

ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

ยุทธการ ประมวลศิลป์^{1*} และ ชื่นจิตต์ แจ่มเจนนิก¹

¹โครงการปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

*yutthakam.p@ku.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ใช้บริการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำนวน 398 คน วิจัยเชิงปริมาณโดยใช้ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t - test F-test

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก และปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการรับบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ในด้านการให้ความรู้ลึก เชื่อมั่น (Assurance) ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่า ส่วนใหญ่สถานภาพทางธุรกิจ เป็นผู้ประกอบการ วัตถุประสงค์ที่เข้ารับบริการปรึกษาแนะนำเพื่อพัฒนาธุรกิจขยายตลาด วัตถุประสงค์ที่เข้ารับบริการปรึกษาแนะนำเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม ความต้องการที่เข้ารับบริการ ฝึกอบรม/สัมมนาเชื่อมโยงธุรกิจ การทราบถึงแหล่งข่าวโครงการกิจกรรมผู้รับบริการเข้ามาติดต่อที่หน่วยงานด้วยตัวเอง บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเข้ารับบริการปรึกษาแนะนำตนเอง และการตัดสินใจเข้ารับบริการปรึกษาแนะนำตัดสินใจทันทีเมื่อทราบถึงโครงการใหม่ และปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ประเภทธุรกิจ ตำแหน่งหน้าที่ รูปแบบธุรกิจที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

SATISFACTION OF ENTREPRENEURS TOWARD SERVICE QUALITY OF DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PROMOTION, MINISTRY OF INDUSTRY

Yutthakarn Pramuansin^{1*} and Chuenjit Changchenkit¹

¹Master of Business Administration Evening Program Faculty of Business Administration Kasetsart University

*yutthakarn.p@ku.th

Abstract

The objectives of this study were to study entrepreneurs' satisfaction with service quality provided by the Department of Industrial Promotion, to study entrepreneurs' satisfaction with service quality provided by the Department of Industrial Promotion, classified by personal factors, to study entrepreneurs' behavior of using the service provided by the Department of Industrial Promotion, and to study entrepreneurs' behavior of using the service provided by the Department of Industrial Promotion, classified by personal factors. The sample of this study was 398 service users of the Department of Industrial Promotion. This study used a quantitative research method. A questionnaire was used as a research instrument. Data collected were then analyzed using statistics, including frequency, percentage, mean, standard deviation, t - test, F-test

The results of this study indicated that overall satisfaction of the respondents with the service quality provided by the Department of Industrial Promotion was at a high level. The respondents with different educational level had different satisfaction with the service quality provided by the Department of Industrial Promotion in terms of Assurance with a statistical significance level of .05. In terms of behavior of using the service provided by the Department of Industrial Promotion, most of them were Entrepreneurs; the purpose of using the service was to ask for advice to develop and expand the market as well as products and innovative products. The respondents had the needs for taking business training / seminar. Exposure to information was through service recipients coming to contact the Department of Industrial Promotion by themselves. The most influential person for taking the service was oneself. The respondents made their decision to receive counseling services immediately when new projects have been known. The respondents with different personal factors, namely gender, age, type of business, position, business model had different behavior of using the service provided by the Department of Industrial Promotion with a statistical significance level of .05.

Keywords: Satisfaction, Quality of Service, Department of Industrial Promotion.

1. บทนำ

ประเทศไทยมีแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปัจจุบัน ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 -2564) โดยได้ให้ความสำคัญกับการยกระดับขีดความสามารถของ SMEs ให้เติบโตเข้มแข็ง และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ผ่านแนวคิดการสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ในด้านต่าง ๆ อาทิ ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลก เป็นต้น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ได้มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนา SMEs โดยมองว่าผู้ประกอบการ SMEs เป็นหน่วยเศรษฐกิจฐานรากที่สำคัญของประเทศไทยทั้งในด้านการจ้างงาน ผลผลิตมวลประชาชาติ และการส่งออก ทั้งนี้ โดยจุดแข็งที่สำคัญของ SMEs ไทยคือมีการใช้ปัจจัยการผลิตในประเทศ สามารถเข้าถึงตลาดเฉพาะตลาด

ระดับกลางหรือระดับบนซึ่งต้องการสินค้าและบริการที่จะตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้ รวมทั้งมีความคล่องตัวในการปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ดีกว่ากิจการขนาดใหญ่ แต่จุดอ่อนที่สำคัญของ SMEs ไทย เนื่องจากผู้ประกอบการและแรงงานขาดความสามารถ ทักษะในการคิด การปฏิบัติ ขาดการใช้เทคโนโลยีและ ICT และ ขาดความรู้ในการสร้างนวัตกรรมในด้านการผลิต การจัดการ โดยโอกาสสำหรับ SMEs ไทยในระยะ 5 ปีข้างหน้า ได้แก่ แนวโน้มการทาวิสานกิจสมัยใหม่เอื้อต่อ SMEs มากขึ้น ทั้งในด้านการจัดจ้างคนงานนอก การกระจายงานที่ไม่ใช่วิสาหกิจหลัก การกระจายงานตามห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ รัฐบาลยังให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาและการส่งเสริม SMEs มากขึ้น ทำให้มีการพัฒนาเครื่องมือในการส่งเสริมขึ้นมาหลายประเภททั้งเครื่องมือการเงิน ภาษี และอื่น ๆ เพื่อสนับสนุนการทาวิสานกิจ แต่ก็ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาของ SMEs ได้ตรงความต้องการของ SMEs

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและพัฒนา SMEs โดยมีพันธกิจหลัก ในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรม SMEs ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ส่งเสริมการสร้าง ความเข้มแข็งของหน่วยงานให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล โดยได้ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการกว่า 116,190 ราย (ระบบฐานข้อมูลผู้รับบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมปี 2560 – 2562) โดยผ่านการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและแก้ปัญหาให้กับ SMEs ไทย ทั้งนี้ในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ต้องสามารถแก้ไขปัญหาและความต้องการของ SMEs ได้ โดยในปี 2563 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีนโยบายที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบ และวิถีทางงานเพื่อพัฒนา SMEs ในทุก ๆ อุตสาหกรรม โดยกรมจะปรับโครงสร้างหน่วยงานภายใน เพื่อมุ่งเน้นการส่งเสริมอุตสาหกรรม อย่างเต็มประสิทธิภาพและเปลี่ยนแปลงบทบาทศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคให้เน้นพัฒนาผู้ประกอบการทุกด้าน รวมถึงปรับเปลี่ยนการให้บริการของศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรม 4.0 (ITC 4.0) ให้สะดวกรวดเร็วขึ้น ขณะเดียวกัน เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาการให้บริการผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอีก 16,200 ราย และคาดว่า SMEs จะมีรายได้ 13,000 ล้านบาท ในปี 2563 (เอกสารประกอบการประชุมผู้บริหาร กสอ. ครั้งที่ 59-3/2563 วันที่ 9 มกราคม 2563) ทั้งนี้เพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ดังนั้นถือได้ว่าความพึงพอใจของผู้ประกอบการ จึงเป็นหัวใจสำคัญที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีความสนใจและตอบสนององค์กรให้ประสบผลสำเร็จ

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ทำให้ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจจะศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการเพิ่มขึ้นในการช่วยสนับสนุน SMEs ไทยต่อไปในอนาคต

1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.1.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- 1.1.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- 1.1.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจ าแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

- 1.1.4 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจ าแนกตามลักษณะ

1.2 สมมติฐานในการศึกษา

1.2.1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ต าแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องในการทำงาน รูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการรับบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม แตกต่างกัน

1.2.2 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ต าแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องในการทำงาน รูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม แตกต่างกัน

2. เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาจากผู้บริโภคว่ามีพฤติกรรมในการตัดสินใจ รวมถึงพฤติกรรมการซื้อและ/หรือใช้สินค้าและบริการอย่างไร ซึ่งคำถามที่ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ได้แก่ ใคร (Who) อะไร (What) ทำไม (Why) ใครมีส่วนร่วม (Whom) เมื่อไร (When) ที่ไหน (Where) และอย่างไร (How) เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบ 7Os ได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ความต้องการ (Objects) วัตถุประสงค์ (Objectives) กลุ่มอิทธิพล (Organizations) โอกาส (Occasions) ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) และขั้นตอน (Operation) (Philip Kotler : 2016)

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคได้ว่า การที่จะทำให้บุคคลเกิดแรงจูงใจมีพฤติกรรมอย่างไร พฤติกรรมบางพฤติกรรมเกิดจากสาเหตุที่ซับซ้อน แต่พฤติกรรมบางอย่างถึงแม้จะเหมือนกัน แต่สาเหตุการเกิดพฤติกรรมก็แตกต่างกันออกไป แรงจูงใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในบุคคลที่เป็นแรงผลักดันในมนุษย์ให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อที่จะสนองความต้องการที่เกิดขึ้นให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมจะเกิดขึ้นต่อเมื่อมีการจูงใจก่อนที่จะเกิดพฤติกรรมใด ๆ ย่อมจะต้องมีความต้องการและแรงขับ เห็นได้ว่าพฤติกรรมที่ถูกจูงใจย่อมจะก่อให้เกิดความพยายามอย่างต่อเนื่องและฉับพลันเป็นแรงขับที่เกิดขึ้นในสภาวะทางร่างกาย (Homeostasis) และเพื่อให้ร่างกายกลับสู่ความสมดุลของร่างกายดังเดิม

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Parasuraman, Ziethamland and Berry (2013) ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ (Satisfaction of Service Quality) ให้บริการส่งผลในเชิงบวกอย่างมากเกี่ยวกับความตั้งใจในพฤติกรรมอันพึงประสงค์ของผู้รับบริการโดยมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำหรือกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้ง มาประยุกต์ใช้ในการวัดคุณภาพความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยเลือกใช้คุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ดังนี้ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) การเอาใจใส่ (Empathy)

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Shelly (1975) แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้มีความสุข ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ และความรู้สึกนี้ทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความรู้สึกนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ ดังนั้น ความรู้สึกในทางบวก ความรู้สึกในทางลบ และความสุขมีความสัมพันธ์กัน อย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

กรอบแนวคิดการศึกษา

ตัวแปรอิสระ

- ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล**

 1. เพศ
 2. อายุ
 3. ระดับการศึกษา
 4. ตำแหน่ง
 5. ประเภทธุรกิจ
 6. ประสบการณ์ทำงาน
 7. รูปแบบธุรกิจ

- ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม**

 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)
 2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)
 3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive)
 4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)
 5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

(Ziethaml, Parasuraman & Berry 2013)
- พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม**

 1. กลุ่มเป้าหมาย (Occupants)
 2. ความต้องการ (Objects)
 3. วัตถุประสงค์ (Objectives)
 4. กลุ่มอิทธิพล (Organizations)
 5. โอกาส (Occasions)
 6. ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets)
 7. ขั้นตอน (Operation)

(Philip Kotler 2016)

3. วิธีดำเนินการศึกษา

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าผู้ใช้บริการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จ นวน 116,190 ราย (ระบบฐานข้อมูลผู้รับบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมปี 2560 – 2562)

ทางการคัดเลือกขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยเน้นปริมาณ และพิจารณาจากลักษณะ ลูกค้าผู้ใช้บริการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีจำนวน 116,190 ราย คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรโดยใช้ การคำนวณของ Yamane (กัลยา วานิชย์บัญชา: 2550) เพื่อส ารวจประชากรข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเกิดความใกล้เคียงความจริงมากที่สุด ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 398 กลุ่มตัวอย่างแล้วแบ่งตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจนครบ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาคครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งกลุ่มคำถามออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของฝ่ายบริหาร และองค์กร เพื่อนำข้อมูลมาบรรยายลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น ลักษณะงาน ตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบประสบการณ์การทำงานของผู้ตอบ ประเภทธุรกิจ ลักษณะธุรกิจเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และลักษณะค ำถามเป็นแบบเลือกรายการตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีลักษณะค ำถามเป็นแบบเลือกรายการตอบ (Check List)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการรับบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมมีลักษณะการลงคะแนนจะใช้ Likert scale

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) และ t- test F-test สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

4. ผลการศึกษา

4.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ

ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	SD	ความหมาย
ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibility)	3.53	0.619	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	3.66	0.542	มาก
ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)	3.53	0.609	มาก
ด้านการให้ความรู้สึก เชื้อมนั่น (assurance)	3.72	0.681	มาก
ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	4.02	0.676	มาก
รวม	3.75	0.527	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{x}=3.75$, $SD= 0.527$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก อันดับที่ 2 คือ ด้านการให้ความรู้สึก เชื่อมมั่น (assurance) มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก อันดับที่ 3 คือ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก อันดับที่ 4 คือ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibility) มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก และ อันดับที่ 5 คือ ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก

4.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ตารางที่ 2 แสดงค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการ

พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการ		จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพหรืออาชีพ	ผู้ประกอบการ SMEs	245	61.56
วัตถุประสงค์ที่เข้ารับบริการปรึกษาแนะนำ เพื่อพัฒนาธุรกิจ	ขยายตลาด	105	26.38
วัตถุประสงค์ที่เข้ารับบริการปรึกษาแนะนำ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์	พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม	137	34.42
ความต้องการที่เข้ารับบริการ ฝึกอบรม/สัมมนา	เชื่อมโยงธุรกิจ	54	13.57
การทราบถึงแหล่งข่าวโครงการกิจกรรม	ผู้รับบริการเข้ามาติดต่อที่ หน่วยงานด้วยตัวเอง	110	27.64
บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเข้ารับบริการปรึกษาแนะนำ	ตนเอง	144	36.18
การตัดสินใจเข้ารับบริการปรึกษาแนะนำ	ตัดสินใจทันทีเมื่อทราบถึง โครงการใหม่	180	45.23

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่า ส่วนใหญ่ สถานภาพหรืออาชีพผู้ประกอบการ SMEs ร้อยละ 61.56 วัตถุประสงค์ที่เข้ารับบริการปรึกษาแนะนำเพื่อพัฒนาธุรกิจขยายตลาด ร้อยละ 26.38 วัตถุประสงค์ที่เข้ารับบริการปรึกษาแนะนำเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม ร้อยละ 34.42 ความต้องการที่เข้ารับบริการ ฝึกอบรม/สัมมนาเชื่อมโยงธุรกิจ ร้อยละ 13.57 การทราบถึงแหล่งข่าวโครงการกิจกรรม ผู้รับบริการเข้ามาติดต่อที่หน่วยงานด้วยตัวเอง ร้อยละ 27.64 บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเข้ารับบริการปรึกษาแนะนำตนเอง ร้อยละ 36.18 และการตัดสินใจเข้ารับบริการปรึกษาแนะนำตัดสินใจทันทีเมื่อทราบถึงโครงการใหม่ ร้อยละ 45.23

4.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการรับบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล	t-test	F-test	Sig.
เพศ	-0.614		0.540
อายุ		0.752	0.628
ระดับการศึกษา		3.075	0.047*
ประเภทธุรกิจ		0.889	0.447
ตำแหน่งหน้าที่		0.691	0.558
ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องในการท างาน		0.991	0.397
รูปแบบธุรกิจ		0.222	0.881

*Sig. < .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการรับบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และด้านการให้ความรู้สึกเชื่อมั่น (assurance) แตกต่างกันอย่างมีนัยส คัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จ าแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล	t-test	F-test	Sig.
เพศ	-2.483		0.013*
อายุ		2.337	0.024*
ระดับการศึกษา		0.686	0.504
ประเภทธุรกิจ		2.833	0.038*
ตาแหน่งหน้าที่		3.165	0.024*
ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องในการท งาน		0.978	0.403
รูปแบบธุรกิจ		25.060	0.000*

*Sig. < .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทธุรกิจ ตำแหน่งหน้าที่ รูปแบบธุรกิจที่ แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยส คัญทางสถิติ .05

5. สรุปผลการศึกษา

5.1 ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก

5.2 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่า ส่วนใหญ่สถานภาพหรืออาชีพผู้ประกอบการ SMEs วัตถุประสงค์ที่เข้ารับบริการปรึกษาแนะนำเพื่อพัฒนาธุรกิจขยายตลาด วัตถุประสงค์ที่เข้ารับบริการปรึกษาแนะนำเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม ความต้องการที่เข้ารับบริการ ผูกอบรม/สัมมนาเชื่อมโยงธุรกิจ การทราบถึงแหล่งข่าวโครงการกิจกรรมผู้รับบริการเข้ามาติดต่อที่หน่วยงานด้วยตัวเอง บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเข้ารับบริการปรึกษาแนะนำ ตนเอง และการตัดสินใจเข้ารับบริการปรึกษาแนะนำ ทัดสินใจทันทีเมื่อทราบถึงโครงการใหม่

5.3 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการรับบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และด้านการให้ความรู้สึกเชื่อมั่น (assurance) แตกต่างกันอย่างมีนัยส คัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.4 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทธุรกิจ ตำแหน่งหน้าที่ รูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยส คัญทางสถิติ .05

6. อภิปรายผลการศึกษา

ในการอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย และสมมติฐานการวิจัย แต่ละข้อต่อไปนี้

6.1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับอยู่ในระดับมาก โดยเรียงล าดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการให้ความรู้สึกเชื่อมั่น ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ และอันดับที่ 5 คือ ด้านการตอบสนอง การได้ผลการวิจัยดังกล่าวนี้สามารถอธิบายได้ว่า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในด้านการดูแลเอาใจใส่มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะ

ให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ ด้านการให้ความรู้สึก เชื่อมมั่นมีความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด ด้านความน่าเชื่อถือมีความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับต้องการที่ให้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของของการบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้ ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับ ชมพูนุช ต้นพานิชและคณะ (2555) ได้ศึกษาและพัฒนาการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม โดยพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการใน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ในรายด้านต่อไป ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ มีรองลงมาคือ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความเสร็จสมบูรณ์ของการให้บริการกับด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตามล าดับ

6.2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจ านกตามลักษณะส่วนบุคคล

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ ตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องในการทำงาน รูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการรับบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่าปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการรับบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ในด้านการให้ความรู้สึกเชื่อมั่น (Assurance) ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เนื่องจากผู้ประกอบการที่ใช้บริการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ส่วนใหญ่จะมีระดับศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ทำให้ผู้ประกอบการเต็มความพร้อมในหาข้อมูล เพื่อขอค ณะนาในการประกอบการจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม อย่างเต็มที่ เพื่อหาคำตอบที่ก่อเกิดปัญหาและแนวทางการแก้ไข การดำเนินงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีบุคลากรที่พร้อมให้บริการแก่ผู้ประกอบการได้ทันที ซึ่งเกิดจากความรู้ ความสามารถ และมารยาทของบุคลากร รวมถึงมีความเต็มใจในการให้บริการตามความต้องการของผู้ประกอบการและสร้างความมั่นใจในการให้บริการที่เป็นไปตามค าศึกษาจึงมีผลให้ผู้ประกอบการเกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นรากร รุจินันทรกุล (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับรู้อัตลักษณ์ การให้บริการของผู้ให้บริการศูนย์บริการรวม กระทรวงแรงงาน : กรณีศึกษาจังหวัดล าดับ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนปัจจัยบุคคลคือ อายุ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ที่มีผลต่อการรับรู้อัตลักษณ์การให้บริการของศูนย์บริการรวมกระทรวงแรงงานสาขาบักชี จังหวัดล าดับ แตกต่างกันอย่างมีนัยส าคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6.3. เพื่อหาศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจ านกตามลักษณะส่วนบุคคล

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ ตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องในการทำงาน รูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่าปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทธุรกิจ ตำแหน่งหน้าที่ รูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม สอดคล้องกับ ฉัตรชญา วิเศษกุล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความส าคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการสหกรณ์การเกษตรเกาะกึ่ง-กึ่ง จากัดของเกษตรกรในอำเภอทิว จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า เพศ อายุ สถานภาพการสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการอย่างมีนัยส าคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

7. ข้อเสนอแนะ

7.1. จากผลการศึกษา พบว่ากรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับมากถึง 5 ด้าน ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความรู้สึก เชื่อมั่น (Assurance) ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) แต่เนื่องจากว่าด้านการตอบสนอง (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ควรมีการพัฒนาต่อไปนี้ อาทิ ระยะเวลาในให้บริการมีความเหมาะสม เวลาที่ใช้ในการดำเนินการขั้นตอนต่าง ๆ มีความรวดเร็วเหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการตามที่ลูกค้าร้องขอ ด้านองค์ความรู้ ความชำนาญที่ให้บริการ ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน ควรมีการแจ้งนัดหมายล่วงหน้า หากมีการเปลี่ยนแปลงเวลาการ เป็นต้น

7.2. ผู้บริหารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการลดขั้นตอนในการให้บริการ ผู้ประกอบการหรือเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและแก้ปัญหาให้กับผู้ประกอบการได้อย่างรวดเร็ว และการพัฒนาเจ้าหน้าที่โอกาสมีการอบรมด้านการให้คำปรึกษาแก่เจ้าหน้าที่และการแก้ปัญหา โดยจัดอบรมเจ้าหน้าที่ให้เป็นผู้ให้บริการมืออาชีพ เพื่อสร้างความมั่นใจและองค์ความรู้ในการแนะนำผู้ประกอบการต่อไป

7.3 จากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำแนกตามอายุ พบว่า อายุ 20-25 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่เพิ่งเริ่มทำธุรกิจ หรือ ผู้ประกอบการอายุน้อย (Young Entrepreneur) หรือ เป็นกลุ่มนักศึกษาจบใหม่ ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะต้องหาหน้าที่แนะนำการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยต้องประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพราะจากสมมติฐานดังกล่าวพบว่า ช่วงอายุ 20-25 ปี มีความสนใจเข้ารับบริการปรึกษาแนะนำ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจเข้ารับบริการมากที่สุดด้วย

8. เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2563). เอกสารประกอบการประชุมผู้บริหาร กสอ. ครั้งที่ 59-3/2563 (วันที่ 9 มกราคม 2563). กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ฉัตรชญา วิศพันธุ์. (2560). ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการสหกรณ์การเกษตร เกาะงูน-กะทิง จำกัดของเกษตรกรในอำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ, มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ชมพูนุช ตันพานิชและคณะ.(2555). รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน. กรุงเทพฯ: ส นักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- นรากร รุจินันทรพุกกุล. (2557). ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับรู้ระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงาน : กรณีศึกษาจังหวัดลำปาง การศึกษาคณควาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- Kotler, Philip., and Keller, Kevin Lean. (2016). **Marketing Management**. Global Edition 15e. London: Pearson Education Limited.
- Parasuraman, Zeithaml, and Berry. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing**, Fall.
- Shelley, Maynard W. (1975). **Responding to Social Change**. Pennsylvania : Dowden, Hutchison.