม่ จากนั้นจึงมีพฤติกรรมการใช้บริการจากงานนั้น ๆ และเกิดเป็นการจดจำงานบริการนั้นได้มากกว่างานบริการอื่น ๆ ที่ตนไม่สนใจและไม่ค่อยได้ใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้⁵ ในขั้นการเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception and Selective Interpretation) กล่าวคือ ผู้รับสารจะมีการเลือกรับรู้และตีความหมายของสารแตกต่างกันไป ตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ซึ่งเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับประสบการณ์หรือทัศนคติความเชื่อของตน จากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นการเลือกจดจำ (Selective Retention) กล่าวคือ เป็นแนวโน้มที่ผู้รับสารเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่มีเนื้อหาตรงกับความสนใจ ความต้องการของตน การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสารและทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการตามมา

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

สรุปผลการแจกแจงความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยศึกษาความพึงพอใจในการบริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ 3 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านระบบการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมภายในศูนย์บริการ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาในแต่ละด้านอยู่ในระดับมากเช่นกัน ทั้งนี้จากผลการศึกษาที่ได้จึงสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค⁶ ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันผู้บริโภคมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างมากเนื่องจากโลกในยุคโลกาภิวัตน์และรูปแบบชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้มีพฤติกรรมและความต้องการในเรื่องสินค้าและบริการเปลี่ยนไป ซึ่งเน้นเรื่องความสะดวกสบายและรวดเร็ว ความทันสมัย ความคุ้มค่า และความต้องการบริการแบบเบ็ดเสร็จ ต้องการบริการแบบครบทุกอย่างในการติดต่อครั้งเดียว(One Stop Service) เพื่อประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่าย ซึ่งแสดงว่าศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งก็คือกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการได้ตามแนวคิดนี้จึงสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มตัวอย่างได้ในระดับมาก จากผลการศึกษาในประเด็นนี้สามารถอภิปรายถึงความพึงพอใจต่อการบริการทั้ง 3 ด้าน โดยละเอียดได้ดังนี้

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในระดับมากทุก ๆ เรื่องโดยประเด็นที่พอใจมากกว่าเรื่องอื่น ๆ คือ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการใช้บริการด้วยความชัดเจน หมายความว่าเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรู้ในงานที่ทำและสามารถถ่ายทอดให้ข้อมูลในการใช้บริการได้ดี แต่ในประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการรับบริการน้อยกว่าเรื่องอื่น ๆ คือ เจ้าหน้าที่ตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย กับ เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ สะอาด เหมาะสมเป็นที่น่าเชื่อถือ ในประเด็นที่ว่าเจ้าหน้าที่ตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจนอยู่ในระดับความพึงพอใจน้อยกว่าเรื่องอื่น ๆ นั้นอาจเป็นเพราะว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างมีข้อสงสัยที่นอกเหนือจากคำแนะนำในการใช้บริการ เจ้าหน้าที่ก็ไม่สามารถให้คำอธิบายที่สร้างความเข้าใจได้ชัดเจน หรืออาจจะให้คำตอบไปแล้วแต่กลุ่มตัวอย่าง ยังไม่เข้าใจ เพราะเป็นการให้ข้อมูลแบบเดิม ๆ จากผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความเข้าใจในการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นแตกต่างกันเพราะปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้การสื่อสารเข้า

⁶ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, การตลาดบริการ (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซี เอ็ด ยูเคชั่น จำกัด, 2547), น. 81 - 82.

ใจไม่ตรงกันตามแนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์⁷ ที่ได้อธิบายว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนบุคคลล้วนมีผลต่อการรับรู้ การตีความ การเข้าใจของผู้รับสารทั้งสิ้น ซึ่งได้แก่ ระดับสติปัญญา เพศ อายุ หรือแม้แต่สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการกับกลุ่มตัวอย่างย่อมมีความรู้และความเข้าใจที่ต่างกันตามแนวคิดนี้ส่งผลให้เกิดปัญหาในเรื่องการถาม-ตอบข้อสงสัยต่าง ๆ ในการขอรับบริการได้ อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็มีอายุมากและมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาทำให้มีผลต่อการรับรู้และเข้าใจแตกต่างกัน สำหรับความพึงพอใจในระดับน้อยกว่าเรื่องอื่น ๆ อีกประการ คือ เรื่องเครื่องแต่งกายของเจ้าหน้าที่นั้นอาจไม่เป็นทางการเหมือนเช่นที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของหน่วยงานอื่น ๆ สวมใส่ เช่น ธนาครหรือสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร แต่จากการสังเกตมาด้วยตนเองนั้นเห็นว่าการแต่งกายของเจ้าหน้าที่เป็นเสื้อเชิ้ตหรือบางท่านก็ผูกเน็คไทซึ่งถือว่าเรียบร้อยในระดับหนึ่ง แต่ถึงอย่างไรก็ตามระดับความพึงพอใจของทั้ง 2 ประเด็น คือ เจ้าหน้าที่ที่ตอบข้อสงสัยและการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ ก็ถือว่าไม่ต่ำมากจนทำให้กระทบผลรวมของระดับพึงพอใจในเรื่องอื่น ๆ

ในด้านระดับความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ด้านระบบการให้บริการ พบว่า การบริการที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ใช้เวลาสั้นลงในการให้บริการ การให้บริการเป็นระเบียบเรียบร้อยกว่าเดิม ระบบการให้บริการมีความต่อเนื่อง ถูกต้อง รวดเร็ว ระบบบัตรคิวที่ให้บริการทำให้ได้รับบริการที่รวดเร็ว มีขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็วกว่าเดิม มีสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ชี้แจงขั้นตอนต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจนเข้าใจง่าย ซึ่งความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการให้บริการสาธารณะ⁸ ตามที่ Millett ได้กล่าวไว้ในเป้าหมายของการให้บริการสาธารณะ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยได้สรุปเป้าหมายที่เป็นที่ยอมรับมากที่สุดที่ผู้ปฏิบัติต้องยึดไว้เสมอในหลักการ 5 ประการ แต่เป้าหมายหลักที่ศูนย์บริการของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีทำได้สำเร็จจากผลการศึกษา คือ การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) กับ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) นอกจากนี้ ผลการศึกษา

⁷กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร (กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. 19 - 20.

⁸John D. Millett, Management in the Public Service: The best for Effective Performance (New York: McGraw - Hill Book, 1954), p. 397, อ้างถึงใน เทพศักดิ์ บุญรัตนพันธ์, “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิผลของการนำนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติ : กรณีศึกษาสำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ดุสิตวิทยานิพนธ์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2536), น. 14.

ยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ที่ ชูวงศ์ ฉายะบุตร⁹ ได้ให้ความหมายของการบริการประชาชนแบบเบ็ดเสร็จว่าหมายถึงการอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนที่มาติดต่อรับบริการในลักษณะที่สมบูรณ์และครบถ้วนเพื่อให้เสียเวลาน้อยที่สุด แต่สามารถได้รับบริการทุกอย่างที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน โดยเป้าหมายการบริการประชาชนของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ¹⁰ ที่ศูนย์บริการของการไฟฟ้านครหลวงปฏิบัติได้บรรลุเป้าหมาย ได้แก่ เป้าหมายความสะดวก เป้าหมายความรวดเร็วในการให้บริการ เป้าหมายการประหยัดเวลา และเป้าหมายความพอใจ ประทับใจ และมั่นใจ ซึ่งความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างไม่เพียงสอดคล้องกับแนวคิดการให้บริการสาธารณะกับแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการรับบริการ¹¹ ซึ่ง บราลี จินตสนธิ์ กล่าวว่า ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ระยะเวลาการรอรับบริการ การลดขั้นตอนให้ง่าย ใช้เวลาน้อย ความสะดวกจากอาคารสถานที่ มีที่นั่งรอ แสงสว่าง และวิธีปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ต้องมีความกระตือรือร้นเป็นต้น ส่วนการบริการที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์มหรือคำร้องแสดงไว้อย่างชัดเจน มีสื่อที่บอกถึงประเภทงานบริการอย่างชัดเจน ถือว่าเป็นเรื่องที่ควรปรับปรุงเพิ่มเติมในเรื่องรายละเอียดและจำนวนของตัวอย่าง การกรอกแบบฟอร์มกับสื่อที่บอกประเภทงานบริการให้เพียงพอกับการใช้ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งถ้าสื่อเหล่านี้น้อยเกินไปหรือมีขนาดไม่เหมาะสมทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องแบ่งกันดูหรือใช้งานอาจจะทำให้ระดับความพึงพอใจในเรื่องดังกล่าวลดลง

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ด้านสภาพแวดล้อมภายในศูนย์บริการ พบว่า การบริการที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในระดับมาก คือ มีแสงสว่างอย่างพอเพียง มีความสะอาดและเป็นระเบียบ มีที่นั่งรอสะดวกสบาย ถือว่าในประเด็นดังกล่าวนี้ศูนย์บริการควรรักษาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้นไป ส่วนการบริการที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีห้องสุขาไว้บริการอย่างเพียงพอและสะอาดมีระบบปรับอากาศในอุณหภูมิ

⁹ชูวงศ์ ฉายะบุตร, “การบริการประชาชนแบบเบ็ดเสร็จ,” เทศภิบาล 85(2536):5.

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

¹¹บราลี จินตสนธิ์, “ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของสำนักทะเบียน: ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลหัวหิน ประจวบคีรีขันธ์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2538), น. 5.

ที่เหมาะสม มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้าผู้ใช้บริการ ทางรถไฟฟ้ามหานครหลวงเขตธนบุรี ควรหาทางปรับปรุงต่อไปแม้ว่าจะถูกจำกัดด้วยพื้นที่ แต่อย่างเรื่องจำนวนห้องสุขาควรมีป้ายบอกทางการไปห้องสุขาที่ใกล้เคียงกับศูนย์บริการเพื่อลดปัญหา ห้องสุขา ณ ศูนย์บริการจุดเดียว เบ็ดเสร็จไม่เพียงพอ และอุณหภูมิของศูนย์บริการควรปรับไว้ที่อิงตามมาตรฐาน คือ 25-27 องศาเซลเซียส เพื่อไม่ให้อุณหภูมิหนาวหรือร้อนเกินไป ทั้งนี้ควรขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศภายนอกด้วย

สรุปผลการแจกแจงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จมีด้วยกัน 4 ด้าน อันได้แก่ ในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการที่พบมากที่สุด คือ ความชัดเจนในการตอบคำถามหรือข้อสงสัย ซึ่งตรงกับระดับความพึงพอใจในระดับที่น้อยของการให้บริการด้านบุคลากรในเรื่อง การตอบข้อสงสัยแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ ดังนั้นเจ้าหน้าที่ทุกท่านควรให้ความสนใจและจดจำประเด็นปัญหาที่พบบ่อยจากลูกค้าผู้ใช้บริการและนำมาประชุมเรียบเรียงหาคำตอบและจัดทำลงในสื่อเฉพาะกิจ เช่น ป้ายโปสเตอร์ คู่มือการให้บริการ หรือแผ่นพับ เป็นต้น ทั้งนี้การนำสื่อเฉพาะกิจมาช่วยในเรื่องนี้จะเป็นผลดีต่อเจ้าหน้าที่ในการทำงานได้รวดเร็วขึ้น และลูกค้าผู้ใช้บริการเองสามารถหาคำตอบที่สงสัยได้ด้วยตนเอง ปัญหาและอุปสรรคต่อมาคือด้านระบบการให้บริการซึ่งที่พบมากที่สุด คือ ตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์มคำร้อง มีไม่เพียงพอต่อจำนวนของลูกค้าผู้ใช้บริการ หรืออธิบายไม่ชัดเจนหรืออาจมีขนาดที่ไม่เหมาะสม ส่วนปัญหาและอุปสรรคด้านสถานที่ที่พบมากที่สุด คือ อุณหภูมิและความสะอาดภายในศูนย์บริการ ซึ่งคาดว่าปัญหาและอุปสรรคจะเป็นเรื่องอุณหภูมิที่ไม่เหมาะสมมากกว่าเพราะจากผลการศึกษาความพึงพอใจ ในการใช้บริการที่ได้กล่าวมาแล้วชี้ให้เห็นชัดเจนว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องของ ความสะอาดภายในศูนย์บริการระดับมาก แต่ไม่พึงพอใจเรื่องของอุณหภูมิภายในศูนย์บริการอยู่ที่ระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังมีปัญหาในเรื่องที่จอดรถ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วัฒนา ชนะภัย¹² ที่ศึกษาเรื่อง ความเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของการไฟฟ้ามหานคร เขตสมุทรปราการ พบว่า ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ คือ ความสะดวกในด้านสถานที่เนื่องจากที่จอดรถน้อย

¹²วัฒนา ชนะภัย, “ความเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของการไฟฟ้ามหานคร เขตสมุทรปราการ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2538), น. 108 - 110.

ส่วนปัญหาและอุปสรรคด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์ที่พบมากที่สุด คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและงานบริการ ส่งผลให้ต้องเกิดการซักถามข้อสงสัยกับเจ้าหน้าที่และก็ไม่ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ในประเด็นนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เฉลา การค้า¹³ ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่องานบริการของการไฟฟ้านครหลวง: ศึกษากรณีการไฟฟ้า นครหลวงเขตคลองเตย พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ที่พบ คือ ได้รับการติดต่อข้อมูลข่าวสารน้อยมาก ดังนั้นการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีจึงควรเร่งปรับปรุงการเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการให้มากขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาในเรื่องเหล่านี้

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้ บริการมีการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี แตกต่าง

ผลการทดสอบที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ตัวแปรบางตัว ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของ การไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านประชากรศาสตร์¹⁴ ที่ได้อธิบาย ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนบุคคลล้วนมีผลต่อการรับรู้ การตีความ การเข้าใจของผู้รับ สารทั้งสิ้น ซึ่งได้แก่ ระดับสติปัญญา เพศ อายุ หรือแม้แต่สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น ทั้งนี้เพราะกลุ่มตัวอย่างต่างมีความแตกต่างกันในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์จึง ย่อมมีความต้องการและความสนใจในเรื่องที่ต้องการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ กับกลุ่มตัวอย่างต่างก็มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันทำให้การสื่อสารในบางประเด็น เช่น การตอบข้อสงสัยมีอุปสรรคเพราะต่างก็มีความรู้ ระดับการศึกษา ความเข้าใจ และความเชื่อที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาแล้วยังสอดคล้องกับ

¹³เฉลา การค้า, “ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่องานบริการของการไฟฟ้านครหลวง: ศึกษากรณีการไฟฟ้านครหลวงเขตคลองเตย,” (ภาคนิพนธ์พัฒนาสังคม หลักสูตรผู้บริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2540), น. 70.

¹⁴กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, น. 19 - 20.

ผลการศึกษาของวรรัตน์ แพทย์รังษี¹⁵ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกันมีการรับรู้เกี่ยวกับงานบริการของเคาน์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นต่างกัน

จากการพิสูจน์สมมติฐานนี้จึงสอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้และขั้นตอนการรับรู้ซึ่งมีผลเกี่ยวเนื่องมาจากความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคล

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้ บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้เพราะตัวแปรของลักษณะทางประชากรศาสตร์บางตัว ได้แก่ เพศ รายได้ เขตที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างต่างก็มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) เฉพาะด้านสภาพแวดล้อมภายในศูนย์บริการแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางประชากรศาสตร์¹⁶ ที่กล่าวว่า การรับรู้ของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามแต่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างย่อมมีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จแตกต่างกันไปซึ่งการรับรู้เหล่านั้นทำให้กลายเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบด้านทัศนคติหรือความพึงพอใจ¹⁷ ซึ่งประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่ องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นลักษณะด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคล องค์ประกอบทางความรู้สึกนี้มีอยู่ 2 ลักษณะ คือ ความรู้สึกทางบวก ได้แก่ ชอบ พอใจ เห็นใจ และความรู้สึกทางลบ ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่พอใจ กลัว รังเกียจ ต่อมา คือ องค์ประกอบด้านความคิด (Cognitive Component) หมายถึงการที่สมองของบุคคลนั้นรับรู้และวินิจฉัยข้อมูลที่ได้รับมาและเกิดเป็นความรู้สึก

¹⁵วรรัตน์ แพทย์รังษี, “การรับรู้และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น,” น. บทคัดย่อ.

¹⁶กิตติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, น. 19 - 20.

¹⁷สำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร, “ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการ ให้บริการของกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร,” (รายงานฉบับสมบูรณ์ โดยคณะพัฒนาสังคมร่วมกับสมาคมพัฒนาสังคม, 2538), น. 1 - 5. (อัดสำเนา)

ความคิดเกี่ยวกับวัตถุ บุคคลหรือสภาพการณ์ขึ้นมาจากองค์ประกอบทางความคิดเกี่ยวข้องกับการพิจารณาที่มาของทัศนคติว่าถูกหรือผิด ดีหรือไม่ดี และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นความพร้อมที่จะกระทำหรือพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่มาของทัศนคติซึ่งองค์ประกอบด้านความคิดนี้เองที่เกิดมาจากการรับรู้ของบุคคลที่แตกต่างกัน ดังนั้นลักษณะทางประชากรศาสตร์จึงมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ และจากการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าศูนย์บริการนี้สามารถสร้างความพึงพอใจให้ผู้รับบริการได้จริงตามที่ บราลี จินตสนธิ¹⁸ ได้กล่าวว่าความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการเกิดขึ้นได้จากองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ความสะอาดจากอาคารสถานที่ มีที่นั่งรอ ช่องทางเดินสะดวก มีแสงสว่างเพียงพอ เป็นต้น

จากการพิสูจน์สมมติฐานนี้จึงสอดคล้องแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจซึ่งมีผลเกี่ยวเนื่องมาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลที่ทำให้การรับรู้ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบความพึงพอใจแตกต่างกันไป

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้ บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ตัวแปรของลักษณะทางประชากรศาสตร์บางตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือนและเขตที่อยู่อาศัยมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค¹⁹ ที่กล่าวว่า การที่บุคคลจะใช้บริการหนึ่ง ๆ ต้องคำนึงถึงปัจจัย อันเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการหลายประการด้วยกัน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวก็แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งได้แก่ ปัจจัยความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ และปัจจัยความต้องการในการใช้บริการ คือ โดยทั่วไปการรับบริการของแต่ละคนนั้นจะเป็นไปเพื่อความต้องการของตน

¹⁸ บราลี จินตสนธิ, “ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของสำนักทะเบียน: ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลหัวหิน ประจวบคีรีขันธ์,” น. 5.

¹⁹ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, การตลาดบริการ, น. 81 - 82.

ดังนั้นผู้รับบริการจะมีพฤติกรรมในการเลือกหรือการรับบริการแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการตามความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผล และความจำเป็นของตนเองเกี่ยวกับการเลือกรับบริการต่าง ๆ นอกจากนี้บุคคลย่อมเลือกบริการที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุดอีกด้วย หมายความว่า ผู้ใช้บริการจะเลือกรับบริการที่ตนเองมีความสะดวกที่สุด ซึ่งอาจจะมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ ความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่าย ระยะทางในการเดินทางและช่วงเวลาที่ให้บริการ ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

จากผลการศึกษาจะเห็นว่าตัวแปรทางลักษณะประชากรศาสตร์แต่ละตัวบ้างก็มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการ บ้างก็มีความสัมพันธ์ต่อช่วงเวลาที่ให้บริการ นั่นเป็นเพราะว่าพฤติกรรมในการเลือกรับบริการของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไปตามความต้องการ ความจำเป็น ความสะดวกและเหตุผลของแต่ละคน เช่น ระยะทางของเขตพื้นที่อาศัยใกล้เคียงย่อมมีผลต่อเวลาในการเดินทางมารับบริการ เป็นต้น

จากการพิสูจน์สมมติฐานนี้จึงสอดคล้องแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของแต่ละบุคคล

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ

ผลการทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ การรับรู้มีผลต่อความถี่และช่วงเวลาในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการรับรู้มีผลต่อความถี่และช่วงเวลาในการใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการรับรู้²⁰ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างเปิดโอกาสให้ข้อมูล (Selective Exposure) ที่เกี่ยวกับการเปิดศูนย์บริการนี้ของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีเข้าสู่ตนเอง และเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตนสนใจ (Selective Attention) นำเข้าสู่ขั้นตอนการตีความ (Selective Interpretation) และการเลือกจดจำ (Selective Retention) ในสิ่งที่ตนต้องการหรือสนใจ ในการศึกษาครั้งนี้ความต้องการหรือสนใจ คือ การเปิดให้บริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จที่การไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีมีขึ้น เพราะกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะใช้บริการ ติดต่อกับเจ้าหน้าที่

²⁰ Joseph T. Klapper, The Effect of Mass Communication (New York: The Free Press, 1960), pp. 5 - 8, อ้างถึงใน ทรงธรรม ทิวสมบุญ, “การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนายทหารชั้นสัญญาบัตรในสังกัดกองบัญชาการทหารสูงสุดที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ภายในองค์กร,” น. 18 - 19.

ของหน่วยงานในเรื่องของไฟฟ้า ซึ่งจากความถี่ในการมาใช้บริการก็เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์บริการฯ คือ ปีละครั้ง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมากกว่าสื่อบุคคล ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจะรับรู้ถึงข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์บริการได้นั้นก็ต่อเมื่อมาใช้บริการที่ศูนย์บริการ ซึ่งก็มีความถี่ปีละครั้งเช่นกัน ส่วนในเรื่องของช่วงเวลาในการใช้บริการก็แล้วแต่บุคคลดังที่แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค²¹ ได้อธิบายว่าผู้รับบริการย่อมมีพฤติกรรมการเลือกหรือการรับบริการแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการตามความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผล ความสะดวกและความจำเป็นของตนเองเกี่ยวกับการเลือกรับบริการต่าง ๆ

จากการพิสูจน์สมมติฐานนี้จึงสอดคล้องแนวคิดและทฤษฎีการรับรู้กับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ

ผลการทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ความถี่ในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรี มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง แต่ช่วงเวลาที่ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าความถี่ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค²² ที่กล่าวว่าการที่บุคคลจะใช้บริการหนึ่ง ๆ ต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการหลายประการด้วยกัน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวก็แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งได้แก่ ปัจจัยความต้องการในการรับบริการ คือ โดยทั่วไปการรับบริการของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อความต้องการของตน เช่น มีประเภทบริการหลากหลายและครบถ้วนตามความต้องการของผู้ใช้บริการ มีรูปแบบการบริการ ที่ทันสมัย มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ รวมทั้งให้บริการรวดเร็วทันใจ จัดรูปแบบ การให้บริการสะดวกและมีสภาพและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการดี และเมื่อผู้รับบริการได้รับบริการตามความต้องการในลักษณะดังกล่าวแล้วจึงจะสามารถนำไปตัดสินใจความพึงพอใจ ของตนเองได้ และการบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้ประชาชนได้นั้น ต้องสอดคล้องกับแนวคิดความพึงพอ

²¹ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, การตลาดบริการ, น. 81 - 82.

²²เรื่องเดียวกัน.

ใจในการรับบริการตามที่ปราถนา จินตณสนธิ²³ กล่าวว่า ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ระยะเวลาให้บริการ การลดขั้นตอนให้ง่าย ใช้เวลาน้อย บุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ พุดจาไพเราะ อ่อนหวาน ยิ้มแย้มแจ่มใส ความสะอาดจากอาคารสถานที่ มีที่นั่งรอ หรือแม้แต่วิธีปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ต้องมีความกระตือรือร้น

ดังนั้นจากผลการศึกษาทำให้ทราบว่าแม้การให้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีความถี่เพียงปีละครั้ง แต่ก็แสดงให้เห็นว่าศูนย์บริการสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มตัวอย่างได้ในระดับมาก โดยที่ช่วงเวลาในการมาใช้บริการไม่มีผลต่อความพึงพอใจเชิงบวกของกลุ่มตัวอย่าง แสดงให้เห็นว่าการมาใช้บริการไม่ว่าจะช่วงเวลาใด ถูกคำผู้ให้บริการก็ได้รับบริการที่ดี เกิดความพึงพอใจกลับไปเสมอ

จากการพิสูจน์สมมติฐานนี้จึงสอดคล้องแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคกับแนวคิดความพึงพอใจในการรับบริการ

²³ปราถนา จินตณสนธิ, “ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของสำนักงานทะเบียน: ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลหัวหิน ประจวบคีรีขันธ์,” น. 5.

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. เนื่องจากผลการศึกษาพบข้อบกพร่องในประเด็นที่ว่าเจ้าหน้าที่ตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจนอยู่ในระดับความพึงพอใจน้อย ทั้งนี้ผู้ศึกษาขอเสนอแนะว่าเจ้าหน้าที่ควรให้ความสนใจและจดจำประเด็นปัญหาที่พบบ่อยจากลูกค้าผู้ใช้บริการเพื่อนำมาประชุม เรียบเรียงหาคำตอบ และมีการเตรียมข้อมูลใหม่ ๆ เพื่อตอบคำถามในประเด็นปัญหาต่าง ๆ ดังนั้นจึงควรเพิ่มช่องทางในการให้ข้อมูลมากขึ้น เช่น การจัดทำข้อมูลลงในสื่อเฉพาะกิจ อันได้แก่ ป้ายโปสเตอร์ คู่มือการใช้บริการ หรือ แผ่นพับ เป็นต้น ทั้งนี้การนำสื่อเฉพาะกิจมาช่วยในเรื่องนี้จะเป็นผลดีต่อเจ้าหน้าที่ในการทำงานได้รวดเร็วขึ้นและลูกค้าผู้ใช้บริการสามารถหาคำตอบที่สงสัยได้ด้วยตนเองเพื่อลดปัญหาการสอบถามหรือมีข้อสงสัยของลูกค้าผู้ใช้บริการลงได้

2. เนื่องจากลูกค้าผู้ใช้บริการรับรู้ข้อมูลในระดับที่น้อยเกี่ยวกับประเภทงานบริการ ขั้นตอนการติดต่อ รวมทั้งเอกสารที่ใช้ประกอบการขอรับบริการในเรื่องต่าง ๆ เพราะการรับรู้ของลูกค้าผู้ใช้บริการมีความถีนอยมากเพียงปีละครั้งจากการมาใช้บริการที่การไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีจึงจะมีโอกาสรับทราบข้อมูลจากสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคลของหน่วยงาน ดังนั้น การไฟฟ้านครหลวงจึงควรเพิ่มช่องทางในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการมากขึ้นโดยจัดทำข้อมูลต่าง ๆ ลงในสื่อเฉพาะกิจ และนำไปแจกลูกค้าผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่บริการเวลาที่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานออกสัญจรพบปะลูกค้าผู้ใช้บริการจำนวนมาก ในการทำกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ที่การไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีมีการจัดอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังทำให้ได้รับทราบข้อสงสัยและปัญหาเกี่ยวกับไฟฟ้าจากลูกค้าผู้ใช้บริการโดยตรงด้วย ทำให้มีโอกาสในการอธิบายชี้แจงให้ข้อมูลโดยเจ้าหน้าที่ของการไฟฟ้าในฐานะสื่อบุคคล ซึ่งเชื่อได้ว่าจะเป็นวิธีหนึ่งในการให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดีและประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าการทำสื่อโฆษณา

3. ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรีควรปรับปรุงเพิ่มเติมในเรื่องรายละเอียดและจำนวนของตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์มกับสื่อที่บอกถึงประเภทงานบริการ ขั้นตอนการรับบริการ รวมถึงหลักฐานเอกสารที่ต้องใช้ร่วมกับการขอรับบริการนั้นให้ชัดเจนและมีจำนวนที่เพียงพอต่อการความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการซึ่งถ้าสื่อเหล่านี้น้อยเกินไปหรือมีขนาดไม่เหมาะสม ทำให้ลูกค้าผู้ใช้บริการต้องแบ่งกันดูหรือใช้งานก็จะทำให้ระดับความพึงพอใจในเรื่องดังกล่าวลดลง

4. เรื่องจำนวนห้องสุขาควรมีป้ายบอกทางการไปห้องสุขาที่ใกล้เคียงกับศูนย์บริการเพื่อลดปัญหาห้องสุขาไม่เพียงพอ และอุณหภูมิของศูนย์บริการควรปรับไว้ที่องศามาตรฐาน คือ 25-27

องศาเซลเซียส เพื่อไม่ให้อุณหภูมิหนาวหรือร้อนเกินไป ทั้งนี้ควรขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศภายนอกในแต่ละฤดูกาลด้วย

ข้อเสนอแนะต่อการศึกษาในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จเพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความคิดเห็นต่อบริการที่ทำอยู่ เพื่อนำผลการศึกษามาพัฒนาศักยภาพของตัวบุคลากรและการบริการให้มีคุณภาพต่อไป
2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาการรับรู้และความพึงพอใจต่อการให้บริการของลูกค้าผู้ใช้บริการไม่ได้ศึกษาแบบเจาะลึกเพราะเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ดังนั้น การศึกษาในครั้งต่อไปจึงควรใช้รูปแบบการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ลูกค้าผู้ใช้บริการแบบ Depth Interview หรือ Focus Groups เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในงานบริการที่ลูกค้าผู้ใช้บริการได้รับอย่างแท้จริงโดยละเอียด
3. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาการรับรู้และความพึงพอใจต่อการให้บริการของลูกค้าผู้ใช้บริการเฉพาะตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์และผลที่มีต่อตัวแปรตามอื่น ๆ ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษากับตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม
4. การศึกษาในครั้งต่อไปขอเสนอให้ทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตอื่น ๆ หรือการศึกษาเปรียบเทียบกับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงให้ดียิ่งขึ้น