

ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา
ที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา



นายทรงศักดิ์ สุวรรณศรี

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ปีการศึกษา 2560

ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา
ที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้นำโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

คณะกรรมการสอบโครงการ

(รศ. ดร.พรศิริ จงกล)

ประธานกรรมการ

(รศ. ดร.ขวัญกมล ดอนขวา)

กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ)

(ผศ. ดร.มงคล จิรวรรณเดช)

กรรมการ

(รศ. ร.อ. ดร.กนต์ธร ชำนิประศาสน์)

คณะบดีสำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์

ทรงศักดิ์ สุวรรณศรี : ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มี
ต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา (SERVICE QUANLITY EXPECTATION
TOWARD THE OFFICE OF INDUSTRY, NAKHANRATCHASIMA PROVINCE)
อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล คอนขวา

การวิจัยเรื่องความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อ
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์การศึกษาสำคัญคือ 1). เพื่อวิเคราะห์ถึง
ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อ
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา และ 2). เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางในการเพิ่มคุณภาพ
การให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาแก่โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัด
นครราชสีมา งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้
ประกอบกิจการโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาจำนวน 350 โรงงาน สุ่มกลุ่มตัวอย่าง
แบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยการสุ่มแบบเป็นกลุ่ม (Cluster Random
Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิง
พรรณนา(Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard
Deviation : S.D.) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการ Content Analysis

ผลการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก
ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณาความคาดหวังคุณภาพการให้บริการรายด้าน พบว่าระดับความ
คาดหวังมากที่สุดคือ การตอบสนองต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ยสูงที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ ความ
เชื่อถือไว้วางใจได้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านการให้
ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07, 4.04, 3.95, 3.91 ตามลำดับ เพื่อให้มีการนำผลวิจัยไปใช้
ประโยชน์ได้จริงนั้น ผู้บริหารระดับสูงควรกำกับดูแลด้านนโยบาย แผนงาน และโครงการต่างๆ ให้
เกิดระดับการรับรู้คุณภาพสอดคล้องกับระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในกำกับดูแล
ของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา โดยมีกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนการนำผลวิจัย
ไปใช้ประโยชน์อย่างจริงจัง และควรมีการประเมินผลย้อนกลับเพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพการ
ให้บริการที่ดีขึ้นต่อไป

SONGSAK SUWANNASRI : SERVICE QUALITY EXPECTATION
TOWARD THE OFFICE OF INDUSTRY, NAKHONRATCHASIMA
PROVINCE. ADVISOR : ASSOC. PROF. KWUNKAMOL DONKWA,
Ph.D.

The objectives of this study, service quality expectation toward the Office of Industry, Nakhon Ratchasima Province, were : 1) to analyze the level of expectation of industrial factories in Nakhon Ratchasima toward the service quality provided by the Office of Industry, Nakhon Ratchasima Province; and 2) to analyze guidelines for improving service quality of the Office of Industry, Nakhon Ratchasima Province given to industrial factories in Nakhon Ratchasima. The target samples of this quantitative study included 350 entrepreneurs of industrial factories in Nakhon Ratchasima, sampled by using probability sampling method based on the cluster random sampling. Data were analyzed for descriptive statistics such as mean ($\bar{X}$), standard deviation (S.D.), and content analysis.

The results showed that entrepreneurs of industrial factories had ‘high’ level of service quality expectation, with the mean score of 4.01. The highest expectation was on responses to the customers, which had the mean score of 4.10, followed by reliability, tangible, empathy, and assurance, with the mean scores of 4.07, 4.04, 3.95, and 3.91 respectively. Findings of this study suggested that, high-level administrators should monitor policies, plans, and projects to achieve the level of perception of quality in accordance with the level of expectation of industrial factories under the supervision of the Office of Industry, Nakhon Ratchasima, through mechanisms which drive the research into practice. There should also be a re-evaluation to improve the quality of service.

School of Construction and Infrastructure Management Student's Signature _____

Academic Year 2017

Advisor's Signature _____

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำโครงงานนี้ สำเร็จได้ด้วยดี ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานมหابัณฑิต รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา อาจารย์ประจำสำนักเทคโนโลยีการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี สุรนารี ผู้ให้แนวคิดให้โอกาส ให้คำแนะนำ รวมทั้งช่วยเหลือแก้ปัญหาตรวจทานเนื้อหาอย่างละเอียดรวดเร็วอันเป็นความกรุณาและคุณประโยชน์ต่อผู้จัดทำเป็นอย่างยิ่ง

ผู้เขียนขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พรศิริ จงกล ที่กรุณาให้เกียรติเป็นประธานกรรมการ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มงคล จิรวรรณเดช เป็นกรรมการในการสอบโครงงานมหابัณฑิต ซึ่งได้กรุณาตรวจแก้ไขโครงงานฉบับนี้ให้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.สุขสันต์ หอพิบูลสุข คณะอาจารย์ ที่ให้คำปรึกษาแนะนำในทุก ๆ ด้าน และตลอดจน เจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ให้ความสะดวกด้านอำนวยความสะดวกและประสานงานในการทำโครงงานมหابัณฑิตให้ผู้เขียนตลอดมาตลอดจนค้นคว้าหาข้อมูลในการทำโครงงานมหابัณฑิตของผู้เขียนครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ท้ายนี้ผู้เขียนขอโน้มรำลึกถึงอำนาจบารมีของคุณ พระศรีรัตนตรัย และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายที่อยู่ในสากลโลก อันเป็นที่พึ่งให้ผู้เขียนมีสติปัญญาในการทำโครงงานมหابัณฑิตสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้เขียนขอให้เป็นกตเวทิตาแต่บิดา มารดา ครอบครัวของผู้เขียน ตลอดจนผู้เขียนหนังสือ และบทความต่าง ๆ ที่ให้ความรู้แก่ผู้เขียนจนสามารถให้โครงงานมหابัณฑิตได้ด้วยดี

ทรงศักดิ์ สุวรรณศรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	4
1.5 นิยามศัพท์.....	4
2 ปรัชญ์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ.....	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในคุณภาพบริการ.....	9
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	15
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	17
3.1 ระเบียบวิธีวิจัย.....	17
3.2 วิธีดำเนินการวิจัย.....	17
3.2.1 ประชากร.....	17
3.2.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง.....	18
3.2.3 สถานที่ทำการวิจัย.....	18
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	18
3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	20
3.5 ผลการหาประสิทธิภาพเครื่องมือ.....	21

3.6	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	23
3.6.1	แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ.....	24
3.6.2	แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ.....	24
3.7	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	25
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	25
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรม ในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา.....	27
4.3	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่าง.....	35
5	สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	36
5.1	สรุปผลการวิจัย.....	36
5.1.1	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการของโรงงาน อุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดนครราชสีมา.....	36
5.1.2	ผลการวิเคราะห์หาแนวทางในการเพิ่มระดับคุณภาพการให้บริการของ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา.....	38
5.2	ข้อเสนอแนะ.....	39
5.2.1	ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	39
5.2.2	ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย.....	40
	เอกสารอ้างอิง.....	41
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย การหาค่าความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์(IOC).....	44
	ประวัติผู้เขียน.....	52

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ค่าความเที่ยงตรงในแบบสอบถามที่คำนวณได้จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน.....	21
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	25
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังโดยรวมของโรงงาน อุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดนครราชสีมา.....	27
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมใน จังหวัดนครราชสีมา ที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยย่อยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	29
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมใน จังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยย่อยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้.....	30
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมใน จังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามประเด็นย่อยด้านการตอบสนองต่อลูกค้า.....	31
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมใน จังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยย่อยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า.....	33
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมใน จังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยย่อยด้าน การรู้จักและเข้าใจลูกค้า.....	34
4.8 กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย.....	35

สารบัญรูปภาพ

รูปที่	หน้า
2.1 การปรับเปลี่ยนตัวแบบคุณภาพการให้บริการของพาราสุรามาน,ซีเทมส์และเบอร์รี่.....	9
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	16



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา เป็นส่วนราชการส่วนภูมิภาค ในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับราชการประจำทั่วไปของกระทรวง ดังนี้

1. ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะตัวแทนของกระทรวงในส่วนภูมิภาค รวมทั้งประสานและสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด
2. ส่งเสริม สนับสนุน กำกับ ดูแล การดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน กฎหมายว่าด้วยแร่ กฎหมายว่าด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กฎหมายว่าด้วยการจดทะเบียนเครื่องจักร และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องในส่วนภูมิภาค
3. จัดทำแผน ส่งเสริม และพัฒนาอุตสาหกรรมระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัด รวมทั้งประสาน และติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนดังกล่าว
4. ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศด้านอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด
5. ส่งเสริม พัฒนา และถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านอุตสาหกรรมให้กับผู้ประกอบการ ในเขตพื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด
6. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย มีโครงสร้างองค์กรตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบเป็น 4 กลุ่มงาน ดังนี้

1. กลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่

- 1.1 การกำกับ ดูแล และดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยแร่ กฎหมายว่าด้วยโรงงาน เฉพาะ ในส่วนโรงงานไม่ บด หรือย่อยหิน การทำเกลือสินเธาว์ และการสูบน้ำเกลือจากใต้ดิน และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมและควบคุมการทำเหมืองแร่ และกิจการต่อเนื่องให้ถูกต้องตามหลักกฎหมายและหลักวิชาการ
- 1.2 การส่งเสริมมาตรการดำเนินการเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาล้างแวลดื้อและความปลอดภัยในการทำงาน

2. กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม

- 2.1 การกำกับ ควบคุม โรงงานอุตสาหกรรม ตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานกฎหมายว่าด้วยการจดทะเบียนเครื่องจักร กฎหมายว่าด้วยวัตถุอันตราย และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
- 2.2 การส่งเสริมเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาสังแวดล้อมและความปลอดภัยของโรงงาน
- 2.3 การส่งเสริมและตรวจสอบการใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

3. กลุ่มส่งเสริมอุตสาหกรรม

- 3.1 การประสาน ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมชุมชน และผู้ประกอบการในจังหวัด

4. กลุ่มนโยบายและแผน

- 4.1 ในการศึกษาวิเคราะห์เสนอแนะนโยบายและแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมในระดับจังหวัด ให้สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรม กรม และจังหวัด
- 4.2 ประสานและดำเนินการจัดทำงบประมาณ แผนงาน โครงการ และแผนปฏิบัติงานในความรับผิดชอบของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด
- 4.3 ติดตามประเมินผลการปฏิบัติงาน บริหารทั่วไป งานบุคคล งานการเงินการบัญชี การบริหารงบประมาณ การพัสดุ งานอาคารสถานที่และยานพาหนะ

ภาคอุตสาหกรรมมีบทบาทอย่างเด่นชัดต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่กระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ กล่าวคือ ทำให้เกิดการขยายตัวในด้านความเจริญทางเศรษฐกิจ พร้อมทั้งทำให้เกิดการพัฒนาทางเทคโนโลยีนวัตกรรมและการพัฒนาโครงสร้างระบบสาธารณูปโภคอีกด้วย ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาซึ่งเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 1,938 โรงงาน จำนวนเงินลงทุน 184,857.67 ล้านบาท ใช้คนงาน 109,316 คน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2560) ซึ่งโรงงานอุตสาหกรรมจะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีหน้าที่ให้บริการโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาว่าความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการนำข้อมูลไปปรับปรุงพัฒนาคุณภาพของการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1.2.1 เพื่อวิเคราะห์ถึงระดับความคาดหวังคุณภาพของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา
- 1.2.2 เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดนครราชสีมาแก่โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยสรุปได้ดังนี้

- 1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการกิจการโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาจำนวน 1,938 โรงงาน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2560)
- 1.3.2 ขอบเขตด้านตัวแปรหรือประเด็นที่ศึกษา ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแบ่งตัวแปรในการศึกษาเป็น 2 ประเภท คือ ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้
 - 1.3.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย ประเภทอุตสาหกรรม ระยะเวลาดำเนินกิจการอุตสาหกรรม และจำนวนแรงงาน
 - 1.3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วย ระดับความคาดหวังด้านการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย (1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) (2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) (3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) (4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และ (5) การเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, (1990))
- 1.3.1 ขอบเขตด้านสถานที่และเวลา สถานที่ในการเก็บข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2560 ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2561

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การวิจัยเรื่องความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อบริการสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา จะทำให้ได้สารสนเทศที่มีประโยชน์นำไปสู่การปรับปรุงการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาแก่โรงงานอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา

1.5 นิยามศัพท์

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ มีลักษณะทางกายภาพปรากฏให้เห็น ได้แก่ สถานที่ที่ให้บริการ การบริการของเจ้าหน้าที่ อุปกรณ์ ความสะดวกสบายในการเดินทางมาติดต่อ เป็นต้น

ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามระเบียบของกฎหมาย รวมถึงการแต่งกายและการบริการที่ถูกต้องแม่นยำ

การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การให้บริการอย่างรวดเร็วตามความต้องการของผู้รับบริการ และเต็มใจช่วยเหลือผู้รับบริการทันที

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการแนะนำเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

การเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความพร้อมที่จะเอาใจใส่และปฏิบัติต่อผู้มารับบริการด้วยความเต็มใจ และสื่อสารข้อความได้ชัดเจนเข้าใจง่าย

(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, (1990))

บทที่ 2

ปรัทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิด และสมมุติฐาน โดยได้ทำการค้นคว้าจาก ทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในคุณภาพบริการ
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

ความหมายของคุณภาพบริการ

คุณภาพ หมายถึง สิ่งที่ได้มาซึ่งระดับความดีเลิศและต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Webster,1985)

บริการ หมายถึง กิจกรรมด้านเศรษฐกิจซึ่งผลิตสินค้าที่ไม่มีตัวตน เช่น การศึกษา ความบันเทิง การเช่า การบริการของรัฐบาล การเงิน การบริการสุขภาพ อสังหาริมทรัพย์ การประกัน และการบำรุงรักษา เป็นต้น (Heizer & Render,1999)

Zeithaml (1985) หมายถึง คุณภาพการบริการเป็นการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศ หรือความเหนือกว่าของการบริการ

Etzel,Walker and Stanton (2001) หมายถึง เป็นระดับของการให้บริการซึ่งไม่สามารถจับต้องได้แต่สามารถพิสูจน์ได้ โดยลูกค้าเป็นผู้ตัดสินคุณภาพการให้บริการ

Webster (1985) หมายถึง สิ่งที่ได้มาซึ่งระดับของความดีเลิศและต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

Kotler (1994) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพบริการ ตามแนวคิดทางการตลาดว่าในการแข่งขันด้านธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการต้องสร้างบริการให้เท่ากับหรือมากกว่าคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการความหวัง ถ้าพบว่าบริการที่ได้รับจริงในสถานการณ์นั้นมากกว่าบริการ คุณภาพบริการที่คาดหวัง ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก

บริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ที่บุคคลหนึ่งเสนอแก่อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะคือไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้ และไม่มีผลในการเป็นเจ้าของ โดยอาจจะมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยหรือไม่ก็ได้ (ประสิทธิ์ รัตนพันธ์, พรพรรณ ศรี ประเสริฐ และรัศมี รุ่งโรจน์อนันต์, ออนไลน์, 2556)

จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นจึงสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการนั้น เป็นผลมาจากการประเมินของผู้ใช้บริการที่มารับบริการโดยรวมว่าจะได้ตรงกับความต้องการจริงที่ผู้บริโภคนั้นมีการรับรู้มาและคาดหวังว่าจะเป็นต่อไป

ลักษณะสำคัญของบริการ (Attributes of Services) ประสิทธิ์ รัตนพันธ์, พรพรรณ ศรี ประเสริฐ และรัศมี รุ่งโรจน์อนันต์ (ออนไลน์, 2556) ได้สรุปประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น ฐึ่สึก หรือสัมผัสได้ เหมือนกับสินค้าโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการที่เป็น Pure Service ผู้บริโภคจึงไม่สามารถตรวจสอบหรือประเมินผลก่อนการซื้อได้ ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนหรือความเสี่ยง ในการตัดสินใจ เลือกบริการของบริษัทหรือของคู่แข่ง ดังนั้นการตลาดบริการจึงเกี่ยวข้องกับการลดความไม่แน่นอนหรือความเสี่ยงของผู้บริโภค โดยพยายามเพิ่มสิ่งที่คุณบริโภคสามารถจับต้องได้เข้าไปในบริการ และการพัฒนาตราสินค้าให้มีความเข้มแข็ง เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น ตัวอย่างเช่น สถานที่ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ บุคคล พนักงานที่ให้บริการต้องมีการแต่งกายที่สุภาพ เหมาะสม บุคลิกหน้าตา ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เครื่องมือ อุปกรณ์ ภายในสำนักงานจะต้องมีความทันสมัยมีประสิทธิภาพ วัสดุสื่อสาร ได้แก่ สื่อโฆษณา และเอกสารต่างๆ ต้องสอดคล้องกับบริการที่เสนอขาย และสอดคล้องกับลูกค้า สัญลักษณ์ ได้แก่ ชื่อตราสินค้า ต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น จดจำได้ง่าย ราคาต้องมีความสมเหตุสมผล เหมาะสมกับระดับการให้บริการ
2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้า (Tangible Goods) การผลิต และการบริโภคจะแยกออกกันอย่างชัดเจน แต่บริการจะไม่สามารถแบ่งแยกกระบวนการผลิต และการบริโภคออกจากกันได้ ผู้ผลิตและผู้บริโภคต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกัน เพื่อผลประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกัน เรียกว่าเป็น Co-Production Services
3. ไม่แน่นอน (Variability) บริการจะมีความไม่แน่นอน ในส่วนของกระบวนการผลิต และผลที่ได้รับเนื่องจากบริการมีความยุ่งยากในการควบคุมและตรวจสอบมาตรฐาน

ให้มีความสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ให้บริการเป็นบุคคล เช่น บริการตัดแต่งทรงผมร้านอาหาร เป็นต้น

4. ไม่สามารถจัดเก็บได้ (Perishability) บริการมีความแตกต่างจากสินค้าอีกประการหนึ่งก็คือไม่สามารถผลิตเก็บเอาไว้ได้ มีบริการน้อยประเภทมากที่จะมีความต้องการซื้อที่สม่ำเสมอ ดังนั้นกลยุทธ์ราคา และการส่งเสริมการตลาดจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่นำมาใช้ในการช่วยลดปัญหา ความต้องการซื้อที่ไม่สม่ำเสมอ

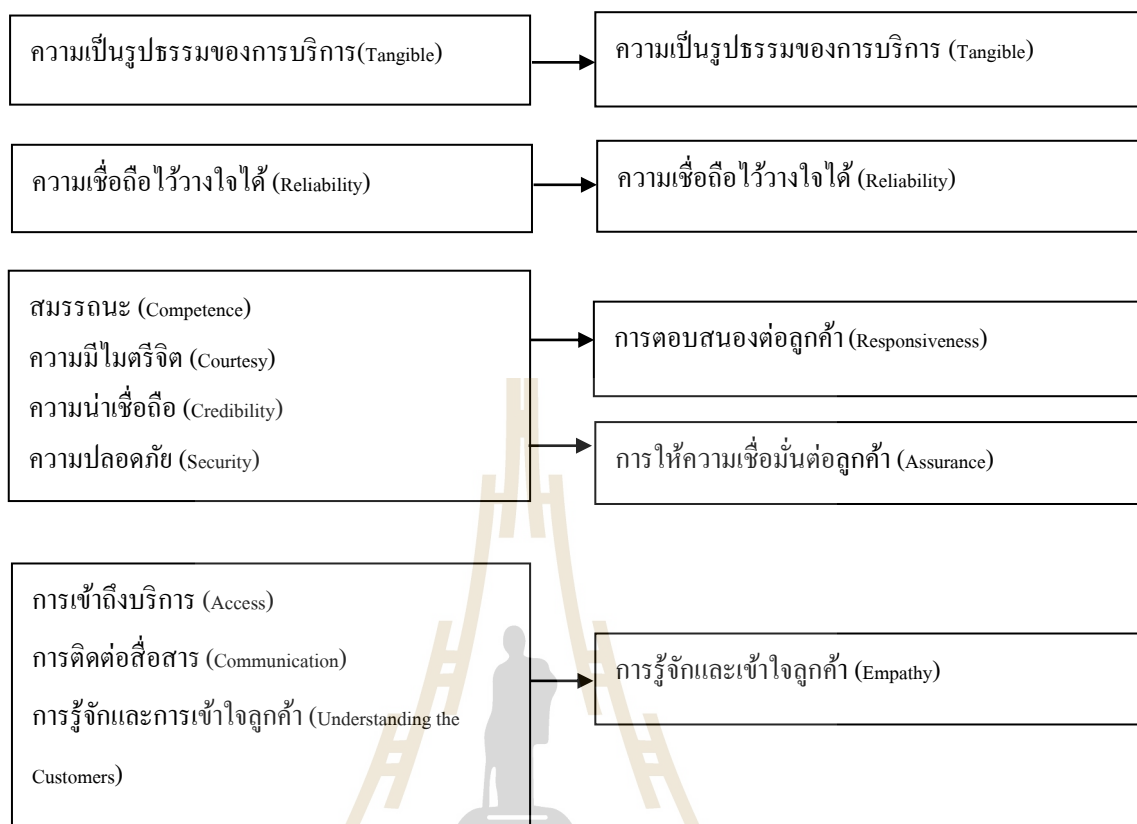
ตัวกำหนดคุณภาพบริการ (Determinants of Service Quality)

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985:44) ได้ทำการศึกษาสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการประเมินคุณภาพการบริการ ซึ่งมีปัจจัยในการกำหนดคุณภาพการบริการ (Determinants of Service Quality) ประกอบด้วย 10 ประการในการวัดการรับรู้คุณภาพการบริการลูกค้า ดังนี้

1. ความไว้วางใจได้ (Reliability) การบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องไม่มีข้อผิดพลาด และให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุ
2. การตอบสนอง (Responsiveness) การบริการด้วยความเต็มใจ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการด้วยความรวดเร็วตามความต้องการลูกค้า
3. ความรู้ความชำนาญ (Competence) พนักงานที่ให้บริการต้องมีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในงานที่ให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) การบริการต้องอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการติดต่อและเข้าใช้บริการ
5. อหิยาชัย (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าต้องแสดงความสุขภาพต่อผู้ให้บริการ มีบุคลิกภาพที่ดี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) พนักงานที่มีความสามารถในการอธิบายลูกค้าให้ลูกค้าเข้าใจได้อย่างถูกต้อง
7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) องค์กรและพนักงานจะต้องมีความเชื่อถือ และสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ
8. ความมั่นคง (Security) ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับการบริการที่ไม่มีอันตราย หรือปราศจากความเสี่ยงปัญหาต่างๆ
9. การเอาใจใส่ (Understanding) พนักงานจะต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจเพื่อตอบสนองความต้องการ
10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) สถานที่ที่ให้บริการจะต้องมีความพร้อมสำหรับให้บริการแก่ลูกค้า รวมทั้งบุคลิกภาพ การแต่งกายของผู้ให้บริการ

ต่อมา Parasuraman และคณะ ได้มีการพัฒนาปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ ทั้ง 10 ประการ ซึ่งได้พัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพบริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ในการประเมินคุณภาพบริการให้เหลือเพียง 5 ด้าน ดังต่อไปนี้ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990 ; 28 ; Lovelock, 1996) อ้างถึงใน ชัชวาล ทัดสิวัช, (ออนไลน์, 2555)

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) คือ เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ มีลักษณะกายภาพที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัด เช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร เอกสาร และในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าสามารถช่วยให้ลูกค้ารับรู้การบริการที่ตั้งใจของพนักงานได้ชัดเจน
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ การให้บริการของพนักงานต้องมีความสามารถในการสื่อสารให้กับผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้ว่าไว้วางใจ และได้รับการบริการที่น่าเชื่อถือ
3. การตอบสนอง (Responsiveness) คือ การให้บริการของพนักงานด้วยความสามารถในการบริการด้วยความเต็มใจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ผู้รับบริการ ได้รับบริการ ที่สะดวกและรวดเร็ว
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ การให้บริการของพนักงานที่มีทักษะความรู้ความสามารถในการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการแก่ผู้บริการเพื่อให้เกิดความไว้วางใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง
5. การเอาใจใส่ (Empathy) คือ การให้บริการของพนักงานที่มีความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความต้องการของผู้รับบริการที่แตกต่างกัน



รูปที่ 2.1 การปรับเปลี่ยนตัวแบบคุณภาพการให้บริการของพาราซูรามาน, ซีแธมล์และเบอร์รี่ (Parasuraman, Ziethaml and Berry, 1990)

ที่มา : Hans Kasper (1999 citedin Khantanapa, 2000;20) อ้างอิงใน ชัชวาล ทัดศิวัช, (ออนไลน์, 2555)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในคุณภาพบริการ

ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของ Vroom (1964, pp. 91-103) บางทีเรียกว่า ทฤษฎี V. I. E. เนื่องจากมีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญ คือ

V มาจากคำว่า Valence ซึ่ง หมายถึง ความพึงพอใจ

I มาจากคำว่า Instrumentality ซึ่งหมายถึง สื่อเครื่องมือ วิธีการที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ

E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ บุคคล มีความต้องการ และมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้ง

ความหวัง หรือคาดหวัง เอาไว้นั้น บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจ และขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อย ๆ

แนวความคิดนี้ Vroom เป็นผู้เสนอ โดยมีความเห็นว่าบุคคลจะพิจารณาทางเลือก ต่าง ๆ ที่มีอยู่โดยจะเลือกทางเลือกที่เชื่อว่าจะนำไปสู่ผลตอบแทน หรือรางวัลที่เขาต้องการมากที่สุด ทฤษฎีนี้ทำนายว่าบุคคลแต่ละคนจะเลือกทางเลือกที่มีผลตอบแทนสูงที่สุด ทฤษฎีการคาดหวังของ Vroom มีข้อสังเกตคือ บุคคลใดจะได้รับการจูงใจที่จะใช้ความพยายามในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพหรือให้สำเร็จต่อเป้าหมาย ก็ต่อเมื่อ เชื่อในความสามารถของตนเองว่า ความพยายามในการปฏิบัติงานจะมีผลในทางดีและ ผลการปฏิบัติงานจะช่วยให้ได้ผลตอบแทนตามที่ต้องการ หรือพึงปรารถนา หรืออาจสรุปได้ว่าการที่จะโน้มน้าวจิตใจให้คนทำงานขึ้นอยู่กับความคาดหวัง (expectancy) ที่คนเชื่อว่าการพยายามของคนที่สัมฤทธิ์ผลออกมาเป็นระดับผลงาน ดังนั้นบุคคลจะทำงานให้สำเร็จหรือไม่ประการใดขึ้นอยู่กับจิตภาพ และความเชื่อของเขาว่าเขาต้องการหรือไม่ต้องการอะไรและจะใช้กลยุทธ์อะไร ในอันที่จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายตามที่เขาเลือกทางเดินเอาไว้

ปัจจัยหลักทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom มี 4 ประการ คือ

1. ความคาดหวัง หรือความคาดหวัง คือ ความเชื่อเกี่ยวกับความน่าจะเป็นพฤติกรรม อย่างใดอย่างหนึ่งจะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะความมากน้อยของ ความเชื่อจะอยู่ในช่วงระหว่าง 0 (ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำ และ ผลลัพธ์ อย่างใดอย่างหนึ่งเลย) และ 1 (มีความแน่ใจว่าการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง จะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ)
2. ความพอใจ คือ ความรุนแรงของความต้องการของพนักงานสำหรับผลลัพธ์ อย่างใด อย่างหนึ่งความพอใจอาจจะเป็นบวกหรือลบได้ภายในสถานการณ์ของการทำงานเรา อาจจะคาดหวังได้ว่าผลลัพธ์ เช่น ผลตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง และการยกย่อง โดยผู้บังคับบัญชาจะให้ความพอใจในทางบวกผลลัพธ์ เช่น ความขัดแย้งกับเพื่อน ร่วมงาน หรือการตำหนิจากผู้บังคับบัญชาจะให้ความพอใจในทางลบ ในทางทฤษฎี แล้วผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะต้องให้ความพอใจ เพราะ ว่าผลลัพธ์ดังกล่าวนี้จะ เกี่ยวพันกับความต้องการของบุคคล
3. ผลลัพธ์ คือ ผลที่ติดตามมาของพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งและอาจจะแยกประเภท เป็นผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สองผลลัพธ์ระดับที่หนึ่งจะหมายถึงผล การปฏิบัติงานที่สืบเนื่องมาจากการใช้กำลังความพยายามของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เช่น ผลตอบแทนเพิ่มขึ้น หรือการเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

4. สี่กลาง หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และระดับที่สองตามทักษะของ Vroom นั้น สี่กลางหรือความคาดหมายแบบที่สองจะอยู่ภายในช่วง +1.0 ถ้าหากว่าไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สองแล้ว สี่กลางจะมีค่าเท่ากับ 0

Vroom (1964) ชี้ให้เห็นว่า ความคาดหมาย และความพอใจ จะเป็นสิ่งที่กำหนดกำลังความพยายาม หรือแรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ถ้าหากว่าความพอใจ หรือความคาดหมายเท่ากับศูนย์แล้ว แรงจูงใจจะเท่ากับศูนย์ด้วย หากพนักงานคนหนึ่งต้องการ เลื่อนตำแหน่งเป็นอย่างมาก (ความพอใจสูง) แต่ไม่มีความเชื่อว่า เขามีความสามารถ หรือทักษะสำหรับการปฏิบัติงานที่มอบหมายให้ได้ (ความคาดหมายต่ำ) หรือถ้าหากว่า พนักงานมีความเชื่อว่า เขาสามารถปฏิบัติงานที่มอบหมายให้ได้ (ความคาดหมายสูง) แต่ผลที่ติดตามมาไม่มีคุณค่าสำหรับเขา(ความพอใจต่ำ) แรงจูงใจของการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งจะมีน้อยมาก

Parasuraman et al., (1998, p. 16) ได้ กล่าวว่าความคาดหวังหมายถึงทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือ ความต้องการการของผู้บริโภค ที่พวกเขาคาดว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้น ๆ ลูกค้านั้นซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจงและลูกค้าประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์เป็นผล สืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานะภาพของแต่ละบุคคลเมื่อรู้สึกว่ามี ความต้องการพวกเขาก็จะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง องค์ประกอบที่ทำให้เกิดความคาดหวังซึ่ง เกิดกับลูกค้าเองนั้นมี 3 องค์ประกอบ คือ คำบอกเล่าปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) และประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) และอีกองค์ประกอบหนึ่งเกิดขึ้นจากผู้ให้บริการ ซึ่งก็คือการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ไปสู่ลูกค้า (External Communication to Customers) องค์ประกอบเหล่านี้มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการที่ได้รับ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry 1990, p. 20) ความคาดหวังของลูกค้านี้แบ่งเป็น 2 ระดับ ซึ่งแตกต่างกันระหว่างระดับ บริการที่ปรารถนาและระดับบริการที่เคยได้รับ ในระดับแรกเกิดจากลูกค้าหวังไว้ว่าควรจะได้รับ หรือควรจะเป็นส่วนในระดับที่สองลูกค้าได้รับบริการเหมือนที่ผ่านในครั้งก่อนๆ ก็จะยอมรับ บริการนี้ได้ Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990, p. 19) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของรับบริการแบ่งออกเป็น 5 ด้านดังนี้

1. การได้รับการบอกเล่าคำแนะนำจากบุคคลอื่น
2. ความต้องการของแต่ละบุคคล
3. ประสบการณ์ในอดีต

4. ข่าวสารจากสื่อและจากผู้ให้บริการ

5. ราคา

ความคาดหวังของผู้บริโภคของผู้รับบริการเป็นส่วนประกอบสำคัญในการวัดระดับความพอใจซึ่งระดับความพอใจได้จากความแตกต่างระหว่างผลที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) กับความคาดหวังของบุคคลผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นได้ 3 แบบด้วยกันคือ หากการทำงานของข้อเสนอไม่ตรงกับระดับความคาดหวังผู้มารับบริการย่อมเกิดความไม่พอใจ (Dissatisfied) ถ้าการทำงานของข้อเสนอตรงกับความระดับความคาดหวังผู้มารับบริการย่อมพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าเกินความคาดหวัง ผู้มารับบริการก็จะยิ่งมีความพอใจมากขึ้นหรือประทับใจ (Delight)

Finn (1921: 15-16) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึงการประเมินค่าบุคคลหรือตนเองด้านจิตวิญญาณและใช้ความคาดหวังนั้นมาเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมที่จะมีต่อบุคคลที่ตนคาดหวังหรือตนเอง ในลักษณะที่ตนคิดว่าถูกต้อง

Getzels และคณะ (1968: 45-47) กล่าวว่า ความคาดหวังของบุคคลย่อมแตกต่างกันไปเพราะคนเรา ต่างมีความคิดและความต้องการแตกต่างกัน พฤติกรรมทางสังคมของบุคคลจึงแตกต่างกันออกไปด้วย

De Cecco (1967: 80-82) กล่าวว่า การกำหนดความคาดหวังของบุคคล ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เพราะความคาดหวังเป็นเรื่องของความรู้สึกนึกคิด และการคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยสิ่งนั้นๆ อาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้และเป็นการประเมินค่าโดยใช้มาตรฐานของตนเอง เป็นเครื่องวัด การคาดการณ์หรือคาดหวังของแต่ละบุคคลจึงแตกต่างกันออกไปทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความเข้าใจและการเห็นค่าของความสำเร็จ

Son (1988:21) กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าและเชื่อว่าบางสิ่งบางอย่างจะเกิดขึ้นหรือเป็นความเชื่อว่าบางสิ่งบางอย่างควรจะเกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้น

Clay (1988:252) กล่าวถึง ความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการว่าเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี หรือเป็นความมุ่งหวังที่ดั่งใจเป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มุ่งหวังไว้

Oxford University (1989: 281) ให้ความหมายของความคาดหวังว่าเป็นสภาวะทางจิตซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิดหรือเป็นความคิดเห็นอย่างมีวิจารณ์ญาณของบุคคลที่คาดคะเน หรือคาดการณ์ล่วงหน้าต่อบาง อย่างว่าควรจะมีควรจะเป็น หรือควรที่จะเกิดขึ้น

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อารี ลีอกลาง(2555) ได้ดำเนินการศึกษาระดับความพึงพอใจและความคาดหวังในการให้บริการ ของบุคลากร กองประปา องค์การบริหารส่วนตำบลหนองสูงเหนือ อำเภอนเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการบริการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่ศึกษา จำนวน 330 ครั้วเรือน และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ผลจากการศึกษาสรุปได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านกระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ความคาดหวังของผู้รับบริการ ด้านกระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการควรมีการใช้บัตรคิว มีการแบ่งหน้าที่การให้บริการอย่างชัดเจน ลดระยะเวลาการปฏิบัติงาน และมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการควรมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถาม ปัญหาข้อสงสัย และอธิบายโดยตรง มีป้ายประชาสัมพันธ์และผังผู้รับผิดชอบงาน ให้บริการด้วยการให้เกียรติ และให้ความสำคัญอย่างเท่าเทียมกัน มีชุดฟอร์ม พนักงาน เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความชำนาญ และกระตือรือร้น และทำการจดมาตรวัดน้ำทุกเดือน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสมโดยจัดที่นั่งรอรับบริการอยู่ใกล้จุดให้บริการ มีแก้วน้ำ สำหรับการให้บริการโดยเปลี่ยนทุกครั้ง จัดให้มีหนังสือพิมพ์ที่เป็นปัจจุบัน และมีห้องน้ำที่สะอาด เพียงพอต่อการให้บริการ

สุภารักษ์ เมินกระโทก และคณะ (2555) ได้ศึกษาการประเมินคุณภาพบริการของศูนย์บรรณสาร และสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยใช้ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและความเป็นจริงของการได้รับบริการเป็น ตัวชี้วัด ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยี สุรนารี ต่อคุณภาพการบริการ ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาพบว่า ผู้ใช้มีระดับบริการที่คาดหวังทุกเรื่องอยู่ในระดับ มาก ระดับบริการที่คาดหวังด้านทรัพยากรสารสนเทศและระดับบริการที่คาดหวังด้านห้องสมุดคือแหล่งค้นคว้า ปรากฏว่าผู้ใช้มีระดับความคาดหวังต่อห้องสมุดคือ แหล่งค้นคว้าสารสนเทศ อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด สำหรับระดับบริการที่ได้รับจริงในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการ ที่ได้รับจริงในทุกปัจจัยในระดับมากตามลำดับ ดังนี้

ปัจจัยด้านห้องสมุดคือแหล่งค้นคว้า ปัจจัยด้านทรัพยากร สารสนเทศ ปัจจัยด้านบริการสารสนเทศ เมื่อประเมินคุณภาพบริการ โดยพิจารณาจากช่องว่างของบริการที่คาดหวังและบริการที่ได้รับจริง จำแนกตามปัจจัยด้านบริการสารสนเทศ ปัจจัยด้านทรัพยากรสารสนเทศ ปัจจัยด้านห้องสมุดคือแหล่งค้นคว้า พบว่า ช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง มีค่าเป็นลบ

ทุกปัจจัยเรียงจากช่องว่างที่มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านห้องสมุดคือแหล่งค้นคว้า ปัจจัยด้านทรัพยากรสารสนเทศและปัจจัยด้านบริการสารสนเทศ เมื่อพิจารณาคุณภาพการให้บริการเป็นรายข้อเรียงลำดับ ตามช่องว่าง พบว่าช่องว่างของการบริการ ข้อที่แคบที่สุดคือผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ รองลงมาคือบุคลากรให้บริการด้วยความรู้ความสามารถน่าเชื่อถือ ขณะเดียวกันช่องว่างของการบริการข้อที่กว้างที่สุด คือ ห้องศึกษาค้นคว้ากลุ่มมีเพียงพอ รองลงมาคือที่นั่ง สำหรับการศึกษา ค้นคว้าเดี่ยวมีเพียงพอ และมีหนังสือที่ ตรงกับความต้องการ

ขวัญกมล ดอนขวา และจิตตานันท์ ติกุล (2555) ได้ทำการศึกษการพัฒนาคุณภาพการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเศรษฐกิจการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังและ ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และศึกษาถึงความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการศึกษาความแตกต่าง ระหว่างระดับบริการที่คาดหวังกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผล การศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายโดยรวมทั้งหมดที่ใช้ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ครั้งนี้ น้อยกว่า 10,000 บาท โดยจำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมา ท่องเที่ยว 1,000 – 2,999 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก และค่าที่พักในพื้นที่แหล่ง ท่องเที่ยวแต่ละรายการน้อยกว่า 1,000 บาท ด้านการศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุและ รายได้ที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกัน ด้านการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวสูง ที่สุด โดยภาพรวมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวสามารถส่งมอบคุณภาพบริการถึงเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวคาดหวังคาดหวัง

สิริกาญจน์ มงคลอุกฤษฏ์ (2556) งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการให้บริการภายนอก ด้านการจัดดอกไม้สำหรับงานศพ วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ด้าน ประชากรศาสตร์กับระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้คุณภาพบริการ (2) ศึกษาคุณภาพ บริการของผู้ให้บริการภายนอกด้านการจัดดอกไม้สำหรับงานศพ และ (3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ รับรู้คุณภาพการให้บริการภายนอกด้านการจัดดอกไม้สำหรับงานศพ ได้แก่ ความเชื่อถือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพการตอบสนองความต้องการ ความไว้วางใจ และการให้ความสำคัญด้าน การบริการ พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้คุณภาพบริการ โดยที่เจ้าภาพ มีความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการมากกว่า

การรับรู้คุณภาพที่เกิดขึ้นจริง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ คือการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับส่วนความเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ ความไว้วางใจในการให้บริการ และการให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการไม่มีผลกระทบต่อรับรู้คุณภาพการให้บริการภายนอกด้านการจัดดอกไม้สำหรับงานศพ

Zhitang Chen (2560) งานวิจัยเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 400คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความประทับใจในการมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านกลับพบว่า การรับรู้จริงมากกว่า ความคาดหวังทุกด้านยกเว้นด้านการบริการด้านอื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวจีนยังไม่เกิดความประทับใจอาจเป็นเพราะยังไม่มีความสะดวกสบายที่เพียงพอของป้ายบอกทางของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และการบริการด้านห้องน้ำ ห้องสุขาในบางพื้นที่ยังมีไม่เพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว

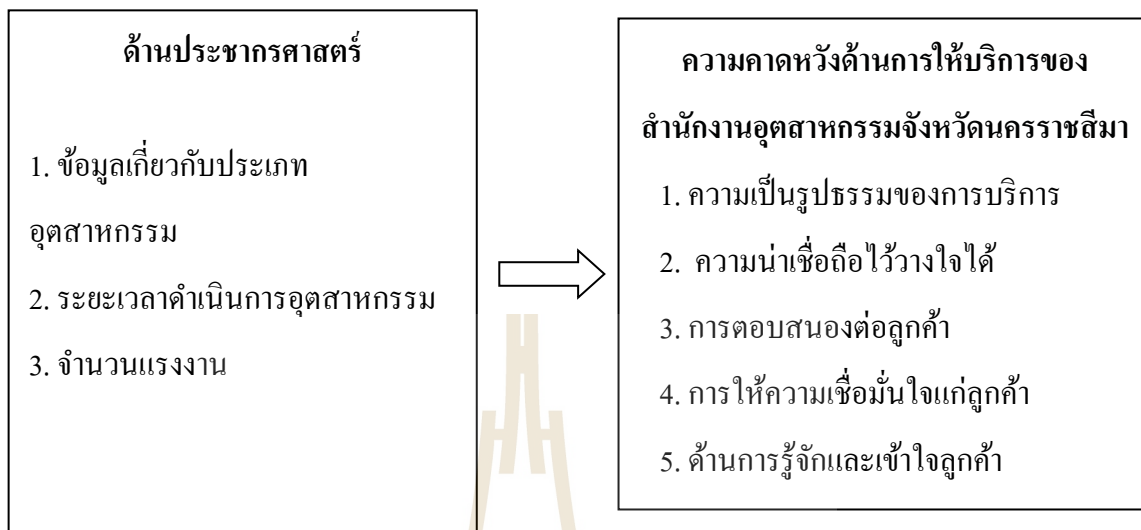
จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ส่วนใหญ่ทฤษฎีด้านความคาดหวังล้วนเกี่ยวข้องกับการรับรู้หรือความระดับพึงพอใจ โดยใช้วิธี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม 5 ด้าน ((Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990) ได้แก่ (1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (3) การตอบสนองต่อลูกค้า (4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ (5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัย เรื่อง ความคาดหวังคุณภาพของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดนครราชสีมา

2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



รูปที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา ปรับปรุงจาก Parasuraman et al.,(1998 หน้า 16)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการวิจัยเป็นแบบเชิงสำรวจ (Survey Method) มีการกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดประชากรเป้าหมายขนาดกลุ่มตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งทำการเก็บรวบรวมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิและแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ มีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. การกำหนดเรื่อง และ ปัญหาการวิจัย (Research Problem/Question)
2. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)
3. การกำหนดตัวแปร (Variables) วัตถุประสงค์ (Objective)/ สมมุติฐาน (Hypothesis)
4. การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)
5. การออกแบบการวิจัย (Research Design)
6. การเตรียมและพัฒนาเครื่องมือวิจัย (Research Instrument)
7. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample)
8. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)
9. การจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล (Data Processing and Analysis)
10. การแปลผล อภิปรายและสรุปผล (Interpretation, Discussion and Conclusion of Results)
11. การเผยแพร่ผลงานวิจัย (Reports and Presentation)

3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

3.2.1 ประชากร

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบกิจการโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 1,938 โรงงาน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2560)

3.2.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการโรงงานอุตสาหกรรมใน จังหวัดนครราชสีมา ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) ด้วย วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นกลุ่ม (Cluster Random Sampling) การกำหนดขนาดตัวอย่าง ได้จากการ คำนวณด้วยสูตรของ Taro Yamane (1973) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

$$\text{จากสูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

กำหนดให้ n = จำนวนตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากร
 e = ค่าความผิดพลาดจากจำนวนตัวอย่าง

(ในที่นี้ใช้การทดสอบความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คือกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ ยอมรับได้เท่ากับ 0.05)

เมื่อนำตัวเลขไปแทนค่าในสูตร

$$n = \frac{1,938}{1 + 1938(0.05)^2}$$

$$n = 331.56 \text{ ตัวอย่าง}$$

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 332 คน โดยในการกำหนดขนาด ของกลุ่มตัวอย่างนั้น ได้ให้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 ที่ระดับ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในที่นี้ผู้วิจัยได้ปรับขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 350 คน

3.2.3 สถานที่ทำการวิจัย

โรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยจัดทำแบบสอบถามจากการศึกษา แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับการ ประเภทอุตสาหกรรม ระยะเวลาดำเนินการอุตสาหกรรม และจำนวนแรงงาน ใช้คำถามแบบปลาย ปิด (Closed ended question) แบบเลือกคำตอบ (Checklist) วัดตัวแปรแบบมาตรานาม (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังด้านการให้บริการของสำนักงาน
อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ (1)ความเป็นรูปธรรมของบริการ (2) ความเชื่อถือไว้วางใจ
ได้ (3) การตอบสนองต่อลูกค้า (4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ (5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า
โดยคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าความคิดเห็น 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert (Method of
Summated Rating the Likert Scale) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549:77)

คำถามแต่ละข้อจะเป็นการให้ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัด
นครราชสีมา แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคาดหวัง ตามระดับการประเมิน 5 ระดับ
ดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	ระดับความคาดหวังมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	ระดับความคาดหวังมาก
คะแนน 3	หมายถึง	ระดับความคาดหวังปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	ระดับความคาดหวังน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	ระดับความคาดหวัง น้อยที่สุด

วิธีการคิดคะแนน

แบ่งช่วงคะแนน ออกเป็น 5 ช่วง ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ระดับการวัด}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาวิเคราะห์ระดับคะแนนเฉลี่ย โดยที่กำหนดระดับคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

ระดับ 5 คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึงผู้ให้บริการมีความคาดหวังคุณภาพบริการระดับมากที่สุด

ระดับ 4 คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึงผู้ให้บริการมีความคาดหวังคุณภาพบริการระดับมาก

ระดับ 3 คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึงผู้ให้บริการมีความคาดหวังคุณภาพบริการระดับปานกลาง

ระดับ 2 คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึงผู้ให้บริการมีความคาดหวังคุณภาพบริการระดับน้อย

ระดับ 1 คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึงผู้ให้บริการมีความคาดหวังคุณภาพบริการระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เป็นแบบคำถามปลายเปิด ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ

3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

ในการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาคำคว่าเอกสาร งานวิจัย และแนวคิดเกี่ยวกับงานวิจัยเรื่องความคาดหวัง
2. กำหนดกรอบและขอบเขตของแบบสอบถาม โดยให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมุติฐานของงานวิจัย โดยเรียงลำดับตามลักษณะของคำถามและแยกเป็นหมวดหมู่ตามแนวคิดของงานวิจัย
3. สุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มาใช้บริการสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้ได้คำตอบในการนำมาเป็นแนวทางในการตั้งคำถามและ การปรับปรุงคำถามในแบบสอบถามให้ถูกต้อง
4. สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดและขอบเขตที่ได้กำหนดไว้ โดยมีแนวทางการตั้งคำถามตามที่ได้สรุปจากข้อ 3
5. นำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่
 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยี การจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
 2. รองศาสตราจารย์ ดร.พรศิริ จงกล อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยี การจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
 3. นายประชา มีธรรม อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและข้อคำถามในแต่ละข้อให้เป็นไปตามจุดประสงค์ของงานวิจัย เป็นวิธีการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ในการตรวจสอบโดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้ (สุรพงษ์ คงศักดิ์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์, ออนไลน์, 2551)

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร โดยเกณฑ์ที่กำหนด มีดังนี้

- 1) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 – 1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้
- 2) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ต้องปรับปรุงยังใช้ไม่ได้

โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ ความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) เป็นสถิติวิเคราะห์ โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC = ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบทดสอบ

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

3.5 ผลการหาประสิทธิภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามที่นำมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาเรื่องความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วย 5 ปัจจัย โดยได้นำมาทดสอบความเชื่อมั่น (Validity) โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC) พบว่าข้อคำถามมีค่า IOC ผ่านเกณฑ์อยู่ในช่วงระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ 0.50 ขึ้นไป

ตารางที่ 3.1 ค่าความเที่ยงตรงในแบบสอบถามที่คำนวณจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

ปัจจัยการประเมินความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)					
1.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ใช้งานที่ทันสมัย	0	1	1	0.67	ใช้ได้
1.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีการจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาด และเป็นระเบียบ	1	1	1	1	ใช้ได้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ปัจจัยการประเมินความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
1.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาทำเลที่ตั้งของสำนักงานสามารถเดินทางมาติดต่อได้สะดวก	1	1	1	1	ใช้ได้
1.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาเอกสารที่ใช้ในการติดต่อที่สะดวกและเข้าใจง่าย	0	1	1	0.67	ใช้ได้
1.5 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	0	1	1	0.67	ใช้ได้
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)					
2.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาผู้ให้บริการที่สนใจจะแก้ปัญหาให้อย่างจริงจัง	0	1	1	0.67	ใช้ได้
2.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาสามารถรับรู้ปัญหาของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง	1	1	1	1	ใช้ได้
2.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาสามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการตั้งแต่ครั้งแรก	1	1	1	1	ใช้ได้
2.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการได้ตามระยะเวลาที่ได้มีการแจ้งไว้	1	1	1	1	ใช้ได้
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)					
3.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาความกระตือรือร้นในการให้บริการ	0	1	1	0.67	ใช้ได้
3.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาสามารถช่วยเหลือผู้ให้บริการได้ตรงตามที่ต้องการ	1	1	1	1	ใช้ได้
3.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว	0	1	1	0.67	ใช้ได้
3.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาการแจ้งให้ผู้รับบริการทราบทุกครั้งเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ	0	1	1	0.671	ใช้ได้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ปัจจัยการประเมินความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)					
4.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่มีความรู้สามารถตอบปัญหาได้	1	1	1	1	ใช้ได้
4.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่สามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่างๆ	0	1	1	0.67	ใช้ได้
4.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่สร้างให้เกิดความมั่นใจในการบริการ	0	1	1	0.67	ใช้ได้
4.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่มีกิริยามารยาทสุภาพและเป็นมิตร	1	1	1	1	ใช้ได้
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)					
5.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีความเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม	1	1	1	1	ใช้ได้
5.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีความเต็มใจในการให้บริการ	0	1	1	0.67	ใช้ได้
5.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ให้บริการที่เป็นกันเองกับผู้รับบริการ	0	1	1	0.67	ใช้ได้
5.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการ	0	1	1	0.67	ใช้ได้
5.5 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา เข้าใจถึงความจำเป็นในการมาใช้บริการ	1	1	1	1	ใช้ได้

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data Source) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data sources) ดังต่อไปนี้

3.6.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา นอกจากนี้ยังเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานการประชุม สัมมนาวิชาการ บทความออนไลน์ รายงานวิจัย และบทความวิชาการ ที่เกี่ยวข้อง

3.6.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการด้วยเครื่องมือแบบสอบถามจากโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งสิ้น 350 ตัวอย่าง สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยการสุ่มแบบเป็นกลุ่ม(Cluster Random Sampling)

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่องความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา แยกตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ถึงระดับความคาดหวังคุณภาพของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาแก่ โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการ Content Analysis

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม จำนวน 350 ชุด จากข้อมูลที่รวบรวมได้นั้นนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ผลข้อมูลสามารถสรุปได้ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่าง

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังตาราง 4.1 ดังนี้

ตาราง 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทอุตสาหกรรม		
ผลิตภัณฑ์จากพืช	57	16.30
อุตสาหกรรมอาหาร	26	7.40
อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม	9	2.60
สิ่งทอ	8	2.30
อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายยกเว้นรองเท้า	8	2.30
ผลิตหนังสือและผลิตภัณฑ์จากหนังสือ	3	0.90
แปรรูปไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	15	4.30
เครื่องเรือนหรือเครื่องตกแต่งในอาคารจากไม้ แก้ว ยาง หรือ โลหะ	14	4.00
อื่นๆ		
ผลิตภัณฑ์กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ	7	2.00
การพิมพ์ การเย็บเล่ม ทำปกหรือการทำแม่พิมพ์	4	1.10
เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี	6	1.70

ตาราง 4.1 (ต่อ)

ข้อมูล ทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์จากปิโตรเลียม	7	2.00
ยางและผลิตภัณฑ์ยาง	10	2.90
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	26	7.40
ผลิตภัณฑ์ท่อโลหะ	28	8.00
ผลิตโลหะขั้นมูลฐาน	5	1.40
ผลิตภัณฑ์โลหะ	19	5.40
ผลิตเครื่องจักรและเครื่องกล	20	5.70
ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์	16	4.60
ผลิตยานพาหนะและอุปกรณ์รวมทั้งการซ่อมยานพาหนะและ อุปกรณ์	29	8.30
การผลิตอื่นๆ	33	9.40
รวม	350	100.00
ระยะเวลาในการดำเนินการอุตสาหกรรม		
ต่ำกว่า 5 ปี	49	14.00
5 - 10 ปี	128	36.60
11 - 16 ปี	88	25.10
17-22 ปี	64	18.30
23 ปี ขึ้นไป	21	6.00
รวม	350	100.00
จำนวนแรงงาน		
ต่ำกว่า 50 คน	157	44.90
50 -100 คน	75	21.40
101 - 150 คน	40	11.40
151 - 200 คน	31	8.90
201 - 250 คน	19	5.40
มากกว่า 250 คน	28	8.00
รวม	350	100.00

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.1 พบว่าด้านประเภทอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ คือ ประเภทผลิตภัณฑ์จากพืช จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30 รองลงมาได้แก่ ประเภทการผลิตอื่น ๆ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40 และประเภทการผลิตยานพาหนะและอุปกรณ์รวมทั้งการซ่อมยานพาหนะและอุปกรณ์ และประเภทผลิตภัณฑ์โลหะ ตามลำดับ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 9.40 และ 8.00 ตามลำดับเช่นกัน

ด้านระยะเวลาในการดำเนินการอุตสาหกรรม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ดำเนินการอุตสาหกรรมเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 รองลงมาคือ ผู้ดำเนินการอุตสาหกรรมเป็นระยะเวลา 11-16 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 25.10 ผู้ดำเนินการอุตสาหกรรมเป็นระยะเวลาดำเนินการต่ำกว่า 17-22 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 ผู้ดำเนินการอุตสาหกรรมเป็นระยะเวลาดำเนินการต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และผู้ดำเนินการอุตสาหกรรมเป็นระยะเวลายาวนานกว่า 5 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

ด้านแรงงาน พบว่าส่วนใหญ่ใช้แรงงานในการประกอบกิจการ ต่ำกว่า 50 คน จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 44.90 รองลงมาใช้แรงงานในการประกอบกิจการ 50-100 คน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 21.40 ใช้แรงงานในการประกอบกิจการ 101-150 คน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 ใช้แรงงานในการประกอบกิจการ 151-200 คน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 ใช้แรงงานในการประกอบกิจการมากกว่า 250 คน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และใช้แรงงานในการประกอบกิจการ 200 - 250 คน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.40 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

การศึกษาความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา โดยวิเคราะห์ในภาพรวมของแต่ละปัจจัย มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังโดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

ความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด นครราชสีมา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับที่
การตอบสนองต่อลูกค้า	4.10	0.50	มาก	1
ความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.07	0.55	มาก	2

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด นครราชสีมา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับที่
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.04	0.51	มาก	3
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	3.95	0.57	มาก	4
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	3.91	0.56	มาก	5
รวม	4.01	0.54	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมพบว่าความคาดหวังคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก($\bar{X}$ =4.01) เมื่อพิจารณาความคาดหวังคุณภาพการให้บริการรายด้าน พบว่าระดับความคาดหวังมากที่สุดคือ การตอบสนองต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.10) รองลงมาคือ คือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.07) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.04) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.95) และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.91) ตามลำดับ

4.2.1 ผลการศึกษาระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผลการวิเคราะห์รายละเอียดดังตารางที่ 4.2.1

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมใน
จังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม
ปัจจัยย่อยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับที่
สำนักงาน อุตสาหกรรม จังหวัด นครราชสีมา มีเอกสารที่ใช้ในการติดต่อ ที่สะดวกและเข้าใจง่าย	4.34	0.60	มาก ที่สุด	1
สำนักงาน อุตสาหกรรม จังหวัด นครราชสีมา มีทำเลที่ตั้งของสำนักงาน สามารถเดินทางมาติดต่อได้สะดวก	4.12	0.70	มาก	2
สำนักงาน อุตสาหกรรม จังหวัด นครราชสีมา มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ ใช้งานที่ทันสมัย	3.98	0.71	มาก	3
สำนักงาน อุตสาหกรรม จังหวัด นครราชสีมา มีการจัดสถานที่ให้บริการที่ สะอาด และเป็นระเบียบ	3.95	0.63	มาก	4
สำนักงาน อุตสาหกรรม จังหวัด นครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพ และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3.80	0.74	มาก	5
รวม	4.04	0.51	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) โดยปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีเอกสารที่ใช้ในการติดต่อที่สะดวกและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.34$) รองลงมาคือปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีทำเลที่ตั้งของสำนักงานสามารถเดินทางมาติดต่อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.12$) ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

นครราชสีมาเทคโนโลยีและอุปกรณ์ใช้งานที่ทันสมัย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาการจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาดและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$) ตามลำดับ

4.2.2 ผลการศึกษาระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ผลการวิเคราะห์รายละเอียดดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยย่อยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

ความเชื่อถือไว้วางใจได้	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับที่
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาสามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการ	4.16	0.69	มาก	1
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการได้ตามระยะเวลาที่ได้มีการแจ้งไว้	4.15	0.74	มาก	2
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาสามารถรับรู้ปัญหาของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง	4.02	0.66	มาก	3
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่สนใจจะแก้ปัญหาให้อย่างจริงจัง	3.93	0.73	มาก	4
รวม	4.07	0.55	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.07$) โดยปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาสามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$) รองลงมาคือปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการได้ตามระยะเวลาที่ได้มีการแจ้งไว้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$) ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาสามารถรับรู้ปัญหาของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$) และปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีผู้ให้บริการที่สนใจจะแก้ปัญหาให้อย่างจริงจัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) ตามลำดับ

4.2.3 ผลการศึกษาระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผลการวิเคราะห์รายละเอียดดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามประเด็นย่อยด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

การตอบสนองต่อลูกค้า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับที่
สำนักงาน อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว	4.29	0.58	มากที่สุด	1
สำนักงาน อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาแจ้งให้ผู้รับบริการทราบทุกครั้งเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ	4.07	0.70	มาก	2
สำนักงาน อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาสามารถช่วยเหลือผู้ให้บริการได้ตรงตามที่ต้องการ	4.05	0.66	มาก	3

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

การตอบสนองต่อลูกค้า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับที่
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.00	0.68	มาก	4
รวม	4.10	0.50	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) โดยปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.29$) รองลงมาคือปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาการแจ้งให้ผู้รับบริการทราบทุกครั้งเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.07$) ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาสามารถช่วยเหลือผู้ให้บริการได้ตรงตามที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) และปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$) ตามลำดับ

4.2.4 ผลการศึกษาระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมด้านด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ผลการวิเคราะห์รายละเอียดดังตารางที่ 4.2.4

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมใน
จังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม
ปัจจัยย่อยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับที่
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ผู้ให้บริการที่สามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อ สงสัยต่างๆ	3.98	0.71	มาก	1
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ผู้ให้บริการที่มีความรู้สามารถตอบปัญหาได้	3.92	0.69	มาก	2
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ผู้ให้บริการที่สร้างให้เกิดความมั่นใจในการ บริการ	3.89	0.68	มาก	3
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ผู้ให้บริการที่มีกริยามารยาทสุภาพและเป็นมิตร	3.86	0.68	มาก	4
รวม	3.91	0.56	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ามีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$) โดยปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาผู้ให้บริการที่สามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่างๆมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) รองลงมาคือปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาผู้ให้บริการที่มีความรู้สามารถตอบปัญหาได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92$) ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาผู้ให้บริการที่สร้างให้เกิดความมั่นใจในการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$) และปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาผู้ให้บริการที่มีกริยามารยาทสุภาพและเป็นมิตรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.86$) ตามลำดับ

4.2.5 ผลการศึกษาระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ผลการวิเคราะห์รายละเอียดดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยย่อยด้าน การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับที่
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีความเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม	4.02	0.69	มาก	1
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการ	3.96	0.71	มาก	2
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาเต็มใจในการให้บริการ	3.95	0.69	มาก	3
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาเข้าใจถึงความจำเป็นในการมาใช้บริการ	3.95	0.74	มาก	4
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการที่เป็นกันเองกับผู้รับบริการ	3.88	0.71	มาก	5
รวม	3.95	0.57	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) โดยปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาที่มีความเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$) รองลงมาคือปัจจัยด้านสำนักงาน

อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$) ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาเข้าใจถึงความจำเป็นในการมาใช้บริการและปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีความเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการที่เป็นกันเองกับผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$) ตามลำดับ

4.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา นั้น กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย สรุปได้ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

ปัจจัย	ประเด็นข้อเสนอแนะ	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	1 พัฒนาระบบยื่นเอกสารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์	11	34.4
	2 ลดรายการเอกสารที่ใช้ในการติดต่อ	8	25.0
	3 เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่และช่องทางการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการ	6	18.7
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	1 ควรมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณากระบวนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เช่น การพิจารณาของเจ้าหน้าที่แต่ละคนแตกต่างกัน	3	9.4
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	1 ลดขั้นตอนหรือระยะเวลา ในกระบวนการงานต่างๆ	4	12.5
รวม		32	100

ที่มา : จากการสำรวจปี 2561 และจากการคำนวณ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์การศึกษาสำคัญคือ 1. เพื่อวิเคราะห์ถึงระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา และ 2. เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาแก่โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาจำนวน 350 โรงงาน สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยการสุ่มแบบเป็นกลุ่ม (Cluster Random Sampling) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และวิเคราะห์ด้วยวิธีการ Content Analysis

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 350 คน ส่วนใหญ่ เป็นประเภทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากพืช จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 57 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30 ด้านระยะเวลาในการดำเนินการอุตสาหกรรมพบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ดำเนินการอุตสาหกรรมเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 128 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 และส่วนใหญ่ใช้แรงงานในการประกอบกิจการ ต่ำกว่า 50 คน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 157 คน คิดเป็นร้อยละ 44.90 ผลการศึกษาสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

พบว่าโดยภาพรวมนั้น ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณาความคาดหวังคุณภาพการให้บริการรายด้าน พบว่าระดับความคาดหวังมากที่สุดคือ การตอบสนองต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ยสูงที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ คือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04,3.95,3.91 ตามลำดับ สำหรับระดับความคาดหวังในปัจจุบันของแต่ละด้าน สรุปได้ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย4.04 และเมื่อพิจารณาตามปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีเอกสารที่ใช้ในการติดต่อที่สะดวกและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.34 รองลงมาคือปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีทำเลที่ตั้งของสำนักงานสามารถเดินทางมาติดต่อได้สะดวก ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ใช้งานที่ทันสมัย ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีการจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาดและเป็นระเบียบ ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12, 3.98,3.95 และ 3.80 ตามลำดับ

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.07 และเมื่อพิจารณาตามปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา สามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.16 รองลงมาคือปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการได้ตามระยะเวลาที่ได้มีการแจ้งไว้ ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาสามารถรับรู้ปัญหาของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง และปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่สนใจจะแก้ปัญหาให้อย่างจริงจัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15,4.02 และ 3.93 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และเมื่อพิจารณาระดับความคาดหวังตามปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.29 รองลงมาคือปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีการแจ้งให้ผู้รับบริการทราบทุกครั้งเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาสามารถช่วยเหลือผู้ให้บริการได้ตรงตามที่ต้องการ และปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07,4.05 และ 4.00 ตามลำดับ

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ามีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และเมื่อพิจารณาระดับความคาดหวังตามปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่สามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่างๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่มีความรู้สามารถตอบปัญหาได้ ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรม

จังหวัดนครราชสีมาที่มีผู้ให้บริการที่สร้างให้เกิดความมั่นใจในการบริการ และปัจจัยด้านสำนักงาน อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาที่มีผู้ให้บริการที่มีกิริยามารยาทสุภาพและเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92, 3.89, 3.86 ตามลำดับ

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้ามีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และเมื่อพิจารณาระดับความคาดหวังตามปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด นครราชสีมาที่มีความเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.02 รองลงมาคือปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการโดยคำนึงถึง ประโยชน์ของผู้รับบริการ มีด้วยค่าเฉลี่ย 3.96 ปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา เข้าใจถึงความจำเป็นในการมาใช้บริการและปัจจัยด้านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีความเต็มใจในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ในส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ปัจจัยด้านสำนักงาน อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการที่เป็นกันเองกับผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.88

5.1.2 ผลการวิเคราะห์หาแนวทางในการเพิ่มระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงาน อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการ ตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ดังนั้น แนวทางการเพิ่มระดับคุณภาพการบริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา สรุปได้ ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการนั้น เพื่อเพิ่มระดับการบริการให้เป็นไปตาม ความคาดหวังของผู้รับบริการ ควรพัฒนาด้านเอกสารที่ใช้ในการติดต่อที่สะดวกและเข้าใจง่ายและ ด้านทำเลที่ตั้งของสำนักงานสามารถเดินทางมาติดต่อได้สะดวก นอกจากนี้ควรควรพัฒนา ระบบงานเอกสารในการติดต่อราชการผ่านระบบคอมพิวเตอร์ และลดรายการเอกสารที่ใช้ในการ ติดต่อ เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวก

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ เพื่อเพิ่มระดับการบริการให้เป็นไปตามความคาดหวังของ ผู้รับบริการ ควรพัฒนา ด้านสามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการและด้านการให้บริการได้ ตามระยะเวลาที่ได้มีการแจ้งไว้ นอกจากนี้ควรพัฒนาควรมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณากระบวนการ ปฏิบัติที่ชัดเจน เช่น การพิจารณาของเจ้าหน้าที่แต่ละคนแตกต่างกัน ทำให้ผู้มารับบริการเกิดความ สับสน

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เพื่อเพิ่มระดับการบริการให้เป็นไปตามความคาดหวัง ของผู้รับบริการ ควรพัฒนาด้านการให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็วและด้านการแจ้งให้ ผู้รับบริการทราบทุกครั้งเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ ควรปรับปรุงด้านการเพิ่มช่องทางการติดต่อ

หรือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และลดขั้นตอนหรือระยะเวลา ในกระบวนการต่างๆ เพื่อความรวดเร็วในการ

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า เพื่อเพิ่มระดับการบริการให้เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ควรพัฒนาด้านผู้ให้บริการที่สามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่างๆ และด้านผู้ให้บริการที่มีความรู้สามารถตอบปัญหาได้

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า เพื่อเพิ่มระดับการบริการให้เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ควรพัฒนาด้านความเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมและด้านการให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการ

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

งานวิจัยนี้สามารถจัดลำดับความคาดหวังของโรงงานในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา โดยนำประเด็น ที่โรงงานอุตสาหกรรมคาดหวังในระดับมากที่สุดเพื่อมาพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ใช้บริการคาดหวังปัจจัยด้านมีเอกสารที่ใช้ในการติดต่อ ที่สะดวกและเข้าใจง่าย แนวทางการพัฒนาควรจัดทำคู่มือของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา กำหนดแนวทาง ขั้นตอน หรือวิธีการไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ใช้ในการติดต่อสื่อสารหรือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยกระบวนการต่างๆ ที่อยู่ในความรับผิดชอบขององค์กร เพื่อให้ผู้มารับบริการสามารถตรวจสอบรายการเอกสารที่ต้องใช้ในการติดต่อได้อย่างถูกต้อง โดยอาจเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ผู้ใช้บริการคาดหวังปัจจัยด้านสามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการ แนวทางการเพิ่มคุณภาพการบริการ ฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะ การตั้งคำถาม การตอบคำถาม เพื่อให้ทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ใช้บริการคาดหวังปัจจัยด้านการให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว แนวทางการเพิ่มคุณภาพการบริการ ควรกำหนดระยะเวลาในการปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้มารับบริการรับรู้ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ลดเวลาให้บริการตามสถานะผู้มารับบริการที่

- แตกต่างกัน วางผังการไหลเวียนของงานให้ง่าย งานไหลเวียนเร็วไม่มีจุดที่เป็นคอขวด โดยหัวหน้ากลุ่มงานต้องตรวจตราการบริการของบุคลากรอย่างเข้มงวด
4. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ผู้ใช้บริการคาดหวังปัจจัยด้านผู้ให้บริการที่สามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่างๆ แนวทางการเพิ่มคุณภาพการบริการ พัฒนาองค์ความรู้ให้บุคลากรโดยจัดให้มี การอบรมอย่างต่อเนื่องและการทดสอบวัดผลว่าบุคลากรมีความรู้จริงในงานที่ได้รับมอบหมาย
 5. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ผู้ใช้บริการคาดหวังปัจจัยด้านความเอาใจใส่ ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม แนวทางการเพิ่มคุณภาพการบริการ สร้างมาตรฐานของกระบวนการให้บริการ ในหน่วยงานให้บริการโดยไม่มีความเหลื่อมล้ำ เช่น การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง การใช้ถ้อยคำและมารยาทของผู้ให้บริการ

เพื่อให้มีการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้จริงนั้น ผู้บริหารระดับสูงควรกำกับดูแล ด้านนโยบาย แผนงาน และ โครงการต่างๆ ให้เกิดระดับการรับรู้คุณภาพสอดคล้องกับระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในกำกับดูแลของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา โดยมีกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างจริงจัง และควรมีการประเมินผลย้อนกลับเพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการที่ดีขึ้นต่อไป

5.2.2 ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ได้สรุปข้อเสนอแนะจากนักวิจัยดังนี้

1. การวิจัยเรื่องความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการมาใช้วิเคราะห์ การวิจัยต่อยอดจึงควรนำทฤษฎีอื่นๆมาทำการศึกษา เช่น ทฤษฎีการรับรู้คุณภาพหรือทฤษฎีความพึงพอใจเพิ่มเติม เพื่อนำมาเปรียบเทียบความคาดหวังคุณภาพการบริการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงการบริการ
2. ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรม ในจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาในจังหวัดอื่น หรือรายภูมิภาค เพื่อให้ได้ข้อมูลความคาดหวังคุณภาพการบริการในภาพรวม และนำมาพัฒนาคุณภาพงานบริการของสำนักงานอุตสาหกรรมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. กระทรวงอุตสาหกรรม. (2560). ข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรมสำหรับ
เจ้าหน้าที่. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://reg.diw.go.th/executive/factory.asp>. [6 ธันวาคม
2560].
- ขวัญกมล คอนขวา และจิตตานันท์ ติกุล. (2555). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ. ปรินญาสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ัชชาลัย ทัดศิวัช. (2554). ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :
http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=X&bookID=_X_&read=true&count=true. [2 ธันวาคม 2560].
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7.
กรุงเทพฯ: บริษัท วี อินเตอร์ พรินท์ จำกัด.
- ประสิทธิ์ รัตนพันธ์ พรพรรณ ศรีประเสริฐ และรัศมี รุ่งโรจน์อนันต์. (2556). หลักการตลาด.
[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://classroom.hu.ac.th/courseware/Marketing/index.html>.
[2 ธันวาคม 2560].
- สิริกาญจน์ มงคลอุกฤษฏ์. (2556). การพัฒนาคุณภาพการให้บริการภายนอกด้านการจัดดอกไม้
สำหรับ งานศพ. ปรินญาสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สุภารักษ์ เมินกระโทก และคณะ. (2555). การประเมินคุณภาพบริการของศูนย์บรรณสารและ
สื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีสุรนารี.
- สุรพงษ์ คงศักดิ์ และธีรชาติ ชรรวมวงศ์. (2551). การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC).
[ออนไลน์]. แหล่งที่มา :
http://www.mcu.ac.th/site/articlecontent_desc.php?article_id=656&article_group_id=146.
[2 ธันวาคม 2560].
- อารี ลีอกลาง . (2555). ระดับความพึงพอใจและความคาดหวังในการให้บริการของบุคลากร กอง
ประปา องค์การบริหารส่วนตำบลหนองงูเห่ล้อม อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัด
นครราชสีมา เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหและปรับปรุงการบริการ, วิศวกรรมศาสตร
มหาบัณฑิตการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

- Clay, R. (1988). **Chambers English dictionary**. Great Britain. Harper Collins.
- De Cecco, J. P. (1967). **The Psychology of Language ,thought and Instruction**. New York: Holt Runchart and Winston.
- Getzels, J.W., Jackson, M. And Philip, W. (1968). **Educational Administration as a Social Process**. Newyork:Harper and Row.
- Heizer , J. & Render, B. (1999). **Principle of Operation Management** . Prentice Hall.
- Khantanapha, Napaporn. (2000). **An Empirical Study of Service Quality in Part-time MBA Programin Private and Public Universities in Thailand**. Dissertation submitted to the Degree of Doctor of Business Administration, Nova Southeastern University.
- Kotler,P. (1994). **Marketing management :Analysis Planning and Implementation and Controls**. (8th ED.). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- LoveLock, H. C. (1996). **Managing Services**. New York: McGraw - Hill Book Company.
- Etzel, M . J., Walker, B. J. and Stanton, W. J. (2001). **Marketing. (12th ed.)**. Boston : McGraw-hill.
- Finn, D. (1921). **Corporate Oligarchy**. New York :Simon and Schuster.
- Oxford University. (1989). **The Oxford English Dictionary**. 2nd edition volume Oxford. Oxford: Oxford University.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1998). **SERVQUAL: A Multiple - Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality**. Journal of Retailing Vol. 64, No. 1, p.p. 12-40.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A., (1985). **A Concept Models of Service Quality and its Implication for Research**. **Journal of marketing**.49,44.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A., (1990). **Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations**. New York: The free press.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A., (1991). **Refinement and Reassessment of the SERVQUAL scale**. Journal of Retailing, 67(4), 420-450.
- Son,W. (1988). **Essential English Dictionary**. Great Britain : Glasgow Co, Ltd .
- Vroom, H Victor. (1964). **Work and Motivation**. Now York : Wiley and Sons Inc.
- Webster, M. (1985). **Webster`s Nith new Collegiate Dictionary**. merriam - webster inc

Yamane, Taro. (1973). **Statistics : An Introductory Analysis**. Third edition. Newyork : Harper and Row Publication.

Zhitang Chen. (2560). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามงานวิจัย
การหาค่าความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์(IOC)





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาอิสระ (Individual Study) หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงระดับความคาดหวังของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งเพื่อวิเคราะห์หาแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาแก่โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา

แบบสอบถามมี 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทอุตสาหกรรม ระยะเวลาดำเนินการอุตสาหกรรมและจำนวนแรงงาน

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังด้านการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน ในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตรงตามความเป็นจริง ตามความคิดเห็นของท่าน ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการศึกษา ข้อมูลที่ท่านได้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการทำวิจัยเท่านั้น

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้ด้วยคำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยและการศึกษาโดยรวมอย่างแท้จริง

นายทรงศักดิ์ สุวรรณศรี

นักศึกษาปริญญาโท

สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและ

สาธารณูปโภค มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทอุตสาหกรรม ระยะเวลาดำเนินการอุตสาหกรรมและจำนวนแรงงาน

1.1 ประเภทอุตสาหกรรม

- ☐ 1. ผลิตภัณฑ์จากพืช
- ☐ 2. อุตสาหกรรมอาหาร
- ☐ 3. อุตสาหกรรมเครื่องคั่ว
- ☐ 4. สิ่งทอ
- ☐ 5. อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายยกเว้นรองเท้า
- ☐ 6. ผลิตภัณฑ์สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์
- ☐ 7. แปรรูปไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้
- ☐ 8. เครื่องเรือนหรือเครื่องตกแต่งในอาคารจากไม้ แก้ว ขาง หรือโลหะอื่นๆ
- ☐ 9. ผลิตภัณฑ์กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ
- ☐ 10. การพิมพ์ การเย็บเล่ม ทำปกหรือการทำแม่พิมพ์
- ☐ 11. เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี
- ☐ 12. ผลิตภัณฑ์จากปิโตรเลียม
- ☐ 13. ขางและผลิตภัณฑ์ขาง
- ☐ 14. ผลิตภัณฑ์พลาสติก
- ☐ 15. ผลิตภัณฑ์อโลหะ
- ☐ 16. ผลิตภัณฑ์ขั้นมูลฐาน
- ☐ 17. ผลิตภัณฑ์โลหะ
- ☐ 18. ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและเครื่องกล
- ☐ 19. ผลิตภัณฑ์ใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์
- ☐ 20. ผลิตภัณฑ์ยานพาหนะและอุปกรณ์รวมทั้งการซ่อมยานพาหนะและอุปกรณ์
- ☐ 21. การผลิตอื่นๆ

1.2. ระยะเวลาในการดำเนินการอุตสาหกรรม

- ☐ 1. ต่ำกว่า 5 ปี
- ☐ 2. 5 – 10 ปี
- ☐ 3. 11 – 16 ปี
- ☐ 4. 17-22
- ☐ 5. 23 ปี ขึ้นไป

1.3. จำนวนแรงงาน

- ☐ 1. ต่ำกว่า 50 คน
- ☐ 2. 50 -100 คน
- ☐ 3. 101 – 150 คน
- ☐ 4. 151 – 200 คน
- ☐ 5. 201 - 250 คน
- ☐ 6. มากกว่า 250 คน

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังด้านการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ☒ หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

การประเมินความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)					
1.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ใช้งานที่ทันสมัย					
1.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีการจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาดและเป็นระเบียบ					
1.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีทำเลที่ตั้งของสำนักงานสามารถเดินทางมาติดต่อได้สะดวก					
1.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีเอกสารที่ใช้ในการติดต่อที่สะดวกและเข้าใจง่าย					
1.5 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)					
2.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่สนใจจะแก้ปัญหาให้อย่างจริงจัง					
2.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา สามารถรับรู้ปัญหาของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง					
2.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา สามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการ					
2.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ให้บริการได้ตามระยะเวลาที่ได้มีการแจ้งไว้					

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ☒ หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

การประเมินความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)					
3.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
3.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาสามารถช่วยเหลือผู้ให้บริการได้ตรงตามที่ต้องการ					
3.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว					
3.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้การแจ้งให้ผู้รับบริการทราบทุกครั้งที่เกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ					
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)					
4.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีผู้ให้บริการที่มีความรู้สามารถตอบปัญหาได้					
4.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีผู้ให้บริการที่สามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่างๆ					
4.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีผู้ให้บริการที่สร้างให้เกิดความมั่นใจในการบริการ					
4.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีผู้ให้บริการที่มีกริยามารยาทสุภาพและเป็นมิตร					

การประเมินความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า(Empathy)					
5.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีความเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม					
5.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีความเต็มใจในการให้บริการ					
5.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการที่เป็นกันเองกับผู้รับบริการ					
5.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการ					
5.5 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาเข้าใจถึงความจำเป็นในการมาใช้บริการ					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

กรุณาแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเรื่อง ความคาดหวังด้านการให้บริการของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

ขอขอบคุณท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

การหาค่าความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์(IOC)

การประเมินความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา	ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์		
	สอดคล้อง	ไม่ แน่ใจ	ไม่ สอดคล้อง
	1	0	-1
1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)			
1.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ใช้งานที่ทันสมัย			
1.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีการจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาดและเป็นระเบียบ			
1.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีทำเลที่ตั้งของสำนักงานสามารถเดินทางมาติดต่อได้สะดวก			
1.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีเอกสารที่ใช้ในการติดต่อที่สะดวกและเข้าใจง่าย			
1.5 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี			
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)			
2.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ให้บริการที่สนใจจะแก้ปัญหาให้ อย่างจริงจัง			
2.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา สามารถรับรู้ปัญหาของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง			
2.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา สามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการ			
2.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ให้บริการได้ตามระยะเวลาที่ได้มีการแจ้งไว้			
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)			
3.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ			
3.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา สามารถช่วยเหลือผู้ให้บริการได้ตรงตามที่ต้องการ			
3.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว			
3.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีการแจ้งให้ผู้รับบริการทราบทุกครั้งที่เกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ			

การประเมินความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา	ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์		
	สอดคล้อง	ไม่ แน่ใจ	ไม่ สอดคล้อง
	1	0	-1
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)			
4.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีผู้ให้บริการที่มีความรู้สามารถตอบ ปัญหาได้			
4.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีผู้ให้บริการที่สามารถอธิบายให้เข้าใจใน ข้อสงสัยต่างๆ			
4.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีผู้ให้บริการที่สร้างให้เกิดความมั่นใจใน การบริการ			
4.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีผู้ให้บริการที่มีกริยามารยาทสุภาพและ เป็นมิตร			
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า(Empathy)			
5.1 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมามีความเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม			
5.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้ความสนใจในการให้บริการ			
5.3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการที่เป็นกันเองกับผู้รับบริการ			
5.4 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์ของ ผู้รับบริการ			
5.5 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาเข้าใจถึงความจำเป็นในการมาใช้บริการ			

ลายมือชื่อ

(.....)

ผู้ทรงคุณวุฒิ

ประวัติผู้เขียน

นายทรงศักดิ์ สุวรรณศรี เกิดวันที่ 20 กันยายน 2525 อยู่ ณ เลขที่ 492 หมู่ที่ 5 ตำบลปรุใหญ่ อำเภอมะนัง จังหวัดนราธิวาส ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาวิศวกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ศึกษาต่อ ปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ประวัติการทำงาน ปัจจุบันดำรงตำแหน่งวิศวกร กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนราธิวาส

