

# THE PEOPLE SATISFACTION ON THE ONE STOP SERVICE CENTER OF THE EXPRESSWAY AUTHORITY OF THAILAND

Rattapon MANGKANG<sup>1</sup>

1 Sripatum University, Thailand; rattaponprite@gmail.com

## ARTICLE HISTORY

**Received:** 14 June 2024

**Revised:** 28 June 2024

**Published:** 12 July 2024

## ABSTRACT

The purpose of this research is to study the level of satisfaction of citizens with the One Stop Service Center service of the Expressway Authority of Thailand, classified by gender, age, status, education level, occupation, income, type of service and study a sample group of 400 people. The tools used in the study were questionnaires. Statistics used included percentages, means, standard deviations, t-tests, and F-tests (One-Way ANOVA). The results of the study found that Citizens' satisfaction with the One Stop Service Center service of the Expressway Authority of Thailand. Overall it is at a high level. Results of comparing people's satisfaction with the One Stop Service Center of the Expressway Authority of Thailand. Categorized by gender, age, status, education level, occupation, income, and different types of service. Overall, there was no difference in satisfaction with the service. Statistically significant at the .05 level.

**Keywords:** Satisfaction, One-Stop Service Center, Expressway, Citizens

**CITATION INFORMATION:** Mangkang, R. (2024). The People Satisfaction on the One Stop Service Center of the Expressway Authority of Thailand. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(7), 33

## ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (ONE STOP SERVICE CENTER) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย

รัฐพล มั่งคั่ง<sup>1</sup>

1 มหาวิทยาลัยศรีปทุม; rattaponprite@gmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทการรับบริการ และศึกษากลุ่มตัวอย่างคือประชาชน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t- test และ F-test (One-Way ANOVA) ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทการรับบริการ ต่างกัน โดยรวมมีความพึงพอใจต่อการบริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ, ศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ, ทางพิเศษ, ประชาชน

**ข้อมูลการอ้างอิง:** รัฐพล มั่งคั่ง. (2567). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(7), 33

## บทนำ

ประเทศไทยก้าวเข้าสู่กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจและสังคมแปรเปลี่ยน ทำให้รัฐบาลมีแผนพัฒนาเพื่อการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในทุกด้าน ทางด้านสังคม การศึกษา การเมือง การปกครอง รวมถึงการพัฒนากระบวนการหน่วยงานโดยการกำกับดูแลของรัฐ หรือองค์กรด้านรัฐวิสาหกิจ เนื่องจากระบบราชการและรัฐวิสาหกิจเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน ดังนั้น ประชาชนควรได้รับความสะดวกสบายและสามารถเข้าถึงบริการต่างๆ ของภาครัฐ และหน่วยงานที่ต้องบริการประชาชนโดยตรงให้มีความสะดวกเข้าถึงบริการได้โดยง่าย โดยรัฐบาลมีนโยบายเปลี่ยนผ่านระบบราชการไปสู่ยุคราชการ 4.0 ที่มุ่งเน้นประโยชน์การอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนเป็นสำคัญโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (กพร.) สรุปผลการศึกษาเรื่องราวการวางระบบและวิธีการทำงานของระบบราชการ 4.0 คือ การบริหารงาน โดยยึดหลักธรรมาภิบาลเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน มุ่งมั่นที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนเป็นสำคัญ ระบบราชการจะต้องเป็นที่พึ่งของประชาชนและเชื่อถือได้ไว้วางใจได้ (Credible & Trusted Government) (ปริญญา บุญดีสกุลโชค, 2559) และพระราชบัญญัติการอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาต พ.ศ.2558 มีเจตนารมณ์ผลักดันให้กระบวนการขั้นตอน ระยะเวลา เกี่ยวกับการอนุญาตการท่าเกี่ยวกับภาครัฐ รัฐวิสาหกิจให้มีความสะดวกยิ่งขึ้น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (กพร.) กำหนดให้องค์กรมีภารกิจด้านการบริการประชาชนได้ทำการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ครอบคลุม 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ 2) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเป็นเครื่องมือในการประเมินองค์กรที่มีหน่วยบริการประชาชน ที่จะนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการและสร้างความพึงพอใจแก่ประชาชนในฐานะผู้ใช้บริการ (กรรณิการ์ รุจิรัฐโชติ, 2563)

การทางพิเศษแห่งประเทศไทย (กทพ.) เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงคมนาคม การก่อสร้างทางพิเศษอันเป็นภารกิจหลักของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย โดยให้ความสำคัญการวิเคราะห์วางแผนกลยุทธ์ และวิธีดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าประสงค์ของการบริหารจัดการองค์กร การพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ ให้สามารถรองรับและก้าวทันสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาควบคู่ไปกับการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของ การกักขัง การจัดการจราจร การพัฒนาพื้นที่ในเขตทางพิเศษเพื่อสาธารณประโยชน์ การเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านที่หลากหลายสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดแก่กลุ่มเป้าหมายหลักโดยตรง การบริหารงานอย่างโปร่งใสและมีคุณธรรม จิตสำนึกที่ดีในการปฏิบัติหน้าที่ สร้างโอกาส เพิ่มมูลค่าและภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งประชาชนผู้ที่รับบริการหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบ จะต้องเกิดความพึงพอใจในการดำเนินงานของการทางพิเศษแห่งประเทศไทยเพื่อลดปัญหาที่เกิดขึ้นในระยะยาว (การทางพิเศษแห่งประเทศไทย, 2565)

การทางพิเศษแห่งประเทศไทยยังมีนโยบายการปฏิรูประบบราชการ e-Government เกิดประโยชน์โดยเร็วที่สุดโดยให้ความสำคัญกับประชาชนได้รับความสะดวก รวดเร็ว ในการติดต่อหน่วยงานราชการ มีความโปร่งใส และเสมอภาค รัฐบาลจึงกำหนดเป้าหมายให้หน่วยราชการรัฐวิสาหกิจจัดตั้งศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ One Stop Service ขึ้น และจากแนวคิดการบริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ เป็นเสมือนอุโมงค์คิที่ทางราชการดำเนินการให้เกิดผลในทางปฏิบัติ ประชาชนได้รับความสะดวก ประหยัดเวลา บริการที่เป็นธรรม การบริการด้วยใจของเจ้าหน้าที่ โปร่งใส ตรวจสอบได้ เป็นเรื่องความพยายามที่จะจัดหน่วยงานของรัฐให้เกิดความสมบูรณ์และครบวงจร โดยประชาชนไม่ต้องเสียเวลาไปติดต่องานที่ต่างๆ หลายแห่ง ให้มีเพียงหน่วยงานเดียวที่ทำหน้าที่ให้บริการอย่างเบ็ดเสร็จ และมีประสิทธิภาพ (นิยมทองจำปา และ ทศราพร แก้วบุตดา, 2547)

การทางพิเศษแห่งประเทศไทย (กทพ.) กระทรวงคมนาคม ได้กำหนดเป้าหมายรวมของแผนแม่บทไอซี มีระบบสารสนเทศที่เพียงพอทันสมัยและถูกต้องสำหรับการตัดสินใจกำหนดนโยบายและแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน การบริหารจัดการและสามารถรองรับนโยบายและเป้าหมาย e-Government ได้ จึงได้จัดตั้งศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จขึ้น

เพื่อบริการประชาชนแบบครบวงจรที่เดียวเบ็ดเสร็จ อาทิ 1) ให้บริการจำหน่าย เติมน้ำมันสำรองค่าผ่านทาง เปลี่ยนอุปกรณ์ Easy Pass และธุรกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 2) ออกใบกำกับภาษีบัตร Easy Pass ตามปริมาณการผ่านทาง 3) ออกใบเสร็จรับเงินจากการเติมน้ำมันผ่านหน่วยงานภายนอก 4) จำหน่ายคูปองผ่านทางสำหรับประเภทรถ 6-10 ล้อ สำหรับทางพิเศษเฉลิมมหานคร และทางพิเศษศรีรัช และทางพิเศษฉลองรัช 5) รับชำระเงินค่าเช่าใช้พื้นที่ในเขตทางพิเศษ และคำประกันสัญญาเช่าพื้นที่ ฯลฯ โดยมีประชาชนมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก และจากข้อมูลการดำเนินงานของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย มีการประเมินความพึงพอใจในภาพรวมของทุกปี โดยได้รับการประเมินความพึงพอใจจากประชาชนผู้ให้บริการในระดับมาก (การทางพิเศษแห่งประเทศไทย, 2566) แต่ยังไม่มีการศึกษาด้านการบริการหรือการประเมินความพึงพอใจของประชาชนผู้ให้บริการศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการในทุกด้านการบริการ ตามแนวทางศูนย์ราชการสะดวก ให้สามารถทราบถึงปัจจัยด้านการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้ให้บริการ

ดังนั้น เพื่อพัฒนาการดำเนินงานของศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรัฐ เป็นหน่วยงานในการกำกับดูแลของภาครัฐ เป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจที่ให้บริการประชาชนโดยตรง ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพของการบริการ และทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น เป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนา และปรับปรุงงานให้เกิดประสิทธิภาพ และที่สำคัญให้ประชาชนได้รับความปลอดภัย เกิดความพึงพอใจมากที่สุด และช่วยให้ผู้บริหารรับรู้ได้โดยเร็วถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการอย่างรวดเร็ว เพื่อให้มีการปรับปรุงคุณภาพของการบริการอย่างต่อเนื่อง เป็นระบบแนวปฏิบัติที่ได้มาตรฐาน

### การทบทวนวรรณกรรม

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกชอบ หรือความพึงพอใจที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจ ส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเอง (Cullen, 2001) ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมเกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล (Tondani Nethengwe et al., 2018) ลักษณะความพึงพอใจ มี 2 ลักษณะ คือ ความพึงพอใจที่เป็นการแสดงออกทางอารมณ์ และความพึงพอใจที่เกิดจากการประเมินความแตกต่างจากการรับบริการ และในการรับบริการนั้นถ้าผู้รับบริการได้รับตามความต้องการ หรือได้รับตามความคาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจ หรือหากไม่ตรงตามความต้องการหรือตามความคาดหวัง ผู้รับบริการก็จะไม่เกิดความพึงพอใจ (สิริกันยา พัฒนภูทอง, 2546)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกอบด้วยปัจจัย ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์บริการ ในการนำเสนอบริการนั้นจะต้องมีผลิตภัณฑ์บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความต้องการของผู้รับบริการถึงความเอาใจใส่ และความจริงใจต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการที่ส่งมอบให้ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ 2) ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ใช้เกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่ต้องจ่ายออกไป โดยผู้ดำเนินการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ และเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ 3) สถานที่บริการ ผู้ดำเนินการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก มีสถานที่กว้างขวางเพียงพอ และต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ในทุกด้าน 4) การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ดำเนินการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ทั้งในด้านคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของการบริการ ผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้รับบริการ

หรือผู้ใช้ได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจซื้อบริการต่อไป 5) ผู้ให้บริการ ผู้ดำเนินการจะต้องตระหนักถึงตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการการวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการหรือผู้ใช้เป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรม การให้บริการ และนำเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการความสนใจ เอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ 6) สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ดำเนินการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ผ่านการออกแบบ ตกแต่ง การแบ่งพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมลงตัวก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการบริการ และสื่อภาพลักษณ์นี้ออกไปสู่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้อีกด้วย และ 7) กระบวนการบริการ ผู้ดำเนินการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัว และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากรเทคโนโลยีเข้ามาร่วมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ และประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการหรือผู้ใช้ ผู้ศึกษาจึงได้สรุปกรอบแนวคิดตามกรอบภารกิจการให้บริการของการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) การทางพิเศษแห่งประเทศไทย (วิมล เมฆสวัสดิ์, 2550)

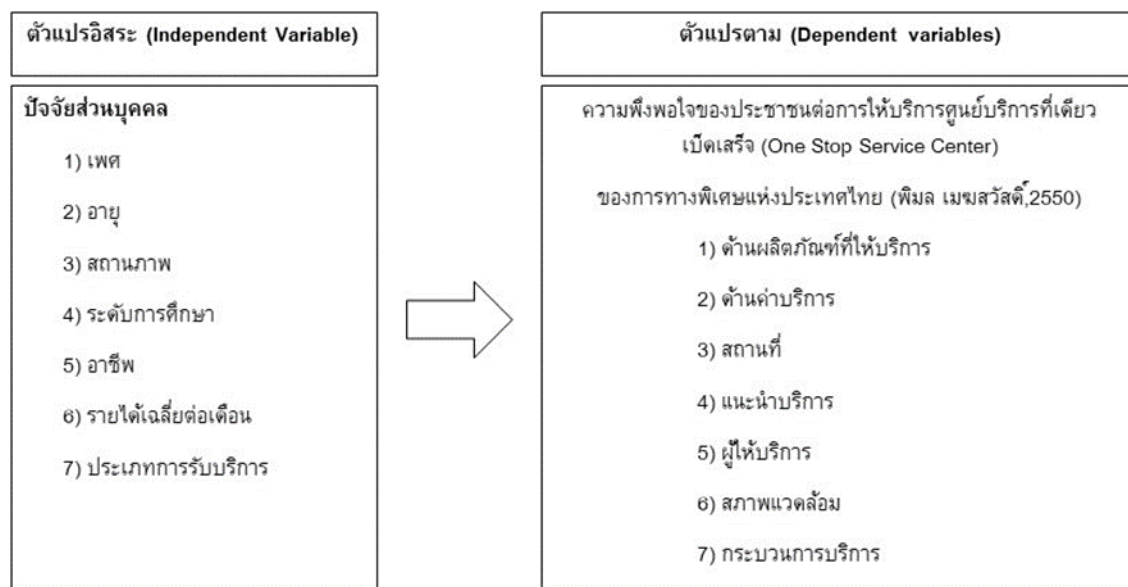
การบริการที่มีคุณภาพ (Service Quality) จำนวน 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านกระบวนการให้บริการ 2) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และ 3) ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (วิฑูรย์ สิมะโชติ, 2544)

แนวคิดการบริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) เป็นเรื่องความพยายามที่จะจัดหน่วยงานของรัฐให้เกิดความสมบูรณ์และครบวงจร โดยประชาชนไม่ต้องเสียเวลาไปติดต่อกันที่ต่างๆ หลายแห่ง ให้มีเพียงหน่วยงานเดียวที่ทำหน้าที่ให้บริการอย่างเบ็ดเสร็จและมีประสิทธิภาพ ซึ่งพอจะสรุปหลักเกณฑ์ที่สำคัญไว้ ดังนี้ 1) การกำหนดให้การบริการประชาชนอยู่ในองค์กรเดียวกันหรือในสถานที่เพียงแห่งเดียว การจัดตั้งสำนักงานของรัฐเพื่อให้บริการประชาชนจะต้องคำนึงถึงที่ตั้งสำนักงานให้เป็นศูนย์รวมการให้บริการที่มีอำนาจหน้าที่ด้านนั้นเพียงแห่งเดียว 2) การเพิ่มอำนาจหน้าที่และกระจายกิจกรรมเพื่อบริการประชาชนให้แก่ศูนย์บริการของรัฐแบบครบวงจร การจัดตั้งศูนย์บริการประชาชนในองค์กรเดียวกันนั้น ต้องคำนึงถึงบทบาทและอำนาจหน้าที่ขององค์กรแห่งนั้นด้วย กล่าวคือ ต้องมีอำนาจหน้าที่ในการบริการอย่างทั่วถึงและเบ็ดเสร็จเด็ดขาดในหน่วยงานนั้น แนวความคิดสมัยใหม่พยายามเพิ่มบทบาทของหน่วยงานที่จัดตั้งเพื่อบริการประชาชนให้มากขึ้น โดยเน้นหนักเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิต (Human Service) เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น ทั้งสุขภาพอนามัยและสุขภาพจิต งานพัฒนาคุณภาพชีวิตนี้จะมุ่งไปที่ความต้องการของแต่ละบุคคลที่ต้องการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐโดยผ่านหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นในท้องที่ การบริการอย่างทั่วถึงและสะดวกปลอดภัยไม่ต้องติดต่อกับหลายหน่วยงาน (One Single Moment for a Variety of Human Service) 3) กำหนดให้หน่วยงานจัดบริการประชาชนให้เสร็จสิ้นในคราวเดียว การบริการของหน่วยงานรัฐ การถือหลักว่าผู้ไปติดต่อราชการได้รับการเสร็จสิ้นในคราวเดียวกันกับที่ผู้นั้นไปติดต่อราชการแห่งนั้นไม่ต้องกลับมาติดต่อซ้ำซ้อนหลายครั้ง การให้บริการในเรื่องต่างๆ มีความสัมพันธ์และผสมผสานอย่างเหมาะสมกรณีทำงานนั้นๆ ไม่อาจสำเร็จลงได้ เมื่อประชาชนไปติดต่อครั้งแรกในคราวเดียวกัน ติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้นั้น ติดต่อกับราชการแห่งนั้น ไม่ต้องกลับมาติดต่อซ้ำซ้อนหลายครั้ง 4) การให้บริการในเรื่องต่างๆ มีความสัมพันธ์ และผสมผสานอย่างเหมาะสมกรณีทำงานนั้นๆ ไม่อาจสำเร็จลงได้ เมื่อประชาชนไปติดต่อครั้งแรกในคราวเดียวกัน เจ้าหน้าที่จะต้องใช้เวลาทำงานมากขึ้น กระบวนการทำงานอย่างมีหลายขั้นตอน ต้องระดมเจ้าหน้าที่จากหลายแผนกทางราชการควรกำหนดทางปฏิบัติอย่างรัดกุม และให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้มาติดต่ออย่างกระชับชัดเจน เช่น การเตรียมเอกสารพยานหลักฐานที่ต้องนำมาแสดงแก่เจ้าหน้าที่ในครั้งต่อไป เป็นต้น 5) ระยะเวลาที่ประชาชนใช้ในการติดต่อขอรับบริการน้อยที่สุด โดยกำหนดระยะเวลาที่จะกระทำได้ และผู้มาติดต่อมีความพึงพอใจในการบริการนั้นๆ ระเบียบหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติงานต้องปรับปรุงให้ชัดเจน และรัดกุม และ 6) ประชาชนได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากรับการของรัฐ เป็นการสะท้อนถึงผลการบริการของรัฐ นับเป็นหัวใจของการปฏิบัติการนั้นเอง สำหรับประสิทธิภาพ หรือผลที่ทางราชการได้รับเป็นเพียงเครื่องชี้ถึงผลสำเร็จที่ทางราชการได้รับตามเป้าหมายมิใช่สิ่งที่ประชาชนต้องการโดยตรง

## สมมติฐานการวิจัย

ประชาชนผู้มาใช้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับที่แตกต่างกัน

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

## วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนผู้มาขอรับบริการ ณ ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เคยมาใช้บริการ ณ ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย 385 ตัวอย่าง สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ขอบเขตประชากรมีขนาดใหญ่มาก (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2545) และสำรวจแบบสอบถามจำนวน 15 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง การเลือกตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทขอรับบริการ ระดับความพึงพอใจเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่ามี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 38 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น 0.964 การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติบรรยายที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) กรณีตัวแปรสองกลุ่ม และการทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## ผลการวิจัย

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย พบว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.07$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อเช่นกัน จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ ( $\bar{X} =$

4.14) ด้านสถานที่ ( $\bar{X} = 4.11$ ) ด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.07$ ) ด้านสภาพแวดล้อม ( $\bar{X} = 4.06$ ) ด้านแนะนำบริการ ( $\bar{X} = 4.05$ ) ด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ( $\bar{X} = 4.04$ ) และด้านราคา /ค่าบริการ ( $\bar{X} = 4.00$ )

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากตารางที่ 1 จากผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย พบว่า ประชาชนผู้ใช้บริการมี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทการรับบริการต่างก็มีความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย (n = 400)

| การให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ<br>(One Stop Service Center) | ค่าเฉลี่ย<br>$\bar{X}$ | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | ระดับ<br>ความพึงพอใจ |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| 1) ด้านผลิตภัณฑ์การบริการ                                             | 4.04                   | 0.28                     | มาก                  |
| 2) ด้านราคา/ค่าบริการ                                                 | 4.00                   | 0.30                     | มาก                  |
| 3) ด้านสถานที่                                                        | 4.11                   | 0.28                     | มาก                  |
| 4) ด้านแนะนำบริการ                                                    | 4.05                   | 0.22                     | มาก                  |
| 5) ด้านผู้ให้บริการ                                                   | 4.14                   | 0.35                     | มาก                  |
| 6) ด้านสภาพแวดล้อม                                                    | 4.06                   | 0.32                     | มาก                  |
| 7) ด้านกระบวนการให้บริการ                                             | 4.07                   | 0.31                     | มาก                  |
| รวม                                                                   | 4.07                   | 0.30                     | มาก                  |

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล

| ปัจจัยส่วนบุคคล      | สถิติที่ใช้ | ค่าสถิติ | Sig.  |
|----------------------|-------------|----------|-------|
| เพศ                  | t-test      | .688     | .407  |
| อายุ                 | F-test      | .135     | 1.765 |
| สถานภาพ              | F-test      | .216     | 1.537 |
| ระดับการศึกษา        | F-test      | .609     | .719  |
| อาชีพ                | F-test      | .155     | 1.476 |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | F-test      | .816     | .313  |
| ประเภทการรับบริการ   | F-test      | .433     | 1.003 |

\* p < .05

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ผู้ศึกษาขอเสนอผลการอภิปรายทั้ง 7 ด้าน ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ในระดับมาก เนื่องจากได้รับบริการตรงตามความต้องการ มีรูปแบบการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย ได้รับการถูกต้องครบถ้วน เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อการบริการ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนงานของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ในการปรับรูปแบบการบริการที่หลากหลาย เพื่อให้

ประชาชนผู้ใช้บริการมีทางเลือกช่องทางการบริการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Egwuonwu and Njoku (2015) ที่พบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือบริการใหม่ๆ จะเพิ่มคุณภาพในการยอมรับผลิตภัณฑ์จากเพื่อนและสมาชิกในครอบครัว กลุ่มประชากรตัวอย่างมองเห็นถึงการใช้ผลิตภัณฑ์ การใช้บริการของผลิตภัณฑ์เกิดความสะดวก รวดเร็ว ลดเวลาในการรอเพื่อได้รับการบริการ

2) ด้านราคา/ค่าบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ในระดับมาก เนื่องจากการบริการของภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับค่าบริการหรือค่าธรรมเนียม ประชาชนผู้ใช้บริการได้ทราบถึงอัตราค่าบริการ ราคาที่เกิดขึ้นจากการบริการ โดยมีความเหมาะสม ได้รับการที่คุ้มค่า คุ้มค่าประโยชน์จากสิ่งที่ไม่เสียไปในการบริการ และคำนึงถึงความเหมาะสมกับสภาพของเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทั้งนี้การทางพิเศษแห่งประเทศไทย มุ่งส่งเสริมงานบริการโดยเฉพาะประเด็นที่ประชาชนต้องชำระค่าบริการ ให้สะดวก รวดเร็ว ได้รับการที่เกิดประโยชน์สูงสุด ประชาชนพึงพอใจในการใช้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ สุมิตรา มหันตปัญญ (2549) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้การทางพิเศษแห่งประเทศไทย (กทพ.) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจมากในการรับบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะประเด็นด้านราคา การจ่ายค่าบริการโดยได้รับการบริการที่สะดวก คุ้มค่า คุ้มค่าประโยชน์เมื่อเทียบกับการบริการที่ได้รับ

3) ด้านสถานที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ในระดับมาก เนื่องจากสถานที่ให้บริการ ทำเลที่ตั้ง ความสะดวก การเข้าถึงบริการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการใช้บริการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ สถานที่มีความพร้อมด้านการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญา แสงสว่าง และ จริญญา ปานเจริญ (2564) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จเบ็ดเสร็จ (one stop service) ของสำนักงานเขตหลักสี่ กรุงเทพฯ ที่ให้เห็นว่าการจัดสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับประชาชนผู้มาใช้บริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้มากขึ้นและทำให้ประชาชนผู้ใช้บริการสามารถเข้ารับบริการได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

4) ด้านการแนะนำบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ในระดับมาก เนื่องจากการให้บริการที่มีการแนะนำถึงขั้นตอนการบริการอย่างชัดเจน มีความสะดวก ความเอาใจใส่ในการให้ข้อมูล ข่าวสาร สามารถอธิบายรายละเอียดให้เข้าใจได้โดยง่าย มีการบริการที่หลากหลาย เป็นรูปแบบเอกสาร/แผ่นพับ หรือการแนะนำผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ และเป็นไปตามมาตรฐานการดำเนินงานของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย การบริการด้านข้อมูล/ข่าวสาร สิทธิประโยชน์ของประชาชนผู้ใช้บริการได้รับการบริการเพื่อความสะดวกสูงสุด สอดคล้องกับการศึกษาของ เจริญพรรณ แก้วพรรณนา (2542) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนผู้มารับบริการที่มีต่อการให้บริการโทรศัพท์ของสำนักงานบริการโทรศัพท์ : กรณีศึกษาเฉพาะกรณีฝ่ายโทรศัพท์นครหลวงที่ 4 หลักการขั้นตอนการให้บริการที่สามารถที่จะแยกพิจารณาได้ 5 ประการ คือ หลักการบริการตรงตามความต้องการผู้ใช้บริการ หลักการความสม่ำเสมอ หลักการความเสมอภาค หลักความสะดวก โดยเฉพาะด้านการบริการแนะนำปรึกษาทางเลือกการบริการ แสดงความใส่ใจในการชี้แจงแนวทางการบริการอย่างชัดเจน เพื่อให้ประชาชนผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ถึงการบริการอย่างครบถ้วนรอบด้าน เป็นการเพิ่มโอกาสการบริการอย่างเท่าเทียมและช่วยให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจการรับบริการได้อย่างดี โดยไม่เพิ่มความยุ่งยากซับซ้อน

5) ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ในระดับมาก เนื่องจากเป็นนโยบายสำคัญของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย เพื่อยกระดับการบริการมุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรเจ้าหน้าที่ทุกระดับโดยเฉพาะส่วนบริการประชาชนโดยการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ ทำที่ความกระตือรือร้นการบริการ ความเอาใจใส่ บุคลิกภาพ การสื่อสารสุภาพครบถ้วน

บริการด้วยจิตมุ่งบริการอภัยภัยไม่ตรีเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม แจ่มใส สอดคล้องกับการศึกษาของ ปกรณ์ยศ วิทยานันตนากรมย์ (2564) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่องานบริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (one stop service) วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งให้ผลการศึกษาภายในทิศทางเดียวกันแสดงให้เห็นว่าบุคลากรของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏมีความใส่ใจกับงานบริการเป็นอย่างมากและสามารถตอบสนองภารกิจของมหาวิทยาลัยที่ต้องการให้งานบริการเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานและสนับสนุนงานบัณฑิตศึกษาที่มีประสิทธิภาพโดยในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะเดียวกัน

6) ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ในระดับมาก เนื่องจากมีความพร้อมด้านการบริการที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด เป็นระเบียบ แสงสว่างเหมาะสม เครื่องมืออุปกรณ์ให้บริการมีความเพียงพอ โดยการทางพิเศษแห่งประเทศไทยใส่ใจในทุกรายละเอียดโดยเฉพาะการปรับปรุงจุดบริการให้ทันสมัย ใช้นวัตกรรมเพื่อการบริหารอย่างครบวงจร สอดคล้องกับการศึกษาของ พรเพ็ญ ฉายทองดี (2550) ได้ศึกษาเรื่องการเรียนรู้และความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ของการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรี ซึ่งให้ผลการศึกษาภายในทิศทางเดียวกัน ลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ของการไฟฟ้านครหลวง เขตธนบุรี ผลการศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความพึงพอใจในการใช้บริการจากศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านระบบการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมภายในศูนย์บริการในระดับมาก การศึกษาได้นำมาสู่การปรับปรุงแก้ไขการบริการศูนย์บริการที่ดียิ่งขึ้นในด้านการเพิ่มช่องทางข้อมูลการบริการขั้นตอนและเอกสารในการขอรับบริการการจัดทำสื่อเฉพาะกิจป้ายโปสเตอร์คู่มือการบริการหรือแผ่นพับ เป็นต้น

7) ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ในระดับมาก เนื่องจากกระบวนการให้บริการต้องดำเนินการเป็นไปตามระเบียบปฏิบัติของศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย กำหนดระยะเวลาการให้บริการที่สะดวก ไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน มีความเหมาะสม ตารางเวลาเปิด-ปิด ลำดับการบริการ ก่อน-หลัง เพื่อความเสมอภาคด้วยระบบบัตรคิว สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันทนา ฉิ่งวังตะกอก และบรรดิษฐ์ พระประทานพร (2561) ซึ่งศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของ (one stop service) ของสำนักอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพราะว่าคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญต่อภาพลักษณ์ขององค์กรที่มุ่งสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน โดยสามารถแบ่งปัจจัยสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการดังนี้ส่วนที่ 1 คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 1) ความเป็นธรรมของการบริการ 2) ความน่าเชื่อถือ 3) การตอบสนองลูกค้า 4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 5) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า ส่วนที่ 2 คือ ปัจจัยภาพลักษณ์ของ (one stop service) ประกอบด้วย 1) ด้านกระบวนการให้บริการ 2) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ 3) ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และส่วนสุดท้าย คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย 1) เพศ 2) คณะ 3) ระดับชั้น 4) อายุ โดยผลการศึกษาสามารถนำไปหาข้อมูลทางสถิติที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กรด้านคุณภาพการบริการได้ในอนาคต

#### **ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย**

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุง พัฒนา การให้บริการศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ดังนี้

#### **ข้อเสนอแนะทั่วไป**

1) ควรเพิ่มช่วงเวลาในการให้บริการในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) หรือ ขยายเวลาในการให้บริการนอกเวลาราชการ หรือมีศูนย์บริการเพิ่มขึ้น เช่น ภายในห้างสรรพสินค้า หรือเขตพื้นที่ใกล้กับสถานที่ขนส่งสาธารณะเพื่อให้สามารถเดินทางได้สะดวก

- 2) อัตราค่าบริการ หรือค่าธรรมเนียม สามารถสืบค้นข้อมูลได้ มีป้ายรายละเอียดแสดงค่าบริการอย่างชัดเจน เปิดเผยข้อมูลในทุกช่องทาง ทั้งในสถานที่ตั้ง และออนไลน์ และพิจารณาเพิ่มหรือพัฒนาช่องทางการบริการที่สะดวก รวดเร็ว โดยไม่ต้องเดินทางไปศูนย์บริการ เช่น ทางโทรศัพท์ เว็บไซต์ ช่องทางออนไลน์ หรือพัฒนาแอปพลิเคชัน เป็นต้น
- 3) เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการ ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการช่วยเหลือและพร้อมแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับการบริการได้ และมีระบบเสียงประชาสัมพันธ์ หรือการเรียกบัตรคิวที่ทันสมัย

### ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

ควรศึกษาความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนงานอื่นด้วยที่เกี่ยวข้องกับงานบริการประชาชน ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยด้านบริการเช่นเดียวกัน มีผลกับความสัมพันธ์การบริการส่วนอื่นอย่างไร ในลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่ใกล้เคียงกัน เพื่อประเมิน ปรับปรุง หรือการนำส่วนบริการร่วมมือทำงาน ในลักษณะศูนย์บริการที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center)

### เอกสารอ้างอิง

- การทางพิเศษแห่งประเทศไทย. (2565). รายงานประจำปี 2565. กรุงเทพมหานคร.
- การทางพิเศษแห่งประเทศไทย. (2566). รายงานความพึงพอใจของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร.
- กัญญากัด แสงสว่าง และ จริญญา ปานเจริญ. (2564). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อศูนย์บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของสำนักงานเขตหลักสี่กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ปกรณ์ยศ วิทยานันตนารมย์. (2564). การศึกษาสถิติและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีงานบริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม. รายงานการวิจัย, วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม.
- พงษ์พันธ์ นารีน้อย, คณกร สว่างเจริญ และ เพียงจิตา เสรีสุทธิกุลชัย. (2563). ความพึงพอใจของผู้รับบริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมการบริหาร, 4(2), 12-23.
- วิชุดา พาโคกทอม. (2567). ความพึงพอใจของผู้รับบริการจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(3), 5.
- วัลย์ลิกา คีรีรัตน์ และ วัชรินทร์ ชาญศิลป์. (2557). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของ สำนักงานประชาสัมพันธ์ บางเขน การประสานนครหลวง. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 3(2), 121-128.
- วันทนา จิ่งวังตะกอก และ บรรดิษฐ์ พระประทานพร. (2561). คุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของ (one stop service) สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ "GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2018", 487-494.
- วิจิตรา พลสำโรง, ภัทรนิษฐ์ คำมัน, ภานุ ศิริธรรม และ ชลธาร กาบบัวลอย. (2561). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหนองเม็ก อำเภอหนองสองห้อง จังหวัดขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- อายุทธ เนติธนากุล, สิทธิพันธ์ สกฤษฐเจริญ, ปวิธ สอนศิริ, ธนาวัฒน์ แสงอาทิตย์ และ ธนาวัฒน์ กัญญาราช. (2566). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 12(1), 306-314.
- อานนท์ ธิลาว (2564). การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการที่ศูนย์บริการ รถยนต์มาสด้าสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- Adeola, M. M., & Adebiyi, S. O. (2014). Service quality, perceived value and customer satisfaction as determinant of airline choice in Nigeria. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 20, 66-80.
- Hermawan, B., Basalamah, S., Djamereng, A., & Plyriadi, A. (2017). Effect of service quality and price perception on corporate image, customer satisfaction and customer loyalty among mobile telecommunication services provider. *IRAI International Journal of Management & Social Sciences*, 8(1), 62-73.
- Liu, C. H. S., & Lee, T. (2016). Elsevier Abstract Drawing on an overarching framework of marketing theory. *Journal of Air Transport Management*, 52(1), 42-54.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Suwono, L. V., & Oktaria, S. (2016). Factors affecting customer loyalty of fitness centers: An empirical study. *Journal Dinamika Manajemen*, 7, 45-55.

**Data Availability Statement:** The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

**Conflicts of Interest:** The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

**Publisher's Note:** All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



**Copyright:** © 2024 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).