

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของ กรมธุรกิจพลังงาน

The Factors Affecting Fuel Entrepreneurs Satisfaction through the Department of Energy Business System Service

กัญจน์กนก ลอตระกูล
Kankanok Lo-trakool

มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Ramkhamhaeng University, Thailand.
Email: lkankanok@gmail.com

Received September 5, 2021; Revised October 9, 2021; Accepted October 14, 2021

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงพัฒนา คุณภาพ การให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบกิจการที่มารับบริการโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบกิจการที่เข้ารับบริการกรมธุรกิจพลังงาน จำนวน 202 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์โดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาแยกการบริการเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และการวิเคราะห์โดยใช้ถดถอยพหุคูณเพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน พบว่า มีตัวแปรอิสระ 3 ตัว ปัจจัยด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริม/แนะนำ และปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ; การให้บริการ; กรมธุรกิจพลังงาน

Abstract

This article aimed to study the factors affecting the fuel industry operators' satisfaction with the service provided by the Department of Energy Business. The data was used as a guideline in planning, improving and developing the quality of service of the Department of Energy Business to meet the needs of service users. The sample used in this study was 202

people who were served by the Department of Energy Business. It was obtained by simple random sampling. Questionnaire was used to collect and the data was analyzed by using percentage, mean and standard deviation, Pearson product moment correction coefficient and Multiple Regression Analysis.

The findings indicated that the service quality of the Department of Energy Business in overall was at the high. When considered separately, it was found that the highest factors affecting fuel entrepreneurs' satisfaction was the factor of client confidence, then factor of providers, respectively. Multiple regression analysis to predict the factors affecting fuel entrepreneurs' satisfaction through the Department of Energy Business System Service find out 3 independent variables was the factor of procedure service, the factor of information support service and the factor of customer confidence.

Keywords: Satisfaction; Service; Department of Energy Business

บทนำ

พลังงาน เป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งมีความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจรอบด้าน ทั้งนี้เพราะเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนกระบวนการทางเศรษฐกิจ ทั้งโดยทางตรงต่อการผลิต และโดยผ่านการคมนาคม การขนส่ง และชีวิตประจำวันของประชากร ในปัจจุบัน น้ำมันปิโตรเลียมเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่สุดของการผลิตพลังงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของที่เกี่ยวข้องกับการคมนาคมและการขนส่งปัญหาคือในหลายประเทศจะต้องมีการนำเข้าน้ำมันในลักษณะต่างๆ จากแหล่งภายนอกประเทศและราคาน้ำมันก็มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ เพราะเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีปริมาณจำกัด และเมื่อนำไปใช้แล้วก็จะหมดไปในที่สุด (วิชิตวงศ์ ณ ป้อมเพชร์, 2551) การที่ประเทศไทยมีเศรษฐกิจที่เปิดกว้างต่อการค้าและการลงทุนของต่างประเทศ อีกทั้งพึ่งพาการส่งออกเป็นหลักทำให้ประเทศไทยไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบจากภาวะผันผวนทางเศรษฐกิจโลกได้ โดยเฉพาะในภาคการผลิตซึ่งต้องอาศัยพลังงานเป็นตัวหลักในการขับเคลื่อนการผลิต เป็นผลให้น้ำมันเชื้อเพลิงมีปริมาณการใช้และราคาเพิ่มสูงขึ้นควบคู่เป็นลำดับ (สมภพ มานะรังสรรค์, 2552)

กรมธุรกิจพลังงานเป็นส่วนราชการที่เกิดขึ้นใหม่ภายใต้สังกัดกระทรวงพลังงานตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวงทบวง กรม พ.ศ.2545 และพระราชกฤษฎีกาโอนกิจการบริหารและอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 119 ตอนที่ 99 ก ลงวันที่ 8 ตุลาคม 2545 และเล่มที่ 119 ตอนที่ 102 ก ลงวันที่ 8 ตุลาคม 2545 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 9 ตุลาคม 2545 โดยมีภารกิจหลักในการควบคุม กำกับดูแลการจัดหาจัดเก็บ ขนส่ง บรรจุ จำหน่าย ใช้และการประกอบธุรกิจด้านการพลังงานทุกประเภทให้มีปริมาณคุณภาพ ความมั่นคง ปลอดภัย ตามมาตรฐาน ข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานราชการภายใต้สังกัดกระทรวงพลังงานที่มีภารกิจหน้าที่ในการปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2543 () และพระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 (ราชกิจจานุเบกษา, 250) มีดังนี้ 1) กรมธุรกิจพลังงาน โดยสำนักคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิง สำนักบริการธุรกิจและการสำรอน้ำมันเชื้อเพลิง และสำนักความปลอดภัยธุรกิจน้ำมัน เป็นหน่วยงานที่ปฏิบัติงานในด้านการพิจารณาอนุญาตและจดทะเบียนเป็นผู้ค้าน้ำมันเชื้อเพลิง รับแจ้งเป็นผู้ขนส่งน้ำมันเชื้อเพลิงตามที่กฎหมายการค้าน้ำมันเชื้อเพลิงกำหนด การตรวจสอบคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิงของสถานบริการในเขตพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ โดยส่งหน่วยตรวจสอบ

คุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิงเคลื่อนที่ (Mobile Lab) ออกปฏิบัติงานตรวจสอบคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิงของสถานบริการ 2) สำนักงานพลังงานจังหวัดมีหน้าที่รับผิดชอบและออกใบทะเบียนเป็นผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 10 และมาตรา 11 แห่งพระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2543 และจัดเก็บตัวอย่างน้ำมันเชื้อเพลิงจากสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่รับผิดชอบนำส่งให้ส่วนตรวจสอบสำนักคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิง กรมธุรกิจพลังงาน ตรวจสอบคุณภาพ

ดังนั้นการศึกษาปัจจัยการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงที่เข้ามาใช้บริการที่กรมธุรกิจพลังงาน เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาสำหรับผู้ประกอบกิจการและพนักงานเจ้าหน้าที่ โดยผลการศึกษาจะเป็นการสะท้อนข้อมูลและข้อเท็จจริงจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบกิจการและพนักงานเจ้าหน้าที่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงที่เข้ามาใช้บริการที่กรมธุรกิจพลังงาน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงที่เข้ามาใช้บริการที่กรมธุรกิจพลังงาน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการให้บริการ กับความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงที่เข้ามาใช้บริการที่กรมธุรกิจพลังงาน

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานอย่างมีนัยสำคัญ
2. ปัจจัยการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานอย่างมีนัยสำคัญ
3. ปัจจัยการให้บริการ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานอย่างมีนัยสำคัญ
4. ปัจจัยการให้บริการ ด้านการส่งเสริม/แนะนำ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานอย่างมีนัยสำคัญ
5. ปัจจัยการให้บริการ ด้านความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานอย่างมีนัยสำคัญ

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการ หรือลูกค้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ แต่ต้องอยู่ในขอบเขตที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหา หรือทำได้ โดยไม่ขัดต่อวัตถุประสงค์ หรือความถูกต้อง เหมาะสมในการให้บริการ (สรชัย พิศาลบุตร, 2549) ความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งของความสัมพันธ์ทางการตลาด กล่าวคือ ความจำเป็นในวัฒนธรรมการบริการ และการตลาดภายในพื้นที่เหล่านี้แสดงถึงความท้าทายที่สำคัญสำหรับพฤติกรรมการตลาด

และองค์กร ทั้งผู้ปฏิบัติงานและนักวิชาการ ในการจัดพรณแบบแบบเดิมๆ และการทำงานร่วมกัน (Gronroos, 1990)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

บริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ ดังนั้น การให้บริการจึงหมายถึง งานที่มีผู้คอยช่วยอำนวยความสะดวก ซึ่งเรียกว่า ผู้ให้บริการ และ ผู้มารับบริการ ก็คือ ผู้มารับความสะดวก (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) โดยที่การให้บริการเป็นการสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจ ให้แก่ผู้เข้ารับบริการรวมทั้งเป็นสิ่งที่นำไปใช้เพื่อแลกเปลี่ยนให้เกิดกำไรแก่องค์กร (กัตถัญญ หิริญสมบุรณ์, 2556) การบริการ คือกิจกรรมหนึ่ง หรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ กับบุคคล หรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง Lehtinen, 1983) ซึ่งทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ เพราะว่าคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ(Lewis and Bloom, 1983) บริการ คือ งานที่ไม่มีตัวตน สัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้ในตลาดธุรกิจได้ จุดมุ่งหมายหลักของการบริการคือ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ทำให้เกิดความพึงพอใจจากการซื้อบริการเหล่านั้น (สุดาตวง เรืองรุจิระ, 2543) บริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า บริการจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถสัมผัสได้ ที่เสนอขายผลประโยชน์ทางการเงิน กฎหมาย การดูแลสุขภาพ การพักผ่อน หรือผลประโยชน์อื่นๆ แก่ผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543) และสอดคล้องกับ การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546)

สรุปได้ว่า การบริการเป็นการสร้างความพึงพอใจต่อผู้มารับมาบริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม อยู่บนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

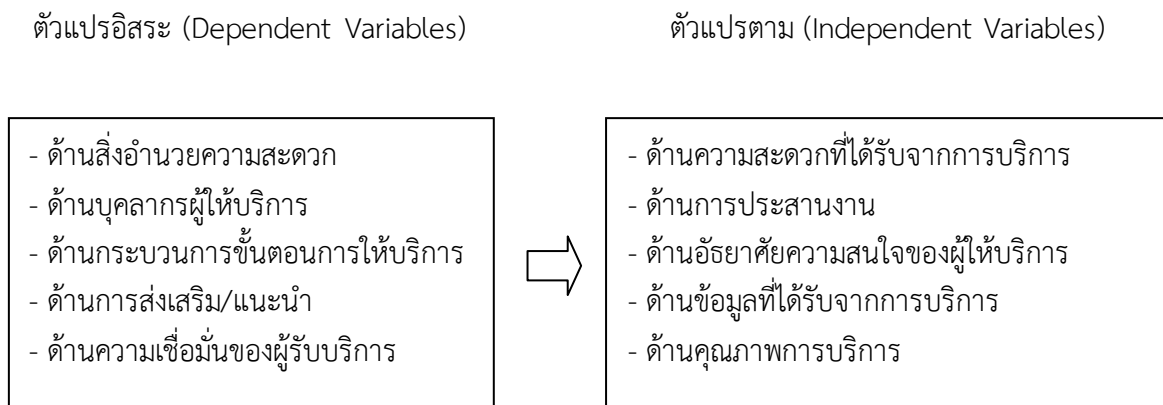
แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะ

บริการสาธารณะ หมายความว่า กิจการอันจำเป็น และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนเป็นส่วนรวมที่รัฐหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำขึ้น เพื่อบริการแก่ประชาชน เช่น กิจการสาธารณสุขโรค กิจการขนส่งคนโดยสาร (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) การบริการสาธารณะ หมายถึง การบริการหรือกิจกรรมที่รัฐจัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์สาธารณะหรือเพื่อตอบสนองความต้องการของส่วนรวม โดยเป็นกิจการที่อยู่ในความอำนาจการหรืออยู่ในความควบคุมของฝ่ายปกครองที่จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน (อรรถยุกกัณ, 2552) อันเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ประชาชนและสร้างการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมให้กับท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาประเทศชาติในภาพรวม โดยมีหลักการที่เป็นประเด็นสำคัญในการจัดบริการสาธารณะคือ การจัดบริการสาธารณะต้องดำเนินการเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวม สามารถตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น มีความเสมอภาค ความต่อเนื่อง และความโปร่งใสในการให้บริการ (นราธิป ศรีธรรม, 2557)

สรุปได้ว่า การบริการสาธารณะ คือ การตอบสนองความต้องการของสังคม และปัจเจกชนที่เป็นสมาชิกของสังคม อันที่จะได้รับบริการจากภาครัฐ ในเรื่องที่เขาหรือวิสาหกิจเอกชนไม่อาจตอบสนองได้ ไม่ว่าจะเป็นการจัดให้มีบริการสาธารณะในด้านให้ความคุ้มครองความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การจัดให้มีสิ่งสาธารณูปโภคต่างๆ กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จึงเป็นที่รัฐจัดทำ หรือจัดให้มี และบริการที่จัดทำต้องเป็นสิ่งที่ต้องการของประชาชน และเอกชนต้องไม่อยู่ในฐานะที่จะจัดทำเองได้

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษา แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น ทำให้สามารถนำไปพัฒนาเป็นกรอบแนวความคิดของการศึกษาได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงที่เข้ามาใช้บริการ กรมธุรกิจพลังงาน จำนวน 202 คน ตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ (Yamane, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 ตามสูตร ได้เท่ากับ 135 คน โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล มีขอบเขตระยะเวลา ดำเนินการในช่วง มีนาคม – เมษายน 2562 แต่ผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มประชากร จำนวน 202 คน นั้น ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และตรงกับข้อเท็จจริงมากกว่า ผู้วิจัยจึงใช้ข้อมูลทั้งหมด 202 คน มาใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้การเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อกรมธุรกิจพลังงาน โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และใช้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ทำงานเป็นข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 25,000 บาท
2. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยมีผลต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานพบว่าระดับความเห็นด้วยภาพรวม อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ อยู่ในระดับสูงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ อยู่ในระดับสูง

โดยมีค่าเฉลี่ย 4.16 ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.14 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 และปัจจัยด้านการส่งเสริม/ แนะนำ อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.07

3. การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานพบว่าระดับความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจด้านการประสานงานการบริการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ความพึงพอใจด้านอรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของการให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99 และความพึงพอใจด้านความสะดวกที่รับจากการบริการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 2) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ 3) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริม/ แนะนำ และ 5) ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านการส่งเสริม/ แนะนำ และด้านความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้มารับบริการเกิดความพึงพอใจ และประทับใจในการบริการของกรมธุรกิจพลังงาน เพราะว่าผลิตภัณฑ์ กระบวนการบริการ ราคา การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า พนักงาน การสร้างตราบริการ และช่องทางจัดจำหน่าย สามารถพยากรณ์คุณภาพการให้บริการสถานีน้ำมัน (ศักราช สุวรรณรังษี, ภณิตา สุนทรไชย และ นิศาตร์ณ์ โชติเชย, 2562) และที่สำคัญจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้พบปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ประชาชนผู้รับบริการต้องการให้กรมธุรกิจพลังงานปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเข้ามาใช้บริการของผู้รับบริการของกรมธุรกิจพลังงาน สภาพแวดล้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกของกรมธุรกิจพลังงาน จึงมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ทั้งป้ายบอกทิศทางมีความชัดเจน ความเพียงพอของที่จอดรถ ความสะอาดของห้องน้ำ ล้วนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจต่อการเข้ามาใช้บริการทั้งสิ้นและที่สำคัญจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้พบว่าผู้รับบริการต้องการให้กรมธุรกิจพลังงานปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเข้ามาใช้บริการของผู้รับบริการของกรมธุรกิจพลังงาน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยพบว่า การประสานงานการบริการระหว่างส่วนงานต่างๆ ในกรมธุรกิจพลังงาน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ทั้งด้านการให้คำแนะนำช่วยเหลือ การให้การต้อนรับด้วยกริยาจาสุภาพ การอธิบายขั้นตอนการรับบริการ ล้วนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจต่อการเข้ามาใช้บริการ เพราะการให้บริการที่ดี เป็นการให้บริการเป็นการสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจ ให้แก่ผู้เข้ารับบริการรวมทั้งเป็นสิ่งที่นำไปใช้เพื่อแลกเปลี่ยนให้เกิดกำไรแก่องค์กร (กตัญญู หิรัญสมบุรณ์, 2556) และที่สำคัญจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้พบว่าผู้รับบริการต้องการให้กรมธุรกิจพลังงานปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเข้ามาใช้บริการของผู้รับบริการของกรมธุรกิจพลังงาน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการให้บริการ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจด้านอรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการ จึงมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ทั้งด้านการให้

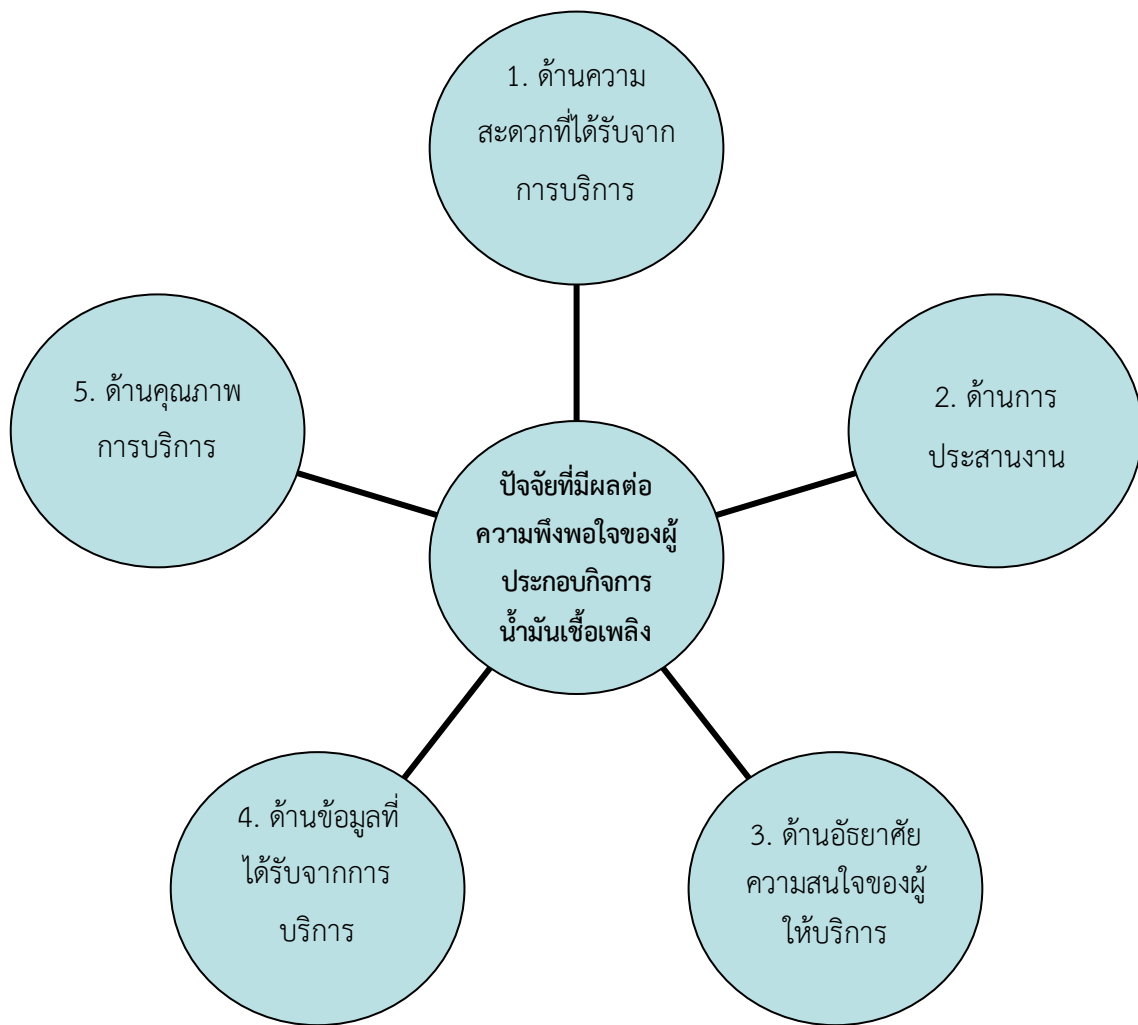
คำแนะนำช่วยเหลือ การให้การต้อนรับด้วยกริยาจากสุภาพ เจ้าหน้าที่กรมธุรกิจพลังงานมีความเต็มใจในการให้บริการเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อความพึงพอใจต่อการเข้ามาใช้บริการ เพราะว่าการบริการคือ งานที่ไม่มีตัวตนสัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้ในตลาดธุรกิจได้ จุดมุ่งหมายหลักของการบริการคือ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ทำให้เกิดความพึงพอใจจากการซื้อบริการเหล่านั้น (สุตาตวง เรืองรุจิระ, 2543) และที่สำคัญจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้พบว่าผู้รับบริการต้องการให้กรมธุรกิจพลังงานปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเข้ามาใช้บริการของผู้รับบริการของกรมธุรกิจพลังงาน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยการให้บริการ ด้านการส่งเสริม/แนะนำ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ มียุทธศาสตร์ต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ทั้งด้านการให้ผลลัพธ์ที่ได้จากคำแนะนำช่วยเหลือ ความมั่นคง และความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่กรมธุรกิจพลังงานที่ให้บริการเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อความพึงพอใจต่อการเข้ามาใช้บริการ เป็นการสร้างความพึงพอใจ ให้แก่ผู้เข้ารับบริการรวมทั้งเป็นสิ่งที่นำไปใช้เพื่อแลกเปลี่ยนให้เกิดกำไรแก่องค์กร (กตัญญู หิรัญสมบูรณ์, 2556) และที่สำคัญจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้พบว่าผู้รับบริการต้องการให้กรมธุรกิจพลังงานปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเข้ามาใช้บริการของผู้รับบริการของกรมธุรกิจพลังงาน

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยการให้บริการ ด้านความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงานอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจด้านคุณภาพของการให้บริการ มียุทธศาสตร์ต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ทั้งด้านการให้ผลลัพธ์ที่ได้จากคำแนะนำช่วยเหลือ ความมั่นคง และความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่กรมธุรกิจพลังงานที่ให้บริการเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อความพึงพอใจต่อการเข้ามาใช้บริการ เพราะความเชื่อมั่นของผู้รับบริการจะส่งผลให้การประกอบธุรกิจสถานีนั่น เชื่อเพลิงได้อย่างเหมาะสม (ศักราช สุวรรณรังษี, ภณิดา สุนทรไชย และ นิศารัตน์ โชติเชย, 2562) และที่สำคัญจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้พบว่าผู้รับบริการต้องการให้กรมธุรกิจพลังงานปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเข้ามาใช้บริการของผู้รับบริการของกรมธุรกิจพลังงาน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

บทความนี้ได้อรรถาธิบายเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 2) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ 3) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริม/ แนะนำ และ 5) ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการประกอบในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความสะดวกที่รับจากการบริการ ด้านการประสานงาน ด้านอรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และ ด้านคุณภาพการบริการ สามารถสะท้อนตัวตนของผู้บริโภคแห่งพลังงานโซล่าเซลล์ ดังแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน

สรุป

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาแยกการบริการเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และการวิเคราะห์โดยใช้ถดถอยพหุคูณเพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน พบว่า มีตัวแปรอิสระ 3 ตัว ปัจจัยด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริม/แนะนำ และปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน ได้ข้อค้นพบสิ่งที่เป็นองค์ความรู้ด้านด้านการกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านการส่งเสริม/แนะนำ และด้านความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ในการศึกษาหัวข้อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรแต่เนื่องจากมีนักทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้กล่าวไว้ ผู้ศึกษาจึงมีความเห็นว่าควรมีการศึกษาองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการใหม่ โดยศึกษาปัจจัยให้ชัดเจนมากขึ้น และศึกษาตัวแปรอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น

2. ผู้บริหารกรมธุรกิจพลังงาน ควรให้ความสำคัญกับนโยบายในการจัดการระบบการจัดการ ในด้านด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ เช่น ความสะอาดของห้องน้ำ ความพอเพียงของที่นั่งระหว่างรอรับบริการ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ ออกนโยบายให้จัดฝึกอบรมบุคลากรผู้ให้บริการเพื่อเข้าใจถึงหลักการบริการที่เป็นเลิศ เน้นการประสานงานมากขึ้น ส่งเสริมให้บุคลากรมีน้ำใจ และสนับสนุนในการทำงาน และสนับสนุนให้บุคลากรมีบทบาทในการมีส่วนร่วมและการตัดสินใจในการทำงาน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะของผู้ประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงที่มาติดต่อกับกรมธุรกิจพลังงานเท่านั้น และเพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับกรมธุรกิจพลังงาน จึงควรทำการศึกษาให้ครอบคลุมแบ่งเป็น ตามประเภทกิจการ เช่น ผู้ประกอบกิจการน้ำมัน ผู้ประกอบกิจการก๊าซปิโตรเลียมเหลว ผู้ประกอบกิจการก๊าซธรรมชาติ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน รวมถึงนำผลการวิจัยมาพิจารณาเป็นแนวทางในการเสริมสร้างและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของกรมธุรกิจพลังงาน และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นประโยชน์ทางการศึกษาแก่ผู้สนใจต้องการศึกษาและในการทำวิจัยในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กตัญญู หิรัญญสมบุญ. (2556). *การจัดการการบริการ*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นราธิป ศรีราม. (2557). แนวคิดเกี่ยวกับการจัดบริการสาธารณะของท้องถิ่น. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการบริการสาธารณะของท้องถิ่น หน่วยที่ 1-7*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2550). *พระราชบัญญัติ การค้าน้ำมันเชื้อเพลิง (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550*. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2562, จาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2550/A/068/34.PDF>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วิชิตวงศ์ ณ ป้อมเพชร์. (2551). *ถอดรหัสเศรษฐศาสตร์เพื่อเข้าใจเศรษฐกิจ*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- ศักราช สุวรรณรังษี, ภณิดา สุนทรไชย และ นิศารัตน์ โชติเชย. (2562). การพัฒนาคุณภาพการให้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 6(2), 61-78.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช และปริญ ลักษิตานนท์. (2546). *การบริหาร การตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

สมภพ มานะรังสรรค์. (2552). จาก *The great depression* สู่วิกฤตการณ์แฮมเบอร์เกอร์ : การเคลื่อนตัวของศูนย์กลางเศรษฐกิจโลกจากสหรัฐอเมริกาสู่จีน. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์.

สุดาตง เรืองรุจิระ. (2543). *หลักการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ยงพลเทรดดิ้ง.

สรชัย พิศาลบุตร. (2549). *สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำได้ง่ายนิดเดียว*. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.

อรทัย ก๊กผล. (2552). *เคล็ดลับการจัดบริการสาธารณะท้องถิ่น: บทเรียนจากรางวัลพระปกเกล้า' 51*. กรุงเทพฯ: ส เจริญ การพิมพ์ จำกัด.

Gronroos, C. (1990). Relationship Approach to Marketing in Service Contexts: The Marketing and Organizational Behavior Interface. *Journal of Business Research*, 20 (1), 3-17.

Luwis, R. C., & Blooms, B. H. (1983). The Marketing Aspect of Service Quality. In L. Berry, G. Shostack, and G. Upah, (Eds). *Emerging Perspective on Service Marketing*. Chicago: American Marketing Association.