

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษา
ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา

Factors affecting the service recipient's confidence in counseling
of the Songkhla Provincial office of the Comptroller General

ปรียา สุวรรณภูมิ¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรของส่วนราชการผู้เบิกเงินจากคลังในจังหวัดสงขลา ที่เคยเข้ารับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้รับบริการการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี ศึกษาระดับปริญญาตรี ปฏิบัติงานในตำแหน่งวิชาการ เมื่อเปรียบเทียบหาความสัมพันธ์เชิงบวกของภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา และปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา และปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ, ความเชื่อมั่น

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสงขลา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

This research aims To study the image of the Songkhla Provincial Finance Office The Comptroller General. Factors of satisfaction with the services of the Songkhla Provincial Finance Office The Comptroller General That affects the confidence of service recipients in the counseling of the Songkhla Provincial Finance Office The Comptroller General. The sample group is personnel of government agencies who Disbursement money from the treasury in Songkhla Province. 400 people who have received counseling services from the Songkhla Provincial Finance Office The Comptroller General Data were collected using questionnaires and analyze the data using descriptive statistics such as percentage, mean, and standard deviation. Simple regression analysis and multiple regression analysis.

The results of the research found that most of the counseling service recipients of the Songkhla Provincial Finance Office The Comptroller General were female, Aged between 41-50 years, with a bachelor's degree. Work in an academic position When comparing the positive relationship of the image of the Songkhla Provincial Finance Office The Comptroller General and factors of satisfaction with the services of the Songkhla Provincial Finance Office The Comptroller General affects the confidence of service recipients in the counseling of the Songkhla Provincial Finance Office The Comptroller General. It was found that Image of the Songkhla Provincial Finance Office The Comptroller General and factors of satisfaction with the services of the Songkhla Provincial Finance Office The Comptroller General It affects the confidence of service recipients in all aspects (Trust aspect, repeated consultation service aspect, word of mouth aspect, attitude towards the Songkhla Provincial Finance Office The Comptroller General) with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords : Image, satisfaction, confidence

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำนักงานคลังจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานของรัฐ ในสังกัดกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง มีหน้าที่ให้คำปรึกษาด้านการบัญชี การตรวจสอบภายใน กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับและหลักเกณฑ์ด้านการเงินการคลัง และการพัสดุภาครัฐแก่ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐในพื้นที่จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นภารกิจที่กรมบัญชีกลาง และสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้รับบริการได้ประโยชน์สูงสุด สามารถนำคำปรึกษาที่ได้รับไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และหลักเกณฑ์กำหนด รวมถึงการสร้าง ความประทับใจและความพึงพอใจทั้งด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ โดยมีผลคาดหวังให้เกิดผลลัพธ์ในเชิงบวกที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นขึ้นกับผู้รับบริการ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้รับผิดชอบและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา
4. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา
5. เพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา

สมมติฐานของการวิจัย

- 1 ภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา
- 2 .ความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา ส่วนราชการผู้เบิกเงินจากคลังในจังหวัดสงขลา

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ บุคลากรของส่วนราชการผู้เบิกเงินจากคลังในจังหวัดสงขลา ที่เคยเข้ารับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ตามความสะดวก

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล เริ่มตั้งแต่ กรกฎาคม 2566 ถึง ธันวาคม 2566

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์องค์กร

Kotler (2012) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง ขั้นตอนการรับรู้ที่แต่ละบุคคลมีต่อองค์กร ทั้งในส่วนของสินค้าหรือบริการ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท Kotler (2012) อ้างถึงใน วิลลี คำสมนึก, 2564 : 24-26) ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) เป็นลักษณะของภาพที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลที่มีต่อองค์กรต่าง ๆ รวมไปถึงด้านการบริหาร และการจัดการสินค้าหรือบริการที่องค์กรนั้นจำหน่าย

2. ภาพลักษณ์ของสถาบัน (Institutional Image) เป็นลักษณะภาพลักษณ์ที่มุ่งเน้นไปที่องค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการต่าง ๆ

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product or Service Image) เป็นลักษณะของภาพที่มุ่งเน้นไปที่ด้านสินค้าหรือบริการขององค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กร

4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อตราสินค้า (Brand Image) เป็นลักษณะภาพที่เกิดขึ้นผ่านกระบวนการรับรู้ในใจของบุคคลที่มีต่อสินค้านั้นๆ

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

Shelley (1975,pp.252-268) กล่าวว่าทฤษฎีความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยความรู้สึก 2 แบบ คือความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวกคือความรู้สึกอาจเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ส่วนความรู้สึกทางลบคือความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วทำให้ไม่มีความสุข ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพอใจ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2539, หน้า 24-37) ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นผลของ ปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ 1) สถานที่บริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง 2) การส่งเสริม และการแนะนำบริการ 3) ผู้ให้บริการ 4) สภาพแวดล้อมของการบริการ 5) กระบวนการให้บริการ **แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่นในองค์กร**

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความสามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกว่าผู้ให้บริการมี ศักยภาพที่บ่งบอกว่าจะมีความสามารถในการบริการที่ดี มีความสามารถในการให้บริการเพื่อให้ ผู้รับบริการบรรลุวัตถุประสงค์ด้วยความสุภาพ นุ่มนวล กิริยามารยาทงาม บอกรถกล่าว สื่อสาร อย่างชัดเจน และตอกย้ำให้ผู้รับบริการมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดีที่สุด Parasuraman & Berry (1985)

ความไว้วางใจ (Trust) (อ้างถึงใน กรวินท์ ชูพันธ์, 2560) หมายถึง ความรู้สึกเชื่อถือ เชื่อมั่นในผู้อื่นอย่างเต็มที่ ซึ่งความไว้วางใจเกิดจากผู้ให้บริการสร้างความมั่นใจให้กับ ผู้รับบริการ แสดงความซื่อสัตย์ มีความพร้อมในการให้บริการและให้บริการในสิ่งที่เป็นประโยชน์ แก่ผู้รับบริการ

การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repurchase) (อ้างถึงใน กรวินท์ ชูพันธ์, 2560) หมายถึง ทัศนคติของผู้บริโภคที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจที่ได้รับการ เอาใจใส่จากผู้ให้บริการ รวมถึงความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ และส่งผลให้ ทัศนคติเป็นไปในทางบวกซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการอีกครั้งในอนาคต

การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth: WOM) (อ้างถึงใน ธนพงศ์ กำเนิดชุตตะกุล, 2558 : 14 – 15) เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความคิดเห็นทั้งทางตรงและทางอ้อมของ ผู้บริโภค เป็นกลวิธีการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ เกิดจากการที่ผู้บริโภคได้ใช้บริการสินค้าแล้ว เกิดทัศนคติขึ้น จึงมีการบอกต่อไปยังผู้อื่น ทัศนคตินี้อาจจะเป็นทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

ทัศนคติ คือความโน้มเอียงของจิตใจที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง การแสดงออก ทางทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ (1) ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) (2) ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) (3) การไม่แสดงออกทางทัศนคติหรือมีทัศนคติเฉยๆ (Negative Attitude) ดารณี พานทองพาลุสุข (2542: 43)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรของส่วนราชการผู้เบิกเงินจากคลังในจังหวัด สงขลา ที่เคยเข้ารับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา คำนวณกลุ่ม ตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับ ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ หลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ตามความสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ความคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา และความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ผลการประเมินค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) พบว่าข้อคำถามทุกข้อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยค่าของ IOC ที่ได้มีค่ามากกว่า 0.5 และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ของ Cronbach (Cronbach's Alpha) ผลการทดสอบพบว่า แบบสอบถามในแต่ละด้านและในภาพรวมมีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่าระดับที่กำหนด โดยในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.965 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ จึงนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ โดยการแจกแบบสอบถามผ่านลิงค์ กูเกิ้ลฟอร์ม ในช่วงเวลาที่ทำกรเก็บข้อมูล และนำกลับมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่าผู้รับบริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 อายุ ระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 ประเภทตำแหน่งวิชาการ มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ในภาพรวมมีความคิดเห็นใน

ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อ พบว่ามีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ได้แก่สำนักงานคลังจังหวัดสงขลาเป็นหน่วยงานที่ทันสมัย มั่นคง สำนักงานคลัง ($\bar{X} = 4.46$) จังหวัดสงขลาสามารถให้คำปรึกษาแนะนำ แก้ปัญหาให้ได้ ($\bar{X} = 4.45$) เจ้าหน้าที่ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา มีมนุษยสัมพันธ์ มีทักษะในการสื่อสาร ($\bar{X} = 4.43$) และเจ้าหน้าที่ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านระเบียบกฎหมาย การเงินการคลัง ($\bar{X} = 4.40$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ได้แก่ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 4.45$) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.36$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา โดยภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความไว้วาง ($\bar{X} = 4.43$) ด้านทัศนคติที่มีต่อสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ($\bar{X} = 4.41$) ด้านการบอกต่อ ($\bar{X} = 4.36$) และด้านการรับบริการคำปรึกษาซ้ำ ($\bar{X} = 4.32$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา

ตาราง 1

การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา

ตัวแปร	B	Std.Error	Beta	T	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	0.373	0.154		2.425	0.016
ภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา	0.903	0.035	0.795	26.147	0.000*

R = 0.795, R²=0.632, R²adj = 0.631, F = 683.655 S.E_{est} = .323 Sig = 0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา $Beta = 0.795$ สามารถอธิบายหรือทำนายความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 63.2 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนายเท่ากับ .323 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้คือ $Z = 0.795X$

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา

ตาราง 2

การวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา

ตัวแปร	B	Std.Error	Beta	T	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	0.059	0.113		0.522	0.602
ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ x_1	0.381	0.036	0.393	10.492	0.000*
ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ x_2	0.597	0.597	0.546	14.579	0.000*

R = 0.890, R²=0.792, R²adj = 0.791, F = 756.222 S.E_{est} = .243 Sig = 0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (x_2) ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา มากที่สุด ($Beta = 0.546$) รองลงมาได้แก่ตัวแปรด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ x_1 ($Beta = 0.393$) โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายหรือทำนายความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 79.2 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนายเท่ากับ .243 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้คือ $Z = 0.546x_2 + 0.393x_1$

การอภิปรายผล

1. ภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ส่งผลต่อผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ในระดับมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น ความทันสมัย มั่นคง ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ความรู้ ความสามารถ ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และการมีทักษะในการสื่อสาร ของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ สามารถทำนายได้ถึงร้อยละ 63.2 ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วลลี คำสมนึก (2564) ได้ศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สาธารณสุขกาฬสินธุ์ จำกัด ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สาธารณสุขกาฬสินธุ์ จำกัด มีความคิด เห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายด้านสรุปได้ว่าภาพลักษณ์องค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความเชื่อมั่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ กันตภณ ศรีสุวรรณ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจสายปราบปราม กรณีศึกษา สถานีตำรวจนครบาลดุสิต ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่ตำรวจส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจสายปราบปราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปภาวี บุญกลาง (2560) ได้ศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้ายานยนต์เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษา สาขาในเขตอำเภอด่านขุนทด ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของภาพลักษณ์องค์กรของลูกค้ายานยนต์เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อยู่ในระดับมาก ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้ายานยนต์เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา พบว่า ความพึงพอใจในการบริการของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลาส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการให้คำปรึกษาของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา ในระดับมากที่สุด ทั้งด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ สามารถทำนายได้ถึงร้อยละ 79.2 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวธร หนูแสง และคณะ (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการขายโดยใช้พนักงานมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกับงานวิจัยของ พวงเพ็ชร ทองฤทธิ์ และ พอดี สุขพันธ์ (2563) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้มาใช้บริการ กรณีศึกษา : โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษากระเสี้ยว กรมชลประทาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ ด้านความเป็นมิตรกับผู้บริโภค อีกทั้งการให้บริการ

เป็นไปตามลำดับการนัดหมายก่อน - หลัง และมีการแจ้งข้อมูลรายละเอียดขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินงานที่ชัดเจน และเจ้าหน้าที่ที่มีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริการประทับใจ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัชชา กริมใจ และ พงษ์เทพ ศรีโสภาคจิต (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ผลการศึกษาพบว่า (1) ปัจจัยด้านบุคลากรส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงการบริการโดยการนัดหมายล่วงหน้าผ่านระบบออนไลน์
2. ควรเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา โดยนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เหมาะสม
3. ควรส่งเสริมให้มีการส่งต่อสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อแบ่งปันให้ผู้อื่นได้รับทราบ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา เพิ่มเติม ซึ่งแต่ละบุคคลก็จะมีความคาดหวังที่ต่างกัน
2. ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคของใช้บริการสำนักงานคลังจังหวัดสงขลา เพื่อจะได้หาแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กันตภณ ศรีสุวรรณ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจสายปราบปราม กรณีศึกษา สถานีตำรวจนครบาลดุสิต. ค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- กรวินท์ ชูพันธ์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการเทรนเนอร์ออนไลน์ : กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก. ค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัชชา กริมใจ และพงษ์เทพ ศรีโสภาคจิต. (2562). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ที่มีต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. วารสารศึกษาศาสตร์ มจร. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย, 7(1) มกราคม - มิถุนายน 2562, 293 – 305.

- ดารณี พานทองพาลุสุข. ทฤษฎีการจูงใจ. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542.
- ชนพงศ์ กำเนิดชุตตะกุล, (2558). ปัจจัยการบอกต่อ การจัดอันดับและการวิจารณ์สินค้า คุณภาพของข้อมูลและการบริการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขายเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทางสังคมออนไลน์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (S-commerce) ในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชนวธร หนูแสง, นาทาชา เทพอ่อน, และวาสนา สุวรรณวิจิตร. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุในจังหวัดสงขลา. วารสารวิชาการสถาบันการอาชีวศึกษาภาคใต้ 1, 6(1) มกราคม - มิถุนายน 2564, 70 – 79.
- ปภาวี บุญกลาง. (2560). ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- พวงเพ็ชร ทองฤทธิ์ และพอดิ สุขพันธ์. (2563). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้มาใช้บริการ กรณีศึกษา : โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษากระเสี้ยว กรมชลประทาน. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11, 547-558.
- วัลลี คำสมนึก. (2564). ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สาธารณสุขกาฬสินธุ์ จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. 2535. เอกสารการสอนชุดวิชาองค์การและการจัดการงานบุคคล. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York : Harper Collins Publishers.(pp.202-204).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service Quality and its implications for future research. *Journal of marketing* 49, Fall: 41-50.
- Philip Kotler.(2012). *Marketing management*. Bangkok: Pearson Education.
- Shelley, M. W. 1975. "Design as an Instrument of Change: The Rule of Design in Two". *Responding to Social Change*, pp. 252-268. Edited by Basil Honikman. Stroudsburg, Pennsylvania: Dowden, Hutchinson & Ross, Incorporation.
- W.G. Cochran. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.