

ปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

Service Innovation Factors and Organizational Image Factors Affecting Satisfaction of
Service Users of a State Enterprise in Suphanburi Province

ลัดดาวัลย์ สำราญ*, โสรยา สุภาพล, พรรณราย ไพบูลย์, และ กรรณิการ์ พลเสน

Laddawan Someran*, Soraya Supaphol, Phannarai Paiboon, and Kannika Phonlarsen

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมบริการ ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และเพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมบริการ ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยนวัตกรรมบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีอำนาจการทำนายร้อยละ 47.20 และปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ ด้านผู้บริหาร ด้านพนักงาน และด้านการดำเนินงานการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีอำนาจการทำนายร้อยละ 61.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: นวัตกรรมบริการ/ ภาพลักษณ์องค์กร/ ความพึงพอใจ

Abstract

This research studied the opinion levels of service innovation factors, organizational image factors, and satisfaction of service by users, as well as the service innovation factors and organizational image factors affecting the satisfaction of service by users of a state enterprise in Suphanburi Province. The sample group consisted of 400 service users of a state enterprise in Suphanburi Province, selected by random sampling. The research tool was a questionnaire. The statistics used for analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, simple regression, and multiple regression. The research results found that the overall opinion level of service innovation factors, organizational image factors, and satisfaction were at a high level. The hypothesis testing found that: service innovation factors affected the satisfaction of service with a predictive power of 47.20%, and organizational image factors consisting of the executives, staff, and service operations affected the satisfaction of service with a predictive power of 61.10% with a statistical significance level of 0.05.

Keyword: Service Innovation/ Organizational image/ Satisfaction

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology
Suvarnabhumi

*Corresponding author: laddawan.s@rmutsb.ac.th, noinoi5202@gmail.com

Received : 3 มกราคม 2566/ Revised : 12 เมษายน 2566/ Accepted : 25 เมษายน 2566

1. บทนำ

หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นหน่วยงานที่ให้บริการสาธารณูปโภคด้านพลังงาน มีภารกิจในการจัดหาให้บริการพลังงานและดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ปัจจุบันหน่วยงานรัฐวิสาหกิจนี้ได้มีการวางแผนการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อการดำเนินงานและการบริการที่ดียิ่งขึ้น โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและสร้างความพึงพอใจทั้งด้านคุณภาพและบริการ เพื่อให้หน่วยงานก้าวเข้าสู่การทำงานที่ทันสมัยและสามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการในทุกระดับ นอกจากนี้การที่หน่วยงานยังต้องให้ความสำคัญทางด้านภาพลักษณ์องค์กร โดยภาพลักษณ์องค์กรเกิดจากการที่บุคคลรับรู้ จากประสบการณ์ หรือการมีความรู้ ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่เกิดขึ้น ซึ่งส่งผลให้ผู้ให้บริการเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการ ทำให้เป็นที่เชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ความเชื่อมั่นถือเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความซื่อสัตย์ และภักดีต่อองค์กรได้เป็นอย่างดี [1]

ในปัจจุบันนี้การทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจต่อหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมากทั้งเรื่องของการให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า เป็นต้น ซึ่งตัวแปรเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการทุกคนควรที่จะได้รับกันอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน อีกทั้งหน่วยงานให้บริการเกี่ยวกับพลังงานอย่างครบวงจร จึงจำเป็นต้องปรับตัวเข้าหาผู้ใช้บริการเป็นอย่างทั่วถึง การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้จึงเป็นบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงาน หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี จึงได้นำนวัตกรรมบริการ เพื่อเป็นส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นไปในทิศทางที่ดี สิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการของหน่วยงาน

จากความเป็นมาและความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย เรื่องปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจในการบริการ และได้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานในการนำไปใช้

เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาต้นนวัตกรรมบริการและพัฒนาคุณภาพลักษณะองค์กรให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมบริการ ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยนวัตกรรมบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

2. ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

2. วัตถุประสงค์และวิธีการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane [2] โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ และค่าความคาดเคลื่อน 5 เปอร์เซ็นต์ และใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยคำถามชนิดปลายปิด แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมบริการ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน จำนวน 17 ข้อ ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม จำนวน 3 ข้อ ด้านผู้บริหาร จำนวน 3 ข้อ ด้านพนักงาน จำนวน 5 ข้อ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 3 ข้อ และด้านการดำเนินงานการให้บริการ จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน จำนวน 17 ข้อ ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค จำนวน 4 ข้อ ด้านการให้บริการที่ตรงต่อเวลา จำนวน 3 ข้อ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ จำนวน 3 ข้อ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จำนวน 3 ข้อ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับความคิดเห็น คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) และการแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ความคิดเห็นที่แต่ละด้าน ดังนี้ 4.21–5.00 (มากที่สุด) 3.41–4.20 (มาก) 2.61–3.40 (ปานกลาง) 1.81–2.60 (น้อย) และ 1.00–1.80 (น้อยที่สุด)

ทั้งนี้ แบบสอบถามถูกตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 และแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจาก ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ตามวิธี ของครอนบาค พบว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.83–0.95 และภาพรวมของแบบสอบถามทุกด้านมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 [3] และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของ ทั้งฉบับอยู่ที่ 0.98 จึงถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่างและได้จัดทำแบบสอบถามใน

รูปแบบออนไลน์

2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 2 รูปแบบ ด้วยตนเอง จากผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 5 ตุลาคม 2565 และได้ข้อมูลครบถ้วนจำนวน 400 ชุด ในวันที่ 23 พฤศจิกายน 2565 รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 50 วัน

3. ผู้วิจัยได้ข้อมูลมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ใช้วิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมบริการ ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

2. สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ใช้วิเคราะห์ปัจจัยนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยวิธีการ Enter และการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยวิธีการ Enter

การขอรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ผู้วิจัยได้ส่งโครงงานวิจัยและแบบสอบถามเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ประจำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิและได้ รับการพิจารณารับรองโครงการวิจัย เลขที่ IRB-RUS-2565-051 วันที่รับรอง 3 ตุลาคม 2565

3. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 ส่วนมากมีอายุ 20–29 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 การศึกษาอยู่ในระดับ

ปริญญาตรี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75
สถานภาพโสด จำนวน 187 คน คิดเป็น ร้อยละ 46.75
อาชีพเกษตรกร จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ
22.75 และระดับรายได้ต่อเดือน มีรายได้ 20,001 –

30,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75
ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความ
คิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมบริการของหน่วยงาน
รัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยนวัตกรรมบริการ ในภาพรวม

ปัจจัยนวัตกรรมบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. หน่วยงานมีกระบวนการให้บริการรูปแบบใหม่ เช่น การใช้เครื่องอ่านบัตร สมาร์ตการ์ด โดยใช้ข้อมูลบนบัตรประชาชนที่เชื่อมโยงฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร์ แทนการกรอกข้อมูลด้วยมือ ทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วขึ้นในการ ให้บริการ	3.92	0.70	มาก
2. หน่วยงานมีการให้บริการผู้ใช้บริการแบบครบวงจร ผ่านระบบโทรศัพท์ เคลื่อนที่ และ Internet แบบครบวงจร	3.87	0.74	มาก
3. หน่วยงานมีการนำระบบการบริการรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ มาใช้สนับ สนุ นข้อมูลในการให้บริการให้ครบทุกพื้นที่ เพื่อปรับปรุงการให้บริการให้มี ประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น	3.80	0.76	มาก
4. หน่วยงานมีระบบการให้บริการรูปแบบใหม่โดยผู้ใช้บริการ ผ่านอินเทอร์เน็ต- เน็ต มือถือแทนการเดินทางมาที่สำนักงาน	3.83	0.77	มาก
5. หน่วยงานได้นำระบบการให้บริการผู้ใช้บริการด้วยการใช้เครื่องจัดระบบคิว ตามลำดับ ผู้มาใช้บริการก่อน-หลัง เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว	3.80	0.74	มาก
6. หน่วยงานมีรถบริการเคลื่อนที่ และมีศูนย์การค้าชั้นนำ ภายในห้างสรรพสินค้า เคาน์เตอร์เซอร์วิส, เซเว่น อีเลฟเว่น, เทสโกโลตัส และสำนักงานไปรษณีย์ไทย ฯลฯ	3.84	0.69	มาก
7. หน่วยงานมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอัตโนมัติทางโทรศัพท์และข้อความสั้น (SMS) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การให้บริการคอลเซ็นเตอร์	3.86	0.73	มาก
รวม	3.85	0.58	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมี
ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมบริการใน
ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.58)
โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ หน่วยงานมีกระบวนการ
ให้บริการรูปแบบใหม่ เช่น การใช้เครื่องอ่านบัตร
สมาร์ตการ์ด โดยใช้ข้อมูลบนบัตรประชาชนที่เชื่อมโยง
ฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร์แทนการกรอกข้อมูลด้วยมือ
ทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วขึ้นในการให้บริการ
รองลงมา คือ หน่วยงานมีการให้บริการผู้ใช้บริการแบบ
ครบวงจร ผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ Internet
แบบครบวงจร และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ
หน่วยงานมีการนำระบบการบริการรับฟังเสียงของ
ผู้ใช้บริการ มาใช้สนับสนุนข้อมูลในการให้บริการให้
ครบทุกพื้นที่ เพื่อปรับปรุงการให้บริการให้มี
ประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น และหน่วยงานได้นำระบบการ

ให้บริการผู้ใช้บริการด้วยการใช้เครื่องจัดระบบคิว
ตามลำดับ ผู้มาใช้บริการก่อน-หลัง เพื่อให้การบริการ
มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความ
คิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงาน
รัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมี
ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร ใน
ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.54)
โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านสภาพแวดล้อม
รองลงมา คือ ด้านพนักงาน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อย
ที่สุด คือ ด้านผู้บริหาร

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความ
คิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงาน
รัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร ในภาพรวม

ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านสภาพแวดล้อม	4.18	0.62	มาก
2. ด้านผู้บริหาร	4.04	0.65	มาก
3. ด้านพนักงาน	4.11	0.60	มาก
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.08	0.68	มาก
5. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.05	0.63	มาก
รวม	4.09	0.54	มาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในภาพรวม

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	3.99	0.57	มาก
2. ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	3.97	0.62	มาก
3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	4.02	0.60	มาก
4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.95	0.63	มาก
5. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	3.96	0.61	มาก
รวม	3.98	0.52	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.52) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ รองลงมา คือ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) โดย

มีเงื่อนไข คือ ตัวแปรอิสระทั้งหมดจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัวด้วยค่าสถิติ Collinearity Statistics ผลที่ได้มี 2 ค่า คือ ค่า Tolerance เท่ากับ 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) เท่ากับ 1.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 และการตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ มีค่าเท่ากับ 0.687 (r น้อยกว่า 0.80) [3] และความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน โดยพิจารณาจากค่า Durbin-Watson มีค่า 1.589 (ดังตารางที่ 4) ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50–2.50 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกัน

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยนวัตกรรมบริการ	ความพึงพอใจ		β	t	Sig.
	B	SE			
ค่าคงที่ (a)	1.582	0.128		12.330	0.000
ปัจจัยนวัตกรรมบริการ	0.623	0.033	0.687	18.875	0.000*
Adjust R Square = 0.472 R = 0.687 R Square = 0.471 Durbin-Watson = 1.589					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4 ผู้วิจัยนำตัวแปรอิสระที่สามารถร่วมทำนายตัวแปรตาม ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยนวัตกรรมบริการ ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยสามารถทำนายความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีอำนาจทำนายประมาณ ร้อยละ 47.20 (Adjust R Square = 0.472)

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร	ความพึงพอใจ			t	Sig.
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	0.954	0.126		7.571	0.000
ด้านสภาพแวดล้อม	0.072	0.038	0.086	1.884	0.060
ด้านผู้บริหาร	0.223	0.040	0.278	5.577	0.000*
ด้านพนักงาน	0.203	0.049	0.233	4.180	0.000*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	-0.037	0.041	-0.048	-0.905	0.366
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.280	0.040	0.343	7.053	0.000*

Adjust R Square = 0.611 R = 0.785 R Square = 0.616 Durbin-Watson = 1.806

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 5 ผู้วิจัยนำตัวแปรอิสระ หรือตัวแปรทำนายเข้าทั้งหมดเพื่อดูว่าตัวแปรเหล่านี้มีตัวแปรที่สามารถร่วมทำนายตัวแปรตาม ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ พบว่า มีตัวแปรทำนาย 3 ตัวแปร คือ ด้านผู้บริหาร ด้านพนักงาน และด้านการดำเนินงานการให้บริการ ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร ดังกล่าวสามารถทำนาย ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร มีอำนาจทำนายประมาณ ร้อยละ 61.10 (Adjust R Square = 0.611)

โดยมีเงื่อนไข คือ ตัวแปรอิสระทั้งหมดจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัวด้วยค่าสถิติ Collinearity Statistics ผลที่ได้มี 2 ค่า คือ ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.313-0.464 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ระหว่าง 2.157-2.898 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 และการตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ มีค่าระหว่าง 0.575-0.765 (r น้อยกว่า 0.80) [3] และความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน โดยพิจารณาจากค่า Durbin-Watson มีค่า 1.806 (ตั้งตารางที่ 5) ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50-2.50 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถอภิปรายผลตามสมมติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยนวัตกรรมบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยนวัตกรรมบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี มีการนำนวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามาใช้ และมีการพัฒนาประสิทธิภาพอยู่เสมอ ส่งผลให้เกิดความต่อความสะดวกผู้บริการเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดความรวดเร็ว

ในการเข้ามาใช้บริการและจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ปัจจัยนวัตกรรมบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโสธยา สุภาพล และคณะ [4] ที่พบว่า นวัตกรรมบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และสอดคล้องกับวิจัยของสมฤทัย น้ำทิพย์ และคณะ [5] ที่พบว่า นวัตกรรมบริการส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของนัฐชัย ต้นเนียม [6] ที่พบว่า นวัตกรรมบริการส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Francis [7] ที่พบว่า นวัตกรรมเทคโนโลยีมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ James, Wen Yu, and Batnasan [8] ที่พบว่า พบว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจาก นวัตกรรมบริการเป็นสิ่งที่ทันสมัยและสามารถพัฒนาการให้บริการหรือการทำงานให้เกิดความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ทำให้นวัตกรรมบริการจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นและหน่วยงานทุกแห่งควรนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรีผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร ประกอบด้วย ด้านผู้บริหาร ด้านพนักงาน และด้านการดำเนินงานการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี มีทีมผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารงานเป็นอย่างดี การแบ่งงานที่ชัดเจนและมีการกำหนดวิสัยทัศน์พันธกิจที่เกี่ยวกับการให้บริการอย่างชัดเจน สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี รวมถึงหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี มีการสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานมีการบริการด้วยความเต็มใจและพูดคุยกับผู้ที่เข้ามาใช้บริการอย่างเป็นกันเอง และให้คำแนะนำอยู่เสมอ และหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรีมีขั้นตอนในการให้บริการที่มีความเหมาะสม ไม่ยุ่งยาก หรือซับซ้อน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรลดา กิ่งหล้า และคณะ [9] ที่พบว่า ภาพลักษณ์องค์กร ด้านผู้บริหาร และด้าน

การดำเนินงานการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของณิชา วงศ์สุตาล และสุวิธนา ตั้งสวัสดิ์ [10] ที่พบว่า ภาพลักษณ์องค์กร ด้านพนักงาน และด้านการดำเนินงานการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kuo and Tang [11] ที่พบว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจที่จะสามารถนำไปสู่ให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการ เนื่องจากภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อการดำเนินธุรกิจทั้งสิ้น การมีภาพลักษณ์ที่ดีนั้นจะส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางที่ดี และเป็นที่น่าเชื่อถือต่อผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ประกอบกับผู้บริหาร พนักงาน และมีขั้นตอนในการดำเนินงานที่ดี ก็ทำให้หน่วยงานนั้น ๆ มีภาพลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้น ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร ประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะพนักงานหน่วยงานมีการจัดระเบียบความเรียบร้อยในการให้บริการเสมอ รวมทั้งมีการตรวจสอบคุณภาพการใช้งานอยู่เสมอ มีสถานที่ให้บริการต่อผู้ใช้บริการอย่างเพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่งรอรับบริการ เป็นต้น ทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจทุกครั้งที่ได้เข้ามาใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรลดา กิ่งหล้า และคณะ [9] ที่พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานมีการจัดพื้นที่และมีความเป็นระเบียบในการให้บริการเป็นอย่างดี อันเกิดจากการการเล็งเห็นถึงความสำคัญ และปลูกฝังให้พนักงานทุกคนอยู่ในกฎ ระเบียบอย่างเคร่งครัด จึงทำให้สภาพแวดล้อม และกระบวนการดำเนินงานเป็นที่น่าสนใจจากผู้มาใช้บริการอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานควรมีการนำนวัตกรรมอื่น ๆ เข้ามาใช้เพื่อให้การบริการได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เช่น การนำระบบการบริการรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการอย่างถึงการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการผ่าน Line, Facebook เว็บไซต์ของหน่วยงานเพื่อความรวดเร็วในการให้บริการและใช้แทนสำหรับการเดินทางมาที่หน่วยงาน หรือการนำระบบการให้บริการผู้ใช้บริการด้วยการใช้บริการแบบเคลื่อนที่แต่ละจุดที่ผู้ใช้บริการสามารถไปใช้บริการได้ เช่น ศูนย์การค้า เป็นต้น

2. ควรมีการให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงผู้บริหารของหน่วยงานได้ง่าย เช่น กล้องแสดงความ

คิดเห็นหรือร้องเรียนถึงผู้บริหารได้ เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งควรมีการแบ่งงานที่ชัดเจนกำหนดระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานมีความตระหนักในหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบ มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย

3. หน่วยงานควรพัฒนาเกี่ยวกับระบบการติดต่อสื่อสารให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง และควรพัฒนาระบบการให้บริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อความรวดเร็วในการให้บริการ รวมทั้งปลูกฝังให้พนักงานสามารถในหน่วยงานมีการหมุนเวียนกันทำงานอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถทำงานแทนกันได้โดยไม่มีปัญหา

4. เอกสารอ้างอิง

1. ณัฐธิดา จุมปา, กษิติศ ใจผาวัง, และสุทธดา ชัดติยะ. บริบทการใช้บริการ กลยุทธ์การแข่งขัน และบุคลิกภาพตราสินค้าของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภค: กรณีศึกษาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในจังหวัดเชียงราย. วารสารการบริหารนิเทศบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น 2564;7(4):263-76.
2. Taro Yamane. Statistics: an Introductory Analysis. New York: New York: Harper and Row; 1973.
3. กัลยา วานิชย์บัญชา. การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2550.
4. โสรยา สุภาพผล, ชุติมา กลั่นไพฑูริย์, ลัดดาวัลย์ สำราญ, และปภัตรา ติรภู. ปัจจัยนวัตกรรมและปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารรัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการ 2564;4(4):34-48.
5. สมฤทัย น้ำทิพย์, อรพรรณ คงมาลัย, และอัญญาดิษฐานนท์. ผลกระทบของนวัตกรรมบริการต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในบริบทอุดมศึกษา. วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ 2558;6(1):35-44.
6. นัฐชัย ต้นเนียม. นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน; 2561.
7. Memia Francis Kiarie. Technological Innovation and Customer Satisfaction in Kenya Power and Lighting Company Limited. Business Administration. Nairobi: University of Nairobi; 2014.
8. James K.C. Chen, Ya Wan Yu, Javkhuu Batnasan. Services innovation impact to customer satisfaction and customer value enhancement in airport. Taiwan: Asia University, Taichung; 2015.
9. ฉัตรลดา กิ่งหล้า, ศรีัญญา รักสงฆ์ และธีรา เอราวัณ. ผลกระทบของการบริหารภาพลักษณ์องค์กรที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าของธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตรในประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2557;33(1):46-54.
10. นิษา วงศ์สุดาล และสุวิวัฒนา ตั้งสวัสดิ์. ภาพลักษณ์องค์กรและการรับรู้ คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครราชสีมา. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 2 “Graduate School Conference 2018” 2561; 329-337.
11. Kuo C-W, Tang M.-L. Relationships among service quality, corporate image, customer satisfaction, and behavioral intention for the elderly in high speed rail services. Journal of Advanced Transportation 2011;10:1-13.