

ประสิทธิภาพด้านการให้บริการของพนักงานร้านเรซินอาร์ท
SERVICE EFFICIENCY OF RESIN ART SHOP EMPLOYEES

กนกพร เลิศเศรษฐาวิช

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Kanokpon lertsethawanich

Email: kanokpoo5820@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Marketing, Ramkhamhaeng University

Corresponding Author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีจุดประสงค์ (1.) เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท (2.) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท (3.) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท

โดยประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้บริโภคของร้านเรซินอาร์ท ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่าประสิทธิภาพการให้บริการด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเต็มใจ และภาพลักษณ์ด้านบริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความถูกต้อง ภาพลักษณ์ด้านองค์กร และภาพลักษณ์ด้านพนักงานไม่ มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพการให้บริการ

Abstract

The purpose of this research is (1.) To study the selection of resin art service (2.) To study the service efficiency of the staff that affect the selection of resin art service (3.) To study the image that affects the selection of Resin Art service

The population in this study is Wormwood, consumers of Resin Art shop Which cannot know the exact population The researcher then uses the method of opening the Yamane sample size table (1973). To determine the sample for the study In which, opening the table to find the size of the sample Will open the table at an acceptable tolerance of 0.05 or equivalent to a 5% tolerance at a 95% confidence level

The result of the hypothesis examination shows that the efficiency of the service is equal. Reliability Willingness And service image Affecting the selection of the Resin Art shop Accuracy service performance Corporate image And the image of the employees Affecting the selection of the Resin Art shop.

Keywords: Service efficiency

บทนำ

ร้านเรซินอาร์ทเป็นร้านที่เปิดทำธุรกิจมากกว่า 10 ปี โดยเป็นธุรกิจประเภทซื้อมาขายไป หรือเป็นพ่อค้าคนกลาง การทำธุรกิจในปัจจุบันกับตอนที่เริ่มเปิดร้านใหม่ ๆ เมื่อ 10 ปี ปัจจุบัน วิทยาการด้านการให้บริการของห้างร้านต่าง ๆ ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วเพื่อให้สอดคล้องกับ เศรษฐกิจ ณ ปัจจุบัน ทางร้านจึงมีแนวความคิดเน้นหลักการพัฒนา ศักยภาพในการให้บริการที่ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก การให้บริการลูกค้าเป็นการบริหารงานอย่างเป็นระบบ ถ้ามีการจัดระบบบริหารงานที่ดี การทำงานก็จะเกิดประสิทธิภาพ ลูกค้าที่มาติดต่อซื้อสินค้าก็จะได้รับ ความสะดวก รวดเร็ว เป็นที่น่าพอใจ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของ ผู้อื่นการบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็น ผลดีกับองค์กรของเรา เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือ สนับสนุนงานด้านต่าง ๆ ดังนั้น ถ้าบริการดี ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็น หน้าเป็นตาขององค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กรก็จะดีไปด้วย

การบริการการขายถือเป็นอาชีพที่ต้องใช้ทั้งศาสตร์ และศิลป์ที่จะต้องผสมผสานทั้งความรู้ และความสามารถที่ได้จากเอกสาร ตำรา ทักษะ และประสบการณ์เฉพาะตัวของผู้ขายประกอบการ ขายเป็นอาชีพที่มีความสำคัญหลายประการคือ

1. ความสำคัญของการขายต่อบุคคล การขายเป็นการช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่บุคคลทั่วไป เช่น การหาแหล่งจำหน่ายที่สะดวก การบริหารการขนส่งสินค้า การให้บริการแก่ลูกค้า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า เป็นต้น
2. ความสำคัญของการขายองค์กร การขายที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ให้แก่ตัวสินค้า และองค์กร เพื่อให้ผู้ซื้อมีความเชื่อมั่นในตราสินค้า และองค์กรทำให้การขายนั้นสามารถจะประสบความสำเร็จได้ดีขึ้น
3. ความสำคัญของการขายต่อสังคม การขายเป็นการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชน เพราะทุกองค์กรนั้นต้องพยายามสร้างจุดขายของตนเอง และต้องพัฒนาสินค้าให้ดีขึ้น เป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชนที่มีเพิ่มมากขึ้น เช่น ทางด้านเทคโนโลยี ประโยชน์การใช้งาน เป็นต้น
4. ความสำคัญของการขายต่อเศรษฐกิจของประเทศ การขายเป็นการสร้างอาชีพให้กับบุคคลหลายระดับในกระบวนการขาย ซึ่งทำให้ประชาชนมีรายได้จากการจ้างงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจระดับประเทศ
5. ความสำคัญของการขายต่อการสร้างอรรถประโยชน์ การขายก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ทางด้านต่าง ๆ คือ อรรถประโยชน์ด้านเวลา อรรถประโยชน์ด้านสถานที่ และอรรถประโยชน์ในการเป็นเจ้าของ ซึ่งพนักงานขายเป็นผู้ตอบสนองความต้องการโดยการจัดหาสินค้าและบริการให้แก่ผู้ซื้อ
6. ความสำคัญของการขายต่อการเพิ่มอุปสงค์ การขายที่ประสบความสำเร็จนั้น จะช่วยให้ผู้ซื้อมีความต้องการซื้ออย่างต่อเนื่องทำให้จำนวนการผลิตในแต่ละครั้งเพิ่มขึ้น เป็นการลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยได้เป็นอย่างมาก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท
3. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท

ขอบเขตงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งใจที่จะศึกษากลุ่มผู้บริโภคของร้านเรซินอาร์ท ที่มาใช้บริการที่ร้านเนื่องจากเป็นผู้บริโภคที่ทำงานเกี่ยวกับด้านนี้ ใช้งานหรืออุปกรณ์เกี่ยวกับ

ด้านนี้ หรือกำลังศึกษาเกี่ยวกับด้านนี้โดยตรง ซึ่งจะทำให้ได้ผลที่สามารถนำไปใช้เกี่ยวกับผู้บริโภคด้านนี้ได้โดยตรง ทางผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนของประชากรที่มาใช้บริการของร้านเรซินอาร์ทที่แน่นอน จึงใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) โดยที่ทางผู้วิจัยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.05 จึงทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และจากการเปิดตาราง พบว่าจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะต้องทำการศึกษานั้น อยู่ที่ 400 ตัวอย่าง

ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งใจที่จะศึกษากลุ่มผู้บริโภคของร้านเรซินอาร์ท ที่มาใช้บริการที่ร้าน เนื่องจากเป็นผู้บริโภคที่ทำงานเกี่ยวกับด้านนี้ ใช้งานหรืออุปกรณ์เกี่ยวกับด้านนี้ หรือกำลังศึกษาเกี่ยวกับด้านนี้โดยตรง ซึ่งจะทำให้ได้ผลที่สามารถนำไปใช้เกี่ยวกับผู้บริโภคด้านนี้ได้โดยตรง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรต้น ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Independent Variable) คือ ประสิทธิภาพการให้บริการ ด้านความถูกต้อง ด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเต็มใจ และภาพลักษณ์องค์กร ด้านองค์กร ด้านพนักงาน ด้านบริการ
2. ตัวแปรตาม ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Dependent Variable) คือ การเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท ด้านการให้บริการของพนักงานร้านเรซินอาร์ทและด้านลักษณะทางกายภาพ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติที่ลูกค้าเลือกใช้ ไม่เลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข และรักษามาตรฐานของร้านเรซินอาร์ทต่อไปในภายภาคหน้า
2. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของลูกค้าที่มีเกี่ยวกับการบริการของพนักงานร้านเรซินอาร์ท เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขในภายภาคหน้า
3. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของลูกค้าที่มีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของร้านเรซินอาร์ท เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขในภายภาคหน้า

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานร้านเรซินอาร์ท โดยนำเสนอตามลำดับดังนี้

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพ

วิทยา ด้านธารงกุล(2546)ได้กล่าวถึง ประสิทธิภาพ หมายถึงความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าเพื่อการบรรลุเป้าหมายประสิทธิภาพจึงมักถูกวัดในรูปแบบของ ต้นทุน หรือจำนวนทรัพยากรที่ใช้ไปเมื่อเทียบกับผลงานหรือผลผลิตที่ได้เช่น ต้นทุนแรงงาน เวลาที่ใช้ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

สัญญา สัญญาวิวัฒน์(2544) ได้กล่าวถึง ประสิทธิภาพ ว่าหมายถึง การวัดผลการทำงานของ องค์กร นั้น ว่าทำงานได้ปริมาณมากน้อยแค่ไหน คุณภาพงานดีมากน้อยแค่ไหน ใช้เงิน ใช้เวลา ใช้ แรงงานไปมาก น้อยแค่ไหน เป็นผลดีต่อผู้รับบริการมาก น้อยแค่ไหน โดยรวมความมี ประสิทธิภาพ จึง หมายถึง การทำงาน ให้ได้ปริมาณและคุณภาพมาก องค์กรมีความสมัครสมาน สามัคคี มีสันติภาพและความสุขร่วมกัน เป็นผลดี ต่อส่วนรวมและผู้รับบริการ แต่ใช้เวลา แรงงาน แลงบประมาณน้อย

ระพี แก้วเจริญ และจิตยา สุวรรณชฎ (2510)ได้กล่าวถึง ความหมายของประสิทธิภาพ หมายถึง คล่องแคล่วในการปฏิบัติงานให้สำเร็จ

อุทัย หิรัญโต (2525)ได้กล่าวถึง คำว่า ประสิทธิภาพ ในวงการธุรกิจ หรือการจัดการที่ได้รับผลกำไร หรือขาดทุน สำหรับในการบริหารราชการ ในทางปฏิบัติวัดได้ยากมาก วิธีวัดประสิทธิภาพ ที่ใช้ในวงราชการ จึงหมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่เกิดความพึงพอใจ และ ประโยชน์แก่สังคม แต่ประสิทธิภาพในวงราชการ จะต้องพิจารณาถึงคุณค่าทางสังคม จึงไม่จำเป็นต้องประหยัดหรือมี กำไร เพราะงานบางอย่างถ้าทำประหยัด อาจไม่มีประสิทธิภาพ ลักษณะการบริหารที่มี ประสิทธิภาพ คือการบรรลุเป้าหมาย แต่การบริหารงานที่มี ประสิทธิภาพ คือการใช้ทรัพยากรอย่าง ประหยัด เกิดผลอย่างรวดเร็ว งานเสร็จทันเวลา ถูกต้อง เป็นต้น ดังนั้น ความหมายของคำ ว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หมายถึง การกระทำ ของแต่ ละบุคคล ที่มี ความสามารถ และความพร้อม พยายามทุ่มเทอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงาน ของตน อย่างคล่องแคล่ว ด้วย ความมีระเบียบ มีกฎเกณฑ์ ปฏิบัติงานให้เสร็จทันเวลา รวดเร็ว ถูกต้อง มีคุณภาพและมาตรฐาน จึงสรุปได้ ว่าบุคคลจะมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ต้องเกิดจาก ความขยัน หมั่นเพียรมีความรับผิดชอบและเอาใจใส่ ในงานพร้อมด้วยจิตใจที่ซื่อสัตย์ และภักดีต่อ องค์กรงานจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรที่ กำหนดไว้หรือดียิ่งขึ้น

1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

จากการศึกษาเอกสารปรากฏว่า มีนักวิชาการได้ให้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพ ไว้ หลายท่าน ดังนี้ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม (2540) ระบุว่าประสิทธิภาพในการผลิตหรือ ผลิต ภาพแรงงาน หมายถึง การเปรียบเทียบระหว่างจำนวนสินค้าหรือบริการที่ผลิตได้ (Output) กับจำนวนของ ทรัพยากรหรือปัจจัยที่ใช้ในการผลิตสินค้า หรือบริการนั้นๆ (Input) ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้จะสะท้อนให้ เห็นถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของประสิทธิภาพในการผลิต ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มหรือลดลงของ ประสิทธิภาพ การผลิต อาจแบ่งได้ 3 หมวดคือ

1) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี เช่น กระบวนการผลิต กระบวนการทำงานของ เครื่องจักร หรือเครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ

2) ปัจจัยด้านระบบการบริกา เช่น การใช้เทคนิคทางการบริหาร ส่งเสริม ระบบแรงงาน สมพันธ์การใช้ระบบทวิภาคีเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เป็นต้น

3) ปัจจัยด้านแรงงาน เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดเพราะกิจการใด ๆ อาจใช้เทคโนโลยี หรือ เครื่องจักรที่ทันสมัยที่สุด มีการบริหารงานที่ดีเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการที่ดีที่สุดในการ นั้น ๆ แต่ หากไม่มีแรงงานเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีและระบบที่วางไว้เป็นอย่างดีนั้นก็ย่อมไม่สามารถ ประสบ

ความสำเร็จได้ตั้งนั้นแรงงานจึงเป็นปัจจัยหรือองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด การปรับปรุง ระบบการทำงานเพื่อพัฒนาคุณภาพของแรงงานนั้น เป็นสิ่งจำเป็นที่มีผลต่อการเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิต แต่ในปัจจุบันยังขาดข้อมูลที่จะเป็นเครื่องตัดสินใจในการดำเนินนโยบาย ทางด้านการเพิ่มประสิทธิภาพของแรงงาน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนบริหารแรงงาน การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการวางแผนพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมทั้งใน ภาครัฐและ เอกชน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานได้เล็งเห็นความสำคัญที่จะรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับการ ผลิตและศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการผลิตของแรงงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็น เครื่องชี้ถึงการเปลี่ยนแปลงภาวะการผลิตของแรงงานและผู้ประกอบการอีกทั้งเป็น ตัวกระตุ้นให้ผู้ประกอบการปรับปรุงคุณภาพการผลิตของตน และของแรงงานให้มีประสิทธิภาพ สูงขึ้นช่วยให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานเมื่อเทียบกับต่างประเทศซึ่งจะเป็นผลดี ต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม กันตยา เพิ่มผล(2541) ได้กล่าวถึง การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานว่า เป็น การ ปรับปรุง แก้ไขเพิ่มเติม ความสามารถและทักษะในการทำงานของตนเองหรือผู้อื่นให้ดีขึ้น เจริญขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ อันจะทำให้ตนเองผู้อื่นและองค์การเกิดความสุขในที่สุด ซึ่งการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์การหรือการ พัฒนาสังคม นอกจากนั้นการพัฒนาตนเองกับการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานยิ่ง มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดอีกด้วย กล่าวคือประการแรกก่อนที่คนจะเข้าสู่การทำงานใน องค์การหนึ่ง ๆ นั้น บุคคลนั้นต้องมีความรู้ความสามารถมีคุณสมบัติตรงตามที่องค์การนั้น ต้องการซึ่งบุคคลจะมีคุณสมบัติตามที่ องค์การกำหนดนั้นก็จะต้องมีการพัฒนาตนเอง หรือได้รับ การพัฒนาจากสถาบันต่าง ๆ จนมีความสามารถเพียงพอที่จะเข้าสู่งาน และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประการที่สองเมื่อบุคคลเข้า สู่งานแล้ว ก็เป็นหน้าที่ขององค์การที่จะต้องพัฒนา บุคคลให้มีประสิทธิภาพ (ความสามารถ) ในการทำงานให้ดีที่สุด เพื่อประสิทธิผลขององค์การ จึงกล่าวได้ว่า การพัฒนาตนเองเพื่อพัฒนา ประสิทธิภาพการทำงานจะก่อให้เกิดประสิทธิผลของ องค์การในที่สุดนั่นเอง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

พงษ์เทพ สันติพันธ์ (2546) รายงานว่า หลักของการให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนอง ความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ ได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปโดยอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ เท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความ สะดวกสบายไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และไม่สร้าง ความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากนักเกินไป โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ ต่อผู้รับ บริการมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจาก อารมณ์หรือไม่มีความชอบใจ

มณีวรรณ ต้นไทย (2553) ได้ให้ความหมายว่า การได้รับการบริการในด้านต่าง ๆ ทำให้ เกิดความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการเลือกใช้บริการ ดังนี้ คือ

1. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ เป็นขั้นตอนการให้บริการที่ส่งมอบคุณภาพ การให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ ซึ่งจะพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ด้านความซับซ้อน

และความหลากหลายในด้านความซับซ้อนนั้นต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ ส่วนในด้านของความหลากหลายจะต้องพิจารณาถึงความอิสระและความยืดหยุ่น

2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ คือ เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตและการให้บริการ ดังนั้น เจ้าหน้าที่จะต้องมีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีความคิดเห็นที่ดี มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าเพื่อสร้างความรู้สึกระประทับใจ สามารถตอบสนองและ แก้ปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรได้

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกคือ การดำเนินการบริการจัดการของผู้ให้บริการ ซึ่งสถานที่ให้บริการเป็นสิ่งสำคัญในส่วนแรก คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง ที่จอดรถในการมาใช้บริการ และต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้บริการ เช่น น้ำดื่ม แก้วน้ำ

4. ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ภาพลักษณ์หรือสิ่งที่มีผู้บริโภครู้สึกประทับใจได้ง่าย ทางกายภาพ และเป็นสิ่งที่สื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย กลุณ ฌนาพศธ (2528) ได้ให้ความเห็นในเรื่องหลักการให้บริการที่ดีว่า มีหลักการ ดังต่อไปนี้

1. การให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของส่วนใหญ่
2. การให้บริการโดยยึดหลักความสม่ำเสมอ
3. การให้บริการโดยยึดหลักความเสมอภาค
4. การให้บริการโดยยึดหลักประหยัด

5. การให้บริการโดยยึดหลักความสะดวก กระบวนการให้บริการ การบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอน และองค์ประกอบ เช่นเดียวกับกิจกรรมอื่น โดยเริ่มจากผู้รับบริการมีความต้องการการบริการ (ปัจจัยนำเข้า) และความ ต้องการนี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้รับบริการแสวงหาการบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนได้ ดังนั้นจึงเกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ ในการที่ ผู้รับบริการจะแสดงความต้องการออกมาเพื่อที่ผู้ให้บริการเกิดการรับรู้ และมีการดำเนินการในอันที่ จะสนองตอบความต้องการนั้น (กระบวนการให้บริการ) จนผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ (ปัจจัยนำออก) ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้รับบริการ ซึ่งอาจเป็นทางบวกหรือลบก็ได้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับบริการที่ถูกตอบสนองจะเป็นไปตามความคาดหวังได้มากน้อยเพียงใด (ข้อมูลย้อนกลับ) (สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดตรัง หน้าที่ 1-7, 2545)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540, หน้า80) ได้สรุปความหมายของภาพลักษณ์ไว้ดังนี้ ภาพลักษณ์ “Image” ในด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ภาพลักษณ์ในใจ (Mental Picture) ของคนเรา อาจจะเป็นภาพที่มีต่อไม่มีสิ่งมีชีวิต หรือสิ่งที่มีชีวิต เช่นภาพที่มีต่อสถาบัน (Institution) บุคคล (Person) องค์กร (Organization) เป็นต้นซึ่งภาพเหล่านั้นอาจจะเป็นภาพที่สิ่ง เหล่าเหล่านั้นสร้างขึ้นมาให้เราเห็น หรืออาจจะเป็นสิ่งที่เรานึกคิดขึ้นเองจากจิตใจเราก็ได้

Philip Lesty (1997) ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียงอีกผู้หนึ่งได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับคำว่าภาพลักษณ์ว่า หมายถึง ความประทับใจของคนหนึ่งที่มีต่ออีกคนหนึ่ง หรือเป็นความ ประทับใจที่มีต่อองค์กร หรือสถาบันต่าง ๆ และความประทับใจนั้นจะมีผลกระทบต่อคนๆนั้น

เคลาด์ โรบินสัน และวอลเตอร์ บาร์โลว์ (Walter Barlow & Claude Robinson, n.d. อ้าง ถึงใน วิจารณ์ ลภีรัตนกุล, 2540) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับคำว่า ภาพลักษณ์ไว้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่ เกิดขึ้นในจิตใจของคนๆหนึ่ง ที่บุคคลนั้นมีความรู้สึกนึกคิดต่ออีกบุคคลหนึ่งหรือองค์กร สถาบันต่าง ๆ ซึ่งภาพในใจของบุคคลดังกล่าวนั้นอาจได้มาจาก 2 สิ่งคือ ประสบการณ์ตรง (Direct Experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience) ของคนๆนั้นเอง

วิจารณ์ ลภีรัตนกุล (2540, หน้า 81) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์มาก เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นงานที่มีส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน สถาบัน หรือองค์กร ให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดของ 9 ประชาชนทั่วไป และเพื่อผลแห่งชื่อเสียง ความเชื่อความศรัทธาจากประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือ สถาบันนั้นๆ

Massion นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ (Communication Arts) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ภาพลักษณ์ของผู้คนส่วนใหญ่มองจะเป็นภาพที่หลอกลวงและภาพลวงตา แต่แท้ที่จริงแล้วภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่ทั้งภาพที่หลอกลวงและภาพลวงตา

Kotlet (2000, p.533) ปรมาจารย์ด้านการตลาดอธิบายถึงคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) ว่า เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการ กระทำใด ๆ ก็แล้วแต่นั้นจะมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์นั้นอย่างสูง

Jefkins (1993, p.21-22) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษ ได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์กร ธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ (Corporate Image) คือ ภาพของ องค์กรใด องค์กรหนึ่ง ซึ่งจะรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จักและเข้าใจ หรือเคยได้มี ประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น ส่วนหนึ่งกระทำได้โดยอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ให้สู่สายตาประชาชนได้ง่าย เช่น เครื่องแบบ สัญลักษณ์ ต่าง ๆ

Anderson & Rubin (1986) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับ องค์กรทั้งหมด โดยองค์กรก็เปรียบเสมือนคน ซึ่งก็ย่อมจะมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันไป ในแต่ละองค์กร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริพร กุฎีรัตน์. (2544 : 91) ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “ประสิทธิภาพการให้บริการในศูนย์ เยาวชนของกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์เยาวชนสังกัดฝ่ายพัฒนาเยาวชน 1” พบว่าวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานในการให้บริการของศูนย์ศึกษา ประสิทธิภาพการให้บริการ และมีการทำสอบสมมติฐานถึงปัจจัย 3 ด้าน คือ ปัจจัยด้านการบริหาร ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านความ

พึงพอใจ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการให้บริการของศูนย์โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ผู้บริหารงานของศูนย์ 15 คน และสมาชิกศูนย์ 15 ศูนย์ จำนวน 824 คน

สมหญิง เปี่ยมฤทัย (2556) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง 1)ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพทางด้าน การบริการ ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด สาขาเมืองตราด 2)เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด สาขาเมืองตราด จำแนก ตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด สาขาเมืองตราด ในปีงบประมาณ 2555 จำนวน 300 คนเครื่องมือที่ใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งได้ค่า ความเชื่อมั่นเท่ากับ .85 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t - test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว F-test (One -Way ANOVA) ผลการวิจัย 1) ประชาชนผู้มาขอรับบริการเห็นด้วยมาก ในการให้บริการในด้านต่าง ๆ ทั้ง 5 ด้าน และมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านดังนี้ ด้านการบริการได้แก่ พนักงานแต่งกายสะอาด สุขภาพเรียบร้อย ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกหน่วยงาน ได้แก่ ความรู้สึกปลอดภัย เมื่อเข้ามาติดต่อ ราชการ ด้านสภาพแวดล้อมภายในหน่วยงาน ได้แก่ การจัดสำนักงานมีความเป็นระเบียบและคล่องตัว ในการติดต่อ ด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในด้าน สรรพสามิตทันตามความต้องการ และด้านระบบสารสนเทศ ได้แก่ ความเพียงพอของจำนวนเจ้าหน้าที่ ให้บริการในเวลาปกติ 2) การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้มารับบริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการ ให้บริการของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด สาขาเมืองตราด จำแนกตามลักษณะประชากร เป็นดังนี้ ผู้รับบริการที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการ ให้บริการของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด สาขาเมืองตราด ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นผู้รับบริการ ที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดตรัง (2553) ประสิทธิภาพการให้บริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ระดับประสิทธิภาพการให้บริการวิชาการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระ เกียรติจังหวัดตรังและเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขการบริหารวิชาการของ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดตรัง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา วิจัย นักศึกษาที่กา ลงศึกษาอยู่ระดับ ชั้น ปริญญาตรี ปริญญาโท และบุคคลทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการ วิชาการที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดตรัง ในการศึกษาได้ กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 300 ชุด ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิภาพการ ให้บริการวิชาการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดตรังจากผล การศึกษาวิจัยในภาพรวม พบว่าประสิทธิภาพการ ให้บริการอยู่ในระดับ สูง พิจารณาระดับ ประสิทธิภาพการบริการวิชาการในแต่ละด้าน จะพบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับ สูงสุด รองลงมาคือด้านกระบวนการขึ้น ตอนการ ให้บริการและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประสิทธิภาพการให้บริการวิชาการอยู่ในระดับ ปานกลาง

พรชัย พงษ์ดี(2555) ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานบำรุงรักษาทางในเขตเทศบาล นคร นครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับบริการและเพื่อ ประเมิน ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานบำรุงรักษาทางในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา โดยใช้ แบบสอบถาม จำนวน 82 ชุด เก็บข้อมูลจาก 82 ชุมชนในเขตเทศบาลโดยไม่มีการแบ่งแยกกลุ่มผู้มา รับบริการเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ การวิเคราะห์ 23 ปัญหาและนำข้อมูลที่ได้ จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีทางสถิติเพื่อแจกแจงความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า งานบำรุงรักษาทางส่วนการโยธาสำนัก การช่างเทศบาลนครนครราชสีมา มี ระบบและชั้น ตอนการขอใช้บริการที่สะดวกรวดเร็วความรู้ ความ สามารถและทักษะของเจ้าหน้าที่ที่ ให้บริการสูง บุคลากรที่มีทักษะในการปฏิบัติงาน ให้ความ ปลอดภัยแก่ประชาชนในชุมชน มีการแจ้ง ระยะเวลาในการบำรุงรักษาทางแจ้งเตือนล่วงหน้าก่อน เข้าดำเนินการและคุณภาพทางที่ได้รับการซ่อมแซม แล้วอยู่ในเกณฑ์ดี

นันทพร อารมณฺ์ชื่น (2558)การศึกษาการวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ องค์กร ที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของพนักงาน บริษัท MOCAPในการใช้สิทธิ ประกันสังคม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการ และ ภาพลักษณ์องค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของผู้ประกันตนในการใช้ สิทธิประกันสังคมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบริษัท MOCAP จำนวน 250 คน โดยใช้ สถิติในการศึกษาครั้งนี้คือค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) และค่าความเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard deviation) และวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis; MRA) เพื่อเป็นการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระหลายตัวแปร จากผลการวิจัยพบว่า ด้านประสิทธิภาพการ ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ภาพลักษณ์ องค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96และการเลือกใช้บริการ สถานพยาบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 มีผลต่อ การเลือกใช้บริการสถานพยาบาลอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

อดิษฐ์ นิมิตรสถาพร (2544 : 22) ได้ศึกษาภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาประชาชน ใน เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับ ศาลปกครองแตกต่างกัน ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันเช่น ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความรู้เกี่ยวกับศาลปกครองแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารของประชาชนมีความสัมพันธ์ กับ ทศนคติของประชาชนต่อศาลปกครอง และยังมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ศาลปกครองในสายตา ประชาชน นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาของประชาชน คือ เป็นองค์กรที่มีความ ยุติธรรม ให้ความเป็นธรรม ในขณะที่ภาพลักษณ์ในทางลบของศาลปกครองในสายตาประชาชน ส่วนใหญ่ คือ ศาล ปกครองยังมีความคลุมเครือในบทบาทหน้าที่ส่วนภาพลักษณ์ที่เป็นกลาง คือ ศาลปกครองเป็นองค์กรอิสระที่ ตั้งใหม่ อีกทั้งระดับภาพลักษณ์โดยรวมของศาลปกครองในสายตาประชาชนเป็นกลาง โดยภาพลักษณ์ศาล ปกครองด้านบวกที่สูงสุด คือ ประเด็นองค์กรที่มีความโปร่งใส ในการทำงาน และประเด็นที่เป็นองค์กรทาง การเมืองที่มีความน่าเชื่อถือในการทำงาน

รัตนา ปัญญาดี (2542 : 65) ได้ศึกษาภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาประชาชนและสื่อมวลชน พบว่า ภาพลักษณ์รวมของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาประชาชนอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกภาพลักษณ์แต่ละด้านพบว่าภาพลักษณ์ ด้านบทบาทและการปฏิบัติงานอยู่ในระดับไม่ดี ภาพลักษณ์ด้านบุคลากรและการบริการและภาพลักษณ์ ด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนภาพลักษณ์ผู้บริหารอยู่ในระดับดี ภาพลักษณ์ของสำนักงาน อัยการสูงสุดในสายตาสื่อมวลชนอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยสื่อมวลชนตั้งข้อสังเกตว่าสำนักงาน อัยการสูงสุดขาดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและควรทำงานเพื่อประชาชนอย่างจริงจัง

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่จริง โดยผู้วิจัยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เพื่อดำเนินการศึกษาสิ่งที่เกิดขึ้นจริงตามธรรมชาติของการกระทำดังกล่าว ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional Study) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยได้เลือกใช้เครื่องมือการเก็บข้อมูลการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้บริโภคของร้านเรซินอาร์ท ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเอามาวิเคราะห์สถิติ เพื่อการตอบข้อสมมติฐานของการวิจัยในเรื่องที่กำลังศึกษานี้ ซึ่งการวิจัยนี้เป็นวิธีวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามทั้งแบบปลายปิดและแบบปลายเปิด โดยในส่วนของแบบสอบถามปลายปิดผู้วิจัยมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพด้านการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความถูกต้อง ด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเต็มใจ

ภาพลักษณ์ประกอบด้วย ด้านองค์กร ด้านพนักงาน ด้านบริการ และการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ทประกอบด้วย ด้านการให้บริการของพนักงาน และด้านลักษณะทางกายภาพ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามแบบปลายเปิดที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท มีจำนวนข้อคำถาม 1 ข้อ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความน่าเชื่อถือ มาจัดทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลโดยการสุ่มแบบสะดวก และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติทดสอบแบบ t-test

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานร้านเรซินอาร์ท สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ทโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการของพนักงาน และ ด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน
2. ผลการวิเคราะห์ ประสิทธิภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ทสามารถสรุปผลการวิจัยดังนี้
 - 2.1 ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเต็มใจ และภาพลักษณ์ด้านบริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท
 - 2.2 ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความถูกต้อง ภาพลักษณ์ด้านองค์กร และภาพลักษณ์ด้านพนักงานไม่ มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
 - 1.1 ด้านการให้บริการ โดยผู้บริโภคร้านเรซินอาร์ทส่วนใหญ่ ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในการให้บริการต่อผู้รับบริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับสมิต สัจฉกร (2547:58-60) กล่าวไว้ว่าแนวคิดในการดำเนินการสำหรับองค์กรต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับงานด้านการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสำเร็จต่อ องค์กรนั้น ๆ ทำอย่างเท่าเทียมกัน: คนส่วนมากต้องการสิทธิพิเศษ และเรียกร้องที่จะรับบริการ ที่ดีกว่าหรือเหนือกว่าผู้อื่น หากเราแสดงออกให้คนต่าง ๆ เห็นว่าเราให้แก่คนเดียว แต่ทำความไม่พอใจ ให้แก่คนเดียว แต่ทำความไม่พอใจให้แก่คนอีกจำนวนมาก Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985:158-159) กล่าวไว้ว่า คุณภาพในสายตา ผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อผู้บริการคือ การเอาใจใส่ (Understanding) หมายถึง ความพยายามที่จะเข้าถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสำคัญแก่ลูกค้าทุกคนซึ่งสอดคล้องกับ
 - 1.2 ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยผู้บริโภคร้านเรซินอาร์ทส่วนใหญ่ ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในข้อร้านมีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับ Dunne & Lusch (2008) และ Hasty & Reardon (1997) อธิบายว่าการออกแบบตกแต่ง ภายใน คือการจัดวางแผนผังภายใน

ร้าน การโชว์ จัดเรียงสินค้า รวมไปถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ภายใน ร้านเช่น แสง สี เสียง เป็นต้นศุสิทธิ์ รุ่งสาคร (2556) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้แก่ การจัดเรียงสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ การติดป้ายราคา ความสะอาดของร้าน และบรรยากาศร้านที่ดี

2. ผลการศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ทโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความเท่าเทียมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคร้านเรซินอาร์ทส่วนใหญ่ ให้ระดับประสิทธิภาพในข้อพนักงานให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง มากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับพงษ์เทพ สันติพันธ์ (2546) รายงานว่า หลักของการให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนอง ความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ ได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปได้อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ เท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความ สะดวกสบายไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และไม่สร้าง ความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากเกินไป โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ ต่อผู้รับ บริการมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจาก อารมณ์หรือไม่มีความชอบ สอดคล้องกับ มณีวรรณ ต้นไทย (2553) ได้ให้ความหมายว่า การได้รับการบริการในด้านต่าง ๆ ทำให้ เกิดความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการเลือกใช้บริการ ดังนี้ คือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ คือ เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตและการให้บริการ ดังนั้น เจ้าหน้าที่จะต้องมีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีความคิดเห็นที่ดี มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าเพื่อสร้างความรู้สึกประทับใจ สามารถตอบสนองและ แก้ปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรได้

2.2 ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือได้มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคร้านเรซินอาร์ทส่วนใหญ่ ให้ระดับประสิทธิภาพกับพนักงานบริการได้อย่างสม่ำเสมอมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับ ทิทาวดี เมฆสวรรค์ (2538) ได้กล่าวถึง ประสิทธิภาพไว้ว่ามีความหมายรวมถึง ผลิตภาพ และประสิทธิภาพ โดยประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่วัดได้หลายมิติ ตามแต่วัตถุประสงค์ที่ต้องการพิจารณา คือ ประสิทธิภาพในมิติของกระบวนการบริหาร (Process) ได้แก่ การท างานที่ได้ มาตรฐานรวดเร็ว ถูกต้อง และใช้เทคนิคที่สะดวกและง่ายขึ้นกว่าเดิม สอดคล้องกับ วรัชยา ศิริวัฒน์ (2547:149) ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง ความรู้ ความเชี่ยวชาญของการให้บริการ ความถูกต้องแม่นยำ ของการให้บริการ ได้รับความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจจากผู้ให้บริการ ให้บริการตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็ว ระบบการให้บริการครบถ้วน สมบูรณ์และทันสมัย ในการบริการ

2.3 ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความเต็มใจได้มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคร้านเรซินอาร์ทส่วนใหญ่ ให้ระดับประสิทธิภาพกับพนักงานมีอารมณ์ที่มั่นคงมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับสมิต สัจฉกร (2547:58-60) เป็นแนวคิดในการดำเนินการสำหรับองค์กรต่าง ๆ ที่

เกี่ยวข้องกับงานด้านการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสำเร็จต่อ องค์กรนั้น ๆ การให้บริการเป็นกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุบนิสัยและอารมณ์แตกต่างกันไป ในแต่ละบุคคลและแต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตาม การบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้ ทำด้วยความเต็มใจ การบริการเป็นเรื่องของจิตใจ ถ้ามีความรักในงานบริการก็จะทำทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจและเต็มใจ ผลของการกระทำก็มักจะ เกิดขึ้นด้วยดีสอดคล้องกับสมิต สัจฉกร (2547:58-60) เป็นแนวคิดในการดำเนินการสำหรับองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสำเร็จต่อ องค์กรนั้น ๆ การให้บริการเป็นกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุบนิสัยและอารมณ์แตกต่างกันไป ในแต่ละบุคคลและแต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตาม การบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้ ทำด้วยความเต็มใจ อารมณ์ที่มั่นคง การบริการเป็นเรื่องของจิตใจ ถ้ามีความรักในงานบริการก็จะทำ ทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจและเต็มใจ ผลของการกระทำก็มักจะ เกิดขึ้นด้วยดี

3. ผลการศึกษาภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ทโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

3.1 ภาพลักษณ์ด้านด้านการให้บริการได้มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้บริโภคร้านเรซินอาร์ทส่วนใหญ่ ให้ระดับความสำคัญกับผู้ให้บริการได้รับบริการจัดส่งด้วยความรวดเร็วที่สุดซึ่งสอดคล้องกับฉัตรพร เสมอใจ (2549:109) ได้กล่าวถึงคุณภาพบริการคือ บริการที่มาจากผู้ให้บริการ ที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถดี เครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัย และมีคุณภาพ จะส่งผลให้บริการนั้นมี คุณภาพดี ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ต้นทุนของการบริการสูงตามไปด้วย สอดคล้องกับ พลฤทธิ์ จิระเสวี (2550: 10)คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่ดี มีความเหมาะสมทั้งเวลา สถานที่ รูปแบบลักษณะทางจิตวิทยา โดยใช้แรงงานมนุษย์เพื่อสนอง ความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการมีความประทับใจในด้านบวกอยากกลับมาใช้บริการอีกและมีการบอกต่อไปยังผู้อื่นทางที่ดี

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารควรที่จะให้ความสำคัญกับ ด้านการให้บริการของพนักงาน และ ด้านลักษณะทางกายภาพอย่างเท่าเทียมกัน
2. ผู้บริหารควรจะให้ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการให้บริการด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเต็มใจ และภาพลักษณ์ด้านบริการเพราะมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท
3. ผู้บริหารควรจะให้ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการให้บริการด้านภาพลักษณ์ด้านองค์กร และภาพลักษณ์ด้านพนักงานไม่ มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเรซินอาร์ท

เอกสารอ้างอิง

- จุมพจน์ วณิชกุล. (2549). ระบบสารสนเทศสำหรับการบริหาร. (ออนไลน์).
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2548). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ทวี กุลคำธร. (2550). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลตำบล.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2547). ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่. กรุงเทพฯ : แชนโพร่ ปริ้นติง. 68.
- ธรรมศาลาจังหวัดนครปฐม. ภาคนิพนธ์. บธ.ม. (การจัดการบริการ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- นุชวรรณ ทองบ่อ. (2544). One Stop Service. กรุงเทพฯ : สามัคคีการพิมพ์.
- ภควัน ธรรมพันธ์. (2545). การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- ภัทรา พงษ์การุณ. (2550). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาล จุฬาลงกรณ์. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการบริการ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนดุสิต.
- วรรณวดี พูลพอกสิน. (2544). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการในโครงการบัตร ประกันสุขภาพ จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์. สส.ม. (สังคมสงเคราะห์). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิทยา รัตนอารมณ์. (2550). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของสำนักงานสรรพากร พื้นที่ สาขาเขาชัยสน. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ศิริพร กุฎีรัตน์. (2544). ประสิทธิภาพการให้บริการในศูนย์เยาวชนของ กรุงเทพมหานคร : ศึกษา เฉพาะ กรณีศูนย์เยาวชนสังกัดฝ่ายพัฒนาเยาวชน1. วิทยานิพนธ์ สส.ม. (การพัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). การจัดการจากมุมมองนักบริหาร. กรุงเทพฯ : จี พี ไซเบอร์พริ้นท์.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2543). การสร้างบริการสร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สมิต สัจฉกร. (2546). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ : สายธาร. สาคร สุข.