

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือของ ผู้ประกอบการ SMEs นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ประกอบการ SMEs ต่อการให้บริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

ผลการศึกษาแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs ที่ใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

2.1 ปังจัยก่อนเข้ารับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

2.2 ปังจัยระหว่างการรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

2.3 ปังจัยหลังเข้ารับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ประกอบการ SMEs จำแนกตามกิจการต่อการให้บริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการ SMEs และกิจการ

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 60 และเป็นเพศชายร้อยละ 40

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.7 มีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30.7 รายได้ต่อเดือนของกิจการอยู่ในช่วง 10000 – 50000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.5

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการ

จากการศึกษาพบว่าประเภทกิจการของผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่เป็นประเภทผลิตภัณฑ์จากผ้าและผ้าทอ โดยคิดเป็นร้อยละ 31.7 มีระยะเวลาเปิดดำเนินการของกิจการส่วนใหญ่ใน

ช่วง 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.6 มีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว ในช่วง 100,000 –1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.4 มีกำลังการผลิตต่อปี อยู่ในช่วง 10,000-50,000 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 44.4 และมีบุคลากรในกิจการจำนวน 10-50 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2

### 1.3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบการ SMEs

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่มีความถี่ในการติดต่อกับศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.4 โดยมีเวลาในการรับบริการในศูนย์ ฯ ต่อครั้ง ประมาณครึ่งชั่วโมงถึงหนึ่งชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 46.3 ในเรื่องการรับข้อมูลข่าวสารของศูนย์ ฯ ที่ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ได้รับจากสื่อวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 21.0 และประเภทบริการของศูนย์ ฯ ที่ผู้ประกอบการ SMEs เคยใช้บริการมากที่สุดคือบริการจัดสถานที่แสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 82

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ประกอบการ SMEs ต่อการให้บริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

### 2.1 ปัจจัยที่มีผลก่อนเข้ารับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs มีความพึงพอใจต่อปัจจัยก่อนเข้ารับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.27) โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดปัจจัยย่อยได้แก่ สถานที่ตั้งและป้ายแสดงที่ตั้ง ภาพพจน์และชื่อเสียงของศูนย์ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจการให้บริการของศูนย์ และบริการจัดสถานที่แสดงสินค้าขาดความทันสมัย

### 2.2 ปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ SMEs มีความพึงพอใจต่อปัจจัยขณะรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.39) โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อความสะดวกสบายขณะใช้บริการของศูนย์ ฯ ในเรื่องของความกว้างขวางและความอาดของศูนย์ ฯ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ ความสุภาพของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การสื่อสารที่ใช้คำพูดได้ง่าย ความความเต็มใจ เอาใจใส่ต่อผู้ประกอบการ SMEs ในการให้บริการ การรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs จำนวนเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ความรู้ความชำนาญในการให้บริการ ความน่าเชื่อถือได้และความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่

### 2.3 ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ SMEs มีความพึงพอใจต่อปัจจัยหลังรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.45) โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อความสอดคล้องของบริการของศูนย์ ฯ กับความคาดหวังของผู้รับ

บริการ ความสมบูรณ์ครบถ้วนของบริการ ความสม่ำเสมอคงเส้นคงวาในคุณภาพของบริการ และ การปฏิบัติของศูนย์ฯ เมื่อได้รับคำร้องเรียนจากผู้รับบริการ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ประกอบการ SMEs จำแนกตามประเภทกิจการต่อการให้บริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

ตารางที่ 21 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการซึ่งผู้ประกอบการ SMEs แต่ละประเภทให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ประเภทกิจการ	ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ
เซรามิค	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ตั้งและป้ายแสดงที่ตั้ง ของศูนย์ ฯ</li> <li>- ภาพพจน์และชื่อเสียงของศูนย์ ฯ</li> <li>- ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการให้บริการของศูนย์ ฯ</li> <li>- บริการจัดนิทรรศการ</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์ ฯ</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารทางวิทยุ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความกว้างและความสะอาดของศูนย์ ฯ</li> <li>- จำนวนที่นั่งในศูนย์ ฯ บริเวณที่ติดต่อ</li> <li>- ความกว้างขวางของพื้นที่จัดแสดงสินค้าของศูนย์ ฯ</li> <li>- ความทันสมัย ความมีระเบียบ และความสะอาดของอุปกรณ์ที่ให้บริการ</li> <li>- การแต่งกายของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความสุภาพของการให้บริการ</li> <li>- การสื่อสารที่ใช้คำพูดได้ง่าย</li> <li>- ความเต็มใจในการให้บริการ</li> <li>- การเอาใจใส่ต่อผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความพึงพอใจต่อการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความพึงพอใจต่อจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการ</li> <li>- ความรู้ความชำนาญในการให้บริการของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความรวดเร็วในการให้บริการ</li> <li>- ความเชื่อถือได้และความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความเข้าใจความต้องการของผู้ประกอบการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสอดคล้องของบริการที่ศูนย์ ฯ กับความคาดหวังของผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความสมบูรณ์ครบถ้วนของบริการ</li> <li>- บริการต่าง ๆ ของศูนย์ ฯ ที่ได้รับมีความสม่ำเสมอคงเส้นคงวาในคุณภาพของบริการ</li> <li>- การปฏิบัติของศูนย์เมื่อได้รับคำร้องเรียนจากผู้รับบริการ</li> </ul>

ตารางที่ 21 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการซึ่งผู้ประกอบการ SMEs แต่ละประเภทให้ความสำคัญพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ต่อ)

ประเภทกิจการ	ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ ของศูนย์แสดงสินค้า หัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ ของศูนย์แสดงสินค้า หัตถกรรมภาคเหนือ
ผลิตภัณฑ์จาก ผ้าและผ้าทอ	ภาพพจน์และชื่อเสียงของ ศูนย์ ฯ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนที่นั่งในศูนย์ฯ บริเวณที่ติดต่อ</li> <li>- การสื่อสารที่ใช้คำพูดได้ง่าย</li> <li>- ความพึงพอใจต่อการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความเชื่อถือได้และความรับผิดชอบ ของเจ้าหน้าที่</li> </ul>	
ผลิตภัณฑ์จาก ไม้	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ตั้งและป้ายแสดง ที่ตั้งของศูนย์ ฯ</li> <li>- ภาพพจน์และชื่อเสียง ของศูนย์ ฯ</li> <li>- ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ได้ในการให้บริการของ ศูนย์ฯ</li> <li>- บริการจัดสถานที่แสดง สินค้า</li> <li>- บริการประชาสัมพันธ์ สินค้าและงานแสดงสิน ค้า</li> <li>- บริการจัดจำหน่ายสินค้า</li> <li>- บริการติดต่อเชื่อมโยง แหล่งผู้ผลิตและผู้ซื้อ</li> <li>- บริการให้คำปรึกษาใน การดำเนินงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความกว้างและความสะอาดของศูนย์ ฯ</li> <li>- ความกว้างขวางของสถานที่จอดรถ</li> <li>- ความกว้างขวางของพื้นที่จัดแสดง สินค้าของศูนย์ ฯ</li> <li>- การแต่งกายของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความสุภาพของการให้บริการ</li> <li>- การสื่อสารที่ใช้คำพูดได้ง่าย</li> <li>- ความเต็มใจในการให้บริการ</li> <li>- การเอาใจใส่ต่อผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความพึงพอใจต่อการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความพึงพอใจต่อจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ ให้บริการ</li> <li>- ความรู้ความชำนาญในการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความรวดเร็วในการให้บริการ</li> <li>- ความเชื่อถือได้และความรับผิดชอบ ของเจ้าหน้าที่</li> </ul>	ความสอดคล้องของบริการ ที่ศูนย์ ฯ กับความคาดหวัง ของผู้ประกอบการ SMEs

ตารางที่ 21 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการซึ่งผู้ประกอบการ SMEs แต่ละประเภทให้ความสำคัญพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ต่อ)

ประเภทกิจการ	ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ ของศูนย์แสดงสินค้า หัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ ของศูนย์แสดงสินค้า หัตถกรรมภาคเหนือ
กระดาษสา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ตั้งและป้ายแสดงที่ตั้งของศูนย์ฯ</li> <li>- ภาพพจน์และชื่อเสียงของศูนย์ฯ</li> <li>- ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการให้บริการของศูนย์ฯ</li> <li>- บริการจัดสถานที่แสดงสินค้า</li> <li>- บริการจัดนิทรรศการ</li> <li>- บริการประชาสัมพันธ์สินค้าและงานแสดงสินค้า</li> <li>- บริการจัดจำหน่ายสินค้า</li> <li>- บริการติดต่อเชื่อมโยงแหล่งผู้ผลิตและผู้ซื้อ</li> <li>- บริการให้คำปรึกษาในการดำเนินงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความกว้างและความสะอาดของศูนย์ฯ</li> <li>- ความเพียงพอของตู้สายโทรศัพท์</li> <li>- การแต่งกายของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความสุภาพของการให้บริการ</li> <li>- การสื่อสารที่ใช้คำพูดได้ง่าย</li> <li>- ความเต็มใจในการให้บริการ</li> <li>- การเอาใจใส่ต่อผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความพึงพอใจต่อการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความพึงพอใจต่อจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการ</li> <li>- ความรู้ความชำนาญในการให้บริการของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความรวดเร็วในการให้บริการ</li> <li>- ความเชื่อถือได้และความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความเข้าใจความต้องการของท่าน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสอดคล้องของบริการที่ศูนย์ฯ กับความคาดหวังของผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความสมบูรณ์ครบถ้วนของบริการ</li> <li>- บริการต่าง ๆ ของศูนย์ฯ ที่ได้รับมีความสม่ำเสมอคงเส้นคงวาในคุณภาพของบริการ</li> </ul>

ตารางที่ 21 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการซึ่งผู้ประกอบการ SMEs แต่ละประเภทให้ความสำคัญพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ต่อ)

ประเภทกิจการ	ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ ของศูนย์แสดงสินค้า หัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ ของศูนย์แสดงสินค้า หัตถกรรมภาคเหนือ
เครื่องเงิน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ตั้งและป้ายแสดงที่ตั้งของศูนย์ ฯ</li> <li>- บริการจัดนิทรรศการ</li> <li>- บริการจัดจำหน่ายสินค้า</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารทางป้ายคัทเอาท์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์ ฯ</li> <li>- ความทันสมัยของข่าวสารข้อมูล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความกว้างและความสะอาดของศูนย์ ฯ</li> <li>- ความกว้างขวางของสถานที่จอดรถ</li> <li>- ความเพียงพอของอุปกรณ์ที่ให้บริการ</li> <li>- การสื่อสารที่ใช้คำพูดได้ง่าย</li> <li>- ความพึงพอใจต่อจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการ</li> <li>- ความรู้ความชำนาญในการให้บริการของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความรวดเร็วในการให้บริการ</li> </ul>	
เครื่องจักสาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ตั้งและป้ายแสดงที่ตั้งของศูนย์ ฯ</li> <li>- บริการจัดสถานที่แสดงสินค้า</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารทางป้ายคัทเอาท์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารทางวิทยุ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำในศูนย์ ฯ</li> <li>- ความกว้างขวางของสถานที่จอดรถ</li> <li>- การสื่อสารที่ใช้คำพูดได้ง่าย</li> </ul>	
เครื่องประดับ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ตั้งและป้ายแสดงที่ตั้งของศูนย์ ฯ</li> <li>- ภาพพจน์และชื่อเสียงของศูนย์ ฯ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความกว้างและความสะอาดของศูนย์ ฯ</li> <li>- ความเพียงพอของคู่สายโทรศัพท์</li> <li>- ความเข้าใจความต้องการของท่าน</li> </ul>	
อื่น ๆ		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความกว้างขวางของสถานที่จอดรถ</li> <li>- ความไม่ซ้ำซ้อนในขั้นตอนการบริการ</li> <li>- ความสุภาพของการให้บริการ</li> <li>- การเอาใจใส่ต่อผู้ประกอบการ SMEs</li> </ul>	

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการของศูนย์แสดงสินค้า  
หัตถกรรมภาคเหนือ**

จากการศึกษาพบว่าปัญหาต่อการบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือที่ผู้ประกอบการ SMEs เรียงลำดับตามร้อยละของปัญหาทั้งหมด มีดังนี้

- อันดับ 1 ความไม่ทันสมัยของข้อมูลข่าวสาร (ร้อยละ 11.28)
- อันดับ 2 ความไม่สะดวกสบายขณะใช้บริการ (ร้อยละ 10.09)
- อันดับ 3 การประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 9.40)
- อันดับ 4 อุปกรณ์ไม่เพียงพอและไม่ทันสมัย (ร้อยละ 9.23)
- อันดับ 5 ความไม่แปลกใหม่ในการบริการด้านต่างๆ ของศูนย์ (ร้อยละ 9.06)
- อันดับ 6 ความไม่สามารถของผู้ให้บริการด้านของศูนย์ (ร้อยละ 7.52)
- อันดับ 7 ความไม่สอดคล้องของบริการของศูนย์ฯ กับความคาดหวัง (ร้อยละ 6.32)
- อันดับ 8 ความซ้ำซ้อนในขั้นตอน (ร้อยละ 5.30)
- อันดับ 9 ความไม่สมบูรณ์ครบถ้วนของบริการของศูนย์ (ร้อยละ 5.13)
- อันดับ 10 ความไม่ถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนในการบริการ (ร้อยละ 4.62)
- อันดับ 11 ความไม่น่าเชื่อถือ และไม่น่าไว้วางใจในการให้บริการ (ร้อยละ 4.27)
- อันดับ 12 สถานที่ตั้ง ความคับแคบของศูนย์ฯ (ร้อยละ 3.93)
- อันดับ 13 ชื่อเสียง และภาพพจน์ (ร้อยละ 3.59)
- อันดับ 14 ความไม่สม่ำเสมอคงเส้นคงวาของบริการของศูนย์ฯ และการไม่ปฏิบัติของศูนย์ฯ เมื่อได้รับคำร้องเรียน (ร้อยละ 3.25)
- อันดับ 16 การแต่งกายและความไม่สุภาพ การสื่อสารความไม่เต็มใจในการให้บริการ (ร้อยละ 2.22)
- อันดับ 17 ความไม่มีกิริยามารยาท ความไม่ประณีตบรรจงของผู้ให้บริการ (ร้อยละ 1.54)



### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ SMEs ต่อการใช้บริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ในครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการ และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าโดยการอภิปรายผลการศึกษา มีดังนี้

#### แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการ

จากแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการ โดยวีระพงษ์ เจริญจิระรัตน์ ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพงานบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอาจจะสร้างความพึงพอใจหรือก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในสายตาของลูกค้า ได้แก่ปัจจัย 3 กลุ่มคือ

1. กลุ่มปัจจัยที่มีผลก่อนเข้ารับบริการ
2. กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะเข้ารับบริการ
3. กลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังเข้ารับบริการ

จากการศึกษาพบว่าสอดคล้องแนวคิดคือ ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อการบริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยย่อยใน 3 กลุ่มปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลก่อนเข้ารับบริการ ปัจจัยที่มีผลขณะเข้ารับบริการ และปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ SMEs ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง

#### แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) อธิบายว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกหลังการซื้อหรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ (Perceived Performance) กับการให้บริการที่เขาคาดหวัง (Expected Performance) โดยผลที่ได้รับจากบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfied Customer) แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้าตั้งไว้ ก็จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ (Delighted Customer) ผู้ให้บริการจะต้องทำให้บริการแตกต่าง คือ การรักษาระดับการให้บริการโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ผู้รับบริการได้คาดหวังไว้ จากการศึกษาในภาพรวมพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs มีความพึงพอใจต่อการบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือในระดับปานกลาง แสดงว่าเป็นไปตามที่ผู้ประกอบการ SMEs คาดหวังพอสมควรเมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ได้จากตัวกำหนดคุณภาพดังนี้

1. ความพึงพาได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานในลักษณะที่เชื่อถือได้ถูกต้อง สม่่าเสมอ จากการศึกษพบว่า บริการต่างๆ ของศูนย์ฯ มีความสม่่าเสมออยู่ในระดับปานกลาง

2. การเข้าถึงได้ง่าย (Access) หมายถึง ความสะดวกในการติดต่อ สามารถเข้าพบได้ง่าย ไม่ให้ผู้รับบริการคอยนาน จากการศึกษพบว่า การให้บริการ และ ความสะดวกสบายในการใช้บริการด้านต่างๆ เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบวิสาหกิจฯ มีความพึงพอใจในระดับมาก

3. การมีมารยาทที่ดี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพ อ่อนน้อม ให้ความเคารพไม่ถือตัว จากการศึกษพบว่า ความเต็มใจในการให้บริการ จากการศึกษพบว่า เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบวิสาหกิจฯ มีความพึงพอใจในระดับมาก

4. การติดต่อสื่อสารที่ดี (Communication) หมายถึง การตั้งใจฟังและเข้าใจลูกค้า การให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า โดยใช้ภาษาและคำพูดที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ง่าย จากการศึกษพบว่า เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบวิสาหกิจฯ มีความพึงพอใจในระดับมาก

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้และมีความซื่อสัตย์ จากการศึกษพบว่า เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบวิสาหกิจฯ มีความพึงพอใจในระดับมาก

6. ความเข้าใจ (Understanding) หมายถึง ความพยายามที่จะเข้าใจความต้องการ (Want) และความจำเป็น (Need) ของผู้รับบริการ จากการศึกษพบว่า เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบวิสาหกิจฯ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

7. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ อุปกรณ์ รวมถึงบุคลิกภาพของพนักงาน จากการศึกษพบว่า เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบวิสาหกิจฯ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

8. ความสามารถในการแข่งขัน (Competence) หมายถึง ทักษะ ความรู้ความสามารถที่เป็นเพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จากการศึกษพบว่า เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบวิสาหกิจฯ มีความพึงพอใจในระดับมาก

9. ความพร้อมในการตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการ และช่วยเหลือลูกค้าอย่างรวดเร็ว จากการศึกษพบว่า เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบวิสาหกิจฯ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผลการศึกษเกี่ยวกับ การให้บริการทางการเงินและการพัฒนาธุรกิจของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 โดย The Brooker Group Public Company Limited (2001) พบว่า ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ได้ให้บริการทางการเงินและการพัฒนาธุรกิจที่น่าพึงพอใจต่อผู้รับบริการที่เป็นผู้ประกอบการ SMEs โดยจำนวนมากกว่าร้อยละ 79 รู้สึกพึงพอใจถึงพึงพอใจมากต่อบริการที่

ได้รับ ในเรื่องของการให้การฝึกอบรม ข้อมูลที่ได้รับและบริการให้คำปรึกษา ติดตามด้วยการบริการที่มีอรรถยาศัยดีของพนักงานผู้ให้บริการ การช่วยเหลือในการขยายการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ในส่วนของการบริการทางการเงินของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ผู้ประกอบการ SMEs เห็นว่ามีดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น และมีการให้วงเงินกู้ที่สูงกว่า ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจต่อการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาคความพึงพอใจของผู้ประกอบการ SMEs ที่มีต่อการให้บริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ที่มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตที่เกี่ยวกับการบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ในด้านต่างๆ ซึ่งระดับความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับปานกลาง

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ SMEs ที่ใช้บริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ มีความพึงพอใจต่อบริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือในระดับปานกลาง ดังนี้

ตารางที่ 22 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการซึ่งผู้ประกอบการ SMEs แต่ละประเภทให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ประเภทกิจการ	ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ
เซรามิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บริการจัดสถานที่แสดงสินค้า</li> <li>- บริการประชาสัมพันธ์สินค้าและงานแสดงสินค้า</li> <li>- บริการจัดจำหน่ายสินค้า</li> <li>- บริการติดต่อเชื่อมโยงแหล่งผู้ผลิตและผู้ซื้อ</li> <li>- บริการให้คำปรึกษาในการดำเนินงาน</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารทางป้ายคัทเอาท์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางแผ่นพับใบปลิว</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางรถบริการประชาสัมพันธ์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางหนังสือพิมพ์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าว</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางโปสเตอร์</li> <li>- การกระจายข่าวสารอย่างทั่วถึงของศูนย์ฯ</li> <li>- ความทันสมัยของข่าวสารข้อมูล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำในศูนย์ฯ</li> <li>- ความกว้างขวางของสถานที่จอดรถ</li> <li>- ความเพียงพอของอุปกรณ์ที่ให้บริการ</li> <li>- ความเพียงพอของคู่มือโทรศัพท์</li> <li>- ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนการบริการ</li> <li>- ความไม่ซ้ำซ้อนในขั้นตอนการบริการ</li> </ul>	

ตารางที่ 22 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการซึ่งผู้ประกอบการ SMEs แต่ละประเภทให้ความสำคัญพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ต่อ)

ประเภทกิจการ	ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การกระจายข่าวสารอย่างทั่วถึงของศูนย์ฯ</li> <li>- ความทันสมัยของข่าวสารข้อมูล</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารทางวิทยุ</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์ ฯ</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางวิทยุ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความรู้ความชำนาญในการให้บริการของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความรวดเร็วในการให้บริการ</li> <li>- ความเข้าใจความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs</li> </ul>	
ผลิตภัณฑ์จากไม้	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บริการจัดนิทรรศการ</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารทางป้ายคัทเอาท์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางแผ่นพับใบปลิว</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางรถบริการประชาสัมพันธ์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางหนังสือพิมพ์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าว</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางโปสเตอร์</li> <li>- การกระจายข่าวสารอย่างทั่วถึงของศูนย์ฯ</li> <li>- ความทันสมัยของข่าวสารข้อมูล</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์ ฯ</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางวิทยุ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำในศูนย์ ฯ</li> <li>- ความทันสมัย ความมีระเบียบ และความสะอาดของอุปกรณ์ที่ให้บริการ</li> <li>- ความเพียงพอของอุปกรณ์ที่ให้บริการ</li> <li>- ความเพียงพอของคู่สายโทรศัพท์</li> <li>- ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนการบริการ</li> <li>- ความไม่ซ้ำซ้อนในขั้นตอนการบริการ</li> <li>- ความเข้าใจความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสมบูรณ์ครบถ้วนของบริการ</li> <li>- บริการต่าง ๆ ของศูนย์ ฯ ที่ได้รับมีความสม่ำเสมอคงเส้นคงวาในคุณภาพของบริการ</li> <li>- การปฏิบัติของศูนย์เมื่อได้รับคำร้องเรียนจากผู้รับบริการ</li> </ul>

ตารางที่ 22 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการซึ่งผู้ประกอบการ SMEs แต่ละประเภทให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ต่อ)

ประเภทกิจการ	ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลหลังรับ บริการของศูนย์แสดงสินค้า หัตถกรรมภาคเหนือ
กระดาษสา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารทางป้ายคัทเอาท์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางอินเตอร์เน็ต</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางแผ่นพับใบปลิว</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางรถบริการประชาสัมพันธ์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางหนังสือพิมพ์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าว</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางโปสเตอร์</li> <li>- การกระจายข่าวสารอย่างทั่วถึงของศูนย์ฯ</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์ฯ</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์ฯ</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางวิทยุ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนที่นั่งในศูนย์ฯ บริเวณที่ติดต่อ</li> <li>- ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำในศูนย์ฯ</li> <li>- ความกว้างขวางของสถานที่จอดรถ</li> <li>- ความกว้างขวางของพื้นที่จัดแสดงสินค้าของศูนย์ฯ</li> <li>- ความทันสมัย ความมีระเบียบ และความสะอาดของอุปกรณ์ที่ให้บริการ</li> <li>- ความเพียงพอของอุปกรณ์ที่ให้บริการ</li> <li>- ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนการบริการ</li> <li>- ความไม่ซ้ำซ้อนในขั้นตอนการบริการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การปฏิบัติของศูนย์เมื่อได้รับคำร้องเรียนจากผู้รับบริการ</li> </ul>

ตารางที่ 22 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการซึ่งผู้ประกอบการ SMEs แต่ละประเภทให้ความสำคัญพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ต่อ)

ประเภทกิจการ	ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการของ ศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาค เหนือ	ปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการของ ศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาค เหนือ	ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการของ ศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรม ภาคเหนือ
เครื่องเงิน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการให้บริการของศูนย์ฯ</li> <li>- บริการจัดสถานที่แสดงสินค้า</li> <li>- บริการประชาสัมพันธ์สินค้าและงานแสดงสินค้า</li> <li>- บริการติดต่อเชื่อมโยงแหล่งผู้ผลิตและผู้ซื้อ</li> <li>- บริการให้คำปรึกษาในการดำเนินงาน</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางแผ่นพับใบปลิว</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางรถบริการประชาสัมพันธ์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางหนังสือพิมพ์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าว</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางโปสเตอร์</li> <li>- การกระจายข่าวสารอย่างทั่วถึงของศูนย์ฯ</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางวิทยุ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนที่นั่งในศูนย์ฯ บริเวณที่ติดต่อ</li> <li>- ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำในศูนย์ฯ</li> <li>- ความกว้างขวางของพื้นที่จัดแสดงสินค้าของศูนย์ฯ</li> <li>- ความทันสมัย ความมีระเบียบและความสะอาดของอุปกรณ์ที่ให้บริการ</li> <li>- ความเพียงพอของตู้สายโทรศัพท์</li> <li>- ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนการบริการ</li> <li>- ความไม่ซ้ำซ้อนในขั้นตอนการบริการ</li> <li>- การแต่งกายของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความสุภาพของการให้บริการ</li> <li>- ความเต็มใจในการให้บริการ</li> <li>- การเอาใจใส่ต่อผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความพึงพอใจต่อการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความเชื่อถือได้และความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความเข้าใจความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสอดคล้องของบริการที่ศูนย์ฯ กับความคาดหวังของผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความสมบูรณ์ครบถ้วนของบริการ</li> <li>- บริการต่าง ๆ ของศูนย์ฯ ที่ได้รับมีความสม่ำเสมอคงเส้นคงวาในคุณภาพของบริการ</li> <li>- การปฏิบัติของศูนย์เมื่อได้รับคำร้องเรียนจากผู้รับบริการ</li> </ul>

ตารางที่ 22 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการซึ่งผู้ประกอบการ SMEs แต่ละประเภทให้ความสำคัญพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ต่อ)

ประเภทกิจการ	ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลหลังรับ บริการของศูนย์แสดงสิน ค้าหัตถกรรมภาคเหนือ
เครื่องประดับ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการให้บริการของศูนย์ฯ</li> <li>- บริการจัดสถานที่แสดงสินค้า</li> <li>- บริการจัดนิทรรศการ</li> <li>- บริการประชาสัมพันธ์สินค้าและงานแสดงสินค้า</li> <li>- บริการจัดจำหน่ายสินค้า</li> <li>- บริการติดต่อเชื่อมโยงแหล่งผู้ผลิตและผู้ซื้อ</li> <li>- บริการให้คำปรึกษาในการดำเนินงาน</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารทางป้ายคัทเอ๊าท์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางแผ่นพับใบปลิว</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางรถบริการประชาสัมพันธ์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางหนังสือพิมพ์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าว</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางโปสเตอร์</li> <li>- การกระจายข่าวสารอย่างทั่วถึงของศูนย์ฯ</li> <li>- ความทันสมัยของข่าวสารข้อมูล</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์ฯ</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางวิทยุ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนที่นั่งในศูนย์ฯ บริเวณที่ติดต่อกับ</li> <li>- ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำในศูนย์ฯ</li> <li>- ความกว้างขวางของสถานที่จอดรถ</li> <li>- ความกว้างขวางของพื้นที่จัดแสดงสินค้าของศูนย์ฯ</li> <li>- ความทันสมัย ความมีระเบียบ และความสะอาดของอุปกรณ์ที่ให้บริการ</li> <li>- ความเพียงพอของอุปกรณ์ที่ให้บริการ</li> <li>- ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนการบริการ</li> <li>- ความไม่ซ้ำซ้อนในขั้นตอนการบริการ</li> <li>- การแต่งกายของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความสุภาพของการให้บริการ</li> <li>- การสื่อสารที่ใช้คำพูดได้ง่าย</li> <li>- ความเต็มใจในการให้บริการ</li> <li>- การเอาใจใส่ต่อผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความพึงพอใจต่อการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความพึงพอใจต่อจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ</li> <li>- ความรู้ความชำนาญในการให้บริการของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความรวดเร็วในการให้บริการ</li> <li>- ความเชื่อถือได้และความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสอดคล้องของบริการที่ศูนย์ฯ กับความคาดหวังของผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความสมบูรณ์ครบถ้วนของบริการ</li> <li>- บริการต่าง ๆ ของศูนย์ฯ ที่ได้รับมีความสม่ำเสมอคงเส้นคงวาในคุณภาพของบริการ</li> <li>- การปฏิบัติของศูนย์ฯ เมื่อได้รับคำร้องเรียนจากผู้รับบริการ</li> </ul>



ตารางที่ 22 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการซึ่งผู้ประกอบการ SMEs แต่ละประเภทให้ความสำคัญพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ต่อ)

ประเภท กิจการ	ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ ของศูนย์แสดงสินค้า หัตถกรรมภาคเหนือ
อื่น ๆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ตั้งและป้ายแสดงที่ตั้ง ของ ศูนย์ ฯ</li> <li>- ภาพพจน์และชื่อเสียงของศูนย์ ฯ</li> <li>- ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการให้ บริการของศูนย์ ฯ</li> <li>- บริการจัดสถานที่แสดงสินค้า</li> <li>- บริการจัดนิทรรศการ</li> <li>- บริการประชาสัมพันธ์สินค้าและงาน แสดงสินค้า</li> <li>- บริการจัดจำหน่ายสินค้า</li> <li>- บริการติดต่อเชื่อมโยงแหล่งผู้ผลิต และผู้ซื้อ</li> <li>- บริการให้คำปรึกษาในการดำเนินงาน</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารทางป้ายคัทเอ๊าท์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทาง อินเทอร์เน็ต</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางแผ่นพับ ใบปลิว</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางรถ บริการประชาสัมพันธ์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางหนังสือ พิมพ์</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางจดหมาย ข่าว</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทาง โปสเตอร์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความกว้างและความสะอาดของ ศูนย์ ฯ</li> <li>- จำนวนที่นั่งในศูนย์ ฯ บริเวณที่ติดต่อ</li> <li>- ความเพียงพอและความสะอาดของ ห้องน้ำในศูนย์ ฯ</li> <li>- ความกว้างขวางของพื้นที่จัดแสดง สินค้าของศูนย์ ฯ</li> <li>- ความทันสมัย ความมีระเบียบ และ ความสะอาดของอุปกรณ์ที่ให้ บริการ</li> <li>- ความเพียงพอของอุปกรณ์ที่ให้ บริการ</li> <li>- ความเพียงพอของคู่สายโทรศัพท์</li> <li>- ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียด ขั้นตอนการบริการ</li> <li>- การแต่งกายของเจ้าหน้าที่</li> <li>- การสื่อสารที่ใช้คำพูดได้ง่าย</li> <li>- ความเต็มใจในการให้บริการ</li> <li>- ความพึงพอใจต่อการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความพึงพอใจต่อจำนวนเจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการ</li> <li>- ความรู้ความชำนาญในการให้ บริการของเจ้าหน้าที่</li> <li>- ความรวดเร็วในการให้บริการ</li> <li>- ความเชื่อถือได้และความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสอดคล้องของ บริการที่ศูนย์ ฯ กับความ คาดหวังของผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>- ความสมบูรณ์ครบถ้วน ของบริการ</li> <li>- บริการต่าง ๆ ของศูนย์ ฯ ที่ได้รับมีความสม่ำเสมอ คงเส้นคงวาในคุณภาพ ของบริการ</li> <li>- การปฏิบัติของศูนย์เมื่อ ได้รับคำร้องเรียนจากผู้ รับบริการ</li> </ul>

ตารางที่ 22 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการซึ่งผู้ประกอบการ SMEs แต่ละประเภทให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ต่อ)

ประเภทกิจการ	ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการของศูนย์ แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ ของศูนย์แสดงสินค้า หัตถกรรมภาคเหนือ
อื่น ๆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การกระจายข่าวสารอย่างทั่วถึงของศูนย์ฯ</li> <li>- ความทันสมัยของข่าวสารข้อมูล</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์ฯ</li> <li>- การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางวิทยุ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความเข้าใจความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs</li> </ul>	

### ข้อเสนอแนะ

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ควรให้ความสำคัญต่อผู้ประกอบการ SMEs ที่มาใช้บริการในศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ โดยการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการจากระดับความพึงพอใจปานกลาง ให้เป็นระดับความพึงพอใจมาก ในทุกๆ ด้าน และพยายามแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นตามลำดับของปัญหามากจนถึงปัญหาน้อย เนื่องจากงานบริการของศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ถือเป็นงานด้านธุรกิจบริการ ในแง่ของผู้ให้บริการควรดูแลเอาใจใส่และควบคุมคุณภาพในด้านต่อไปนี้

#### 1. ปรับปรุงและขยายสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น

- การขยายพื้นที่จัดแสดงสินค้า เพื่อประเภทสินค้าและจัดวางให้เป็นหมวดหมู่
- จัดหาอุปกรณ์ ในการจัดแสดงสินค้า เพื่อให้สวยงามและสะดวกในการเลือกซื้อ เช่น ตู้โชว์ ชั้นวางของ อุปกรณ์ตกแต่งต่างๆ
- จัดหาเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ที่ทันสมัย มาใช้ในการให้บริการ วางระบบควบคุมสินค้า และการเงิน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ การใช้ระบบ Bar Code แบบง่ายๆ เครื่องชำระเงินด้วยบัตรเครดิต
- ปรับปรุงสถานที่นั่งพัก สำหรับผู้ที่มาติดต่อ ให้เพียงพอ เช่น จัดทำมูมกาแพ่และเครื่องดื่มไว้ให้บริการ และนั่งพักผ่อน
- ดูแลในเรื่องความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ โดยซ่อมแซมอุปกรณ์ ที่ชำรุดเสียหายให้อยู่ในสภาพที่ใช้การได้อยู่เสมอ รวมทั้งให้การอบรม และกวดขันการทำงานของ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ และหากไม่ดีขึ้นอาจจะมีการจัดจ้างบริษัทเอกชน ให้เข้ามาดูแลในเรื่องการทำความสะอาด

2. ควรมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของศูนย์ฯ มากขึ้น โดยการเชื่อมโยงผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ วารสาร รายการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รวมทั้งขอความร่วมมือ กับหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยงานเครือข่ายวิสาหกิจฯ

3. จัดทำฐานข้อมูลแหล่งผลิตสินค้า และผู้ประกอบการ SMEs ภาคเหนือ โดยมีการปรับฐานข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ มีการจัดทำ Website ของศูนย์ฯ บริการฐานข้อมูลด้วยระบบ Online (เชื่อมโยงข้อมูลร่วมกับหน่วยงานอื่น) บริการค้นหาข้อมูล ด้านตลาดสินค้าและแนวโน้มความต้องการของตลาดทางระบบอินเตอร์เน็ต

4. ปรับปรุงการให้บริการต่างๆ ของศูนย์ฯ ให้มีความแปลกใหม่ เช่น
  - การจัดแสดงนิทรรศการหมุนเวียนตามเทศกาล ประเภทผลิตภัณฑ์หรือตามโครงการต่างๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อให้มีกิจกรรมหมุนเวียนมากขึ้น
  - ปรับปรุงรูปแบบการจัดงานแสดงสินค้าแบบเดิมๆ โดยเน้นการคัดเลือกสินค้าที่มีการพัฒนารูปแบบมากขึ้น การแบ่งโซนกลุ่มสินค้านวัตกรรม การจัดร้าน และการจัดกิจกรรมภายในงาน
  - เพิ่มการจัดงานแสดงสินค้า เพื่อเป็นการเชื่อมโยงธุรกิจ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อได้พบผู้ผลิตโดยตรง และขยายตลาดสินค้าให้กว้างขึ้น เช่น การจัดตลาดนัดสินค้าหัตถกรรม-อุตสาหกรรม เดือนละ 1 ครั้ง หรือ 2 เดือนต่อครั้ง
  - จัดโชว์สินค้า ในห้องแสดงสินค้า ให้สวยงาม ทันสมัย และน่าสนใจ โดยขอความร่วมมือหรือจัดจ้างนักออกแบบตกแต่งมืออาชีพ จากบริษัทเอกชนหรือหน่วยงานเครือข่ายฯ เช่น ชมรมผู้ส่งออกภาคเหนือ เข้ามาดำเนินการ
  - จัดจำหน่ายสินค้า โดยผ่านระบบ E-commerce
  - รวบรวมนักออกแบบของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และนักออกแบบอิสระ เพื่อจัดตั้งคลินิก หรือ Design Center เพื่อให้คำปรึกษาแนะนำด้านการออกแบบสินค้า การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุภัณฑ์ แก่ผู้ประกอบการ SMEs
  - จัดสัมมนาและฝึกอบรม ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ แนวโน้มตลาด การจัดการ การเงิน การตลาด แก่ผู้ประกอบการ SMEs
5. จัดบริการต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs โดยการจัดประชุมเพื่อขอคำแนะนำต่างๆ การจัดทำกล่องรับข้อคิดเห็น หรือแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาแก้ไขปรับปรุงการให้บริการ และปรับแผนงานของศูนย์ฯ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs
6. ควรมีการคัดเลือก หรือสับเปลี่ยนบุคลากร ที่มีความสามารถในการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาปฏิบัติงาน เพื่อให้การทำงานรวดเร็วขึ้น รวมทั้งให้การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเสมอ เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการ
7. มีการจัดทำงานวิจัยและพัฒนาสินค้าอุตสาหกรรม – หัตถกรรม ในแต่ละประเภท เพื่อให้ได้ข้อมูลเป็นจริง และนำไปประกอบการตัดสินใจ ในการดำเนินธุรกิจ