

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ
และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ.ชลบุรี)

ศนิชา มุ่งหมาย

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

กลุ่มวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2559

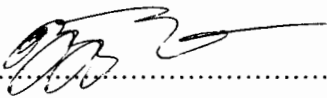
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

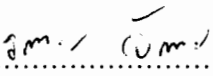
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางานนิพนธ์
ของ ศนิชา มุ่งหมาย ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

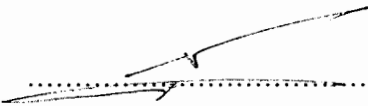
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน อินทชาติ)

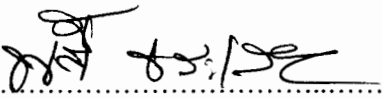
คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์


.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน อินทชาติ)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.รชฎ จันทร์น้อย)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.กิจจุเชต ไกรวาส)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชนีธ์ ธารเสนา)
วันที่...3...เดือน.....มิถุนายน.....พ.ศ....2559.....

กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่ง ในการช่วยเหลือ ดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน อินทชาติ (อาจารย์ที่ปรึกษา) ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษาในการแนะนำตรวจสอบแก้ไข ให้ข้อเสนอแนะ ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการวิจัย ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง ในความกรุณาของอาจารย์ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและระลึกถึงพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ในระดับปริญญาโท รวมทั้งบุคลากรและเจ้าหน้าที่งานบริการศึกษาทุกท่านที่ช่วยประสานงาน ให้ความสะดวกตลอดมา ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดียิ่งไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้านี้ ผู้ศึกษาขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณ บูพการี บูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้การอบรมสั่งสอน ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจ จนทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ศนิชา มุ่งหมาย

57930169: กลุ่มวิชา: การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน; ร.ป.ม. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ/ ภาพลักษณ์/ สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

สนิชา มุ่งหมาย: ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

(THE RELATIONSHIP BETWEEN QUALITY OF SERVICE AND IMAGE OF OFFICE OF THE ATTORNEY GENERAL FOR RIGHTS AND LEGAL ASSISTANCE AND CASE EXECUTION, CHON BURI PROVINCE) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: นันทวัน อินทชาติ, ปร.ค. 77 หน้า. ปี พ.ศ. 2559.

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ.ชลบุรี) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพบริการของ สคชจ. ชลบุรี 2) ศึกษาภาพลักษณ์ของ สคชจ.ชลบุรี 3) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและภาพลักษณ์ของ สคชจ.ชลบุรี จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ประชาชนที่มาใช้บริการ ณ สคชจ. ชลบุรี จำนวน 300 คน สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นเท่ากับ .93 สถิติที่ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการของ สคชจ. ชลบุรี ตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ภาพรวมคุณภาพการให้บริการระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน อันดับ 1 พบว่าคือด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ รองลงมาคือ ด้านการให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตามลำดับ ด้านภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ สคชจ. ชลบุรี เป็นสำนักงานที่ได้รับการยอมรับว่ามีความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่มีความยุติธรรม ด้านกฎหมาย และ สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่ลดความเหลื่อมล้ำแก่สังคมด้านกฎหมาย ตามลำดับ ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของ สคชจ. ชลบุรี พบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ โดยค่าความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ($r = .605$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

57930169: MAJOR: PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT; M.P.A. (PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT)

KEYWORDS: QUALITY OF SERVICE/ IMAGES/ OFFICE OF THE ATTORNEY GENERAL FOR RIGHTS AND LEAGAL ASSISTANCE AND CASE EXECUTION, CHON BURI PROVINCE

SANICHA MUNGMAI: THE RELATIONSHIP BETWEEN QUALITY OF SERVICE AND IMAGE OF OFFICE OF THE ATTORNEY GENERAL FOR RIGHTS AND LEAGAL ASSISTANCE AND CASE EXECUTION, CHON BURI PROVINCE. ADVISOR: NANTAWAN INTACHAT, Ph.D. 77 P. 2016.

The purpose of this study was threefold. First, it aimed at examining a level of quality of service provided by Office of the Attorney General for Rights and Legal Assistance and Case Execution, Chon Buri Province. Also, this study attempted to investigate an image of this office. The third purpose of this study was to determine the relationship between the level of quality of service and the image of Office of the Attorney General for Rights and Legal Assistance and Case Execution, Chon Buri Province as classified by gender, age, status, educational level, occupation, amount of monthly income. The subjects of this study comprised 300 service users at Office of the Attorney General for Rights and Legal Assistance and Case Execution. They were recruited by a convenient sampling technique. The instrument used to collect the data was a questionnaire with a level of confidence of .93. The descriptive statistical tests including frequency, percentage, means, and standard deviation were used to analyze the collected data. Also, the test of Pearson Product Moment Correlation Coefficient was administered.

The results of this study revealed that the subjects expressed a high level of opinion toward the quality of service provided by Office of the Attorney General for Rights and Legal Assistance and Case Execution, Chon Buri Province. Specifically, the aspect of quality of service in relation to reliability was rated the highest, followed by the ones relating to the importance given to service users, tangibles, and responsiveness to service users, respectively. Regarding the image of Office of the Attorney General for Rights and Legal Assistance and Case Execution, the item stating that Office of the Attorney General for Rights and Legal Assistance and Case Execution, Chon Buri Province is widely accepted as a reliable organization was rated the highest. This was followed by the item stating that Office of the Attorney General for Rights and Legal Assistance and Case Execution is an organization with justice, and the item stating that it is an organization reducing social inequality in law, respectively. Finally, there was a positive and moderate relationship ($r = .605$) between the level of quality of service and the image of Office of the Attorney General for Rights and Legal Assistance and Case Execution, Chon Buri Province at a significant level of .01.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานในการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ	7
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	13
ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
3 วิธีดำเนินการวิจัย	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	37

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การวิเคราะห์ข้อมูล	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	39
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)	44
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)	52
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	56
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	59
สรุปผลการวิจัย.....	59
อภิปรายผล	61
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	63
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก	69
ประวัติย่อของผู้วิจัย	77

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ลำดับความสำคัญของคุณภาพในการบริการ.....	9
2	จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
3	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี).....	44
4	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านสิ่งสัมผัสได้.....	45
5	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้	47
6	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	49
7	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านการให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการ	51
8	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) โดยภาพรวม	52
9	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์	56
10	สรุปสมมติฐานการวิจัย	57

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2	ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง (Expected service) ความพึงพอใจ (Satisfaction) และบริการที่รับรู้ได้ (Perceived service).....	10

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันกฎหมายเริ่มมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันมากขึ้นซึ่งกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ที่ถูกยกเลิกไปโดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ก็มีการบัญญัติรองรับเกี่ยวกับสิทธิ และเสรีภาพขั้นพื้นฐานของบุคคลไว้ ดังนั้น หน่วยงานหลายหน่วยงานของรัฐจึงเข้ามามีบทบาทในการให้ความช่วยเหลือให้คำปรึกษาและแนะนำข้อกฎหมายให้กับประชาชน เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการใช้กฎหมาย และลดความขัดแย้งของสังคมลงได้ เมื่อประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย และรู้ถึงขอบเขตในการใช้สิทธิของแต่ละคน เพื่อมิให้ละเมิดสิทธิของบุคคลอื่น (สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี, 2559)

สำหรับการให้ความรู้และแนะนำปรึกษา ให้ความช่วยเหลือทางด้านกฎหมายของสำนักงานอัยการนั้น เดิมสำนักงานนายกรัฐมนตรียังได้มีการจัดตั้งสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนภายใต้สังกัดสำนักงานอัยการสูงสุดซึ่งใช้ชื่อย่อว่า สคช. จึงมีการก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2525 ตามคำสั่งกรมอัยการที่ 174/2525 ลงวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2525 โดยมีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งเพื่อคุ้มครองสิทธิเสรีภาพผลประโยชน์ และให้ความช่วยเหลือประชาชนทางด้านกฎหมายซึ่งในช่วงแรกของการจัดตั้งสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนนั้น มุ่งเน้นไปที่การแก้ปัญหาของเกษตรกรและคนยากจน ต่อมาเมื่อบ้านเมืองมีการพัฒนาและเกษตรกรมีจำนวนน้อยลง ประกอบกับปัญหาทางด้านกฎหมายที่เกิดขึ้นนั้น มิได้มีจำกัดเพียงเฉพาะแก่เกษตรกรเท่านั้น จึงมีการกำหนดมีแผนนโยบายที่จะพิจารณาพื้นที่เป้าหมายในการดำเนินงาน โดยนำเอาปัญหาที่แท้จริงของคนในท้องถิ่นที่แตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค และแต่ละพื้นที่เป็นตัวกำหนดพื้นที่ปฏิบัติการ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาตรงกับสภาพปัญหาของประชาชนในแต่ละท้องถิ่นที่สำคัญ และสำนักงานอัยการสูงสุดได้มีคำสั่งจัดตั้งสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนประจำจังหวัดขึ้นทุกจังหวัดทั่วประเทศ โดยให้บริการแนะนำและปรึกษากฎหมายฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่ายยกเว้นค่าธรรมเนียมในชั้นศาลที่ต้องเสียตามกฎหมาย ทั้งนี้ มีการขยายขอบข่ายในการให้บริการและความช่วยเหลือแก่ประชาชนเพิ่มมากขึ้น (สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี, 2559)

ปัจจุบันสำนักงานอัยการสูงสุดได้มีประกาศคณะกรรมการอัยการเรื่องการแบ่งหน่วยงาน และการกำหนดอำนาจและหน้าที่ของหน่วยงานภายในของสำนักงานอัยการสูงสุด (ฉบับที่ 10) พ.ศ. 2556 โดยประกาศใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2557 เป็นต้นไป ซึ่งตามประกาศดังกล่าวในข้อ 3 ได้กำหนดให้เพิ่มความต่อไปนี “(46) สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัด...” ดังนั้น ปัจจุบันจึงมีการเปลี่ยนจากสำนักงานคุ้มครองสิทธิและให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชน ภายใต้สังกัดสำนักงานอัยการสูงสุดเป็นสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัด นอกจากนี้ประกาศดังกล่าวยังมีการกำหนดอำนาจและหน้าที่ของหน่วยงานให้ชัดเจนและเพิ่มมากขึ้นจากเดิมซึ่งทางด้านการให้ความช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรีเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน ได้แก่ ให้คำปรึกษาหารือปัญหาทางกฎหมาย รวมถึงการเผยแพร่กฎหมายไปยังท้องที่ต่าง ๆ ในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี, จัดหาทนายความว่าต่างและหรือแก้ต่างอรรถคดี ทั้งปวงในกรณีที่ประชาชนเป็นผู้ยากจนและไม่ได้รับความเป็นธรรม, ช่วยเหลือในการจัดทำนิติกรรม-สัญญาต่าง ๆ, ช่วยเหลือในการประนีประนอมข้อพิพาท (สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี, 2559)

โลกปัจจุบันหัวใจของการบริหาร คือ การให้บริการแก่ประชาชน การวางแผนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพให้ประทับใจแก่ประชาชนไม่ว่าจะเป็นด้านอาคารสถานที่ ความพร้อมและคุณภาพของบุคลากรในหน่วยงาน รวมทั้งกลยุทธ์ในการทำงานในส่วนของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) เนื่องจากมีแนวโน้มการเกิดขึ้นของคดีสูงขึ้นทุกปี อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น กลายเป็นสังคมสมัยใหม่ที่มีการแข่งขัน ช่วงชิงผลประโยชน์ ยิ่งประชาชนมีปัญหาเรื่องการทำมาหาเลี้ยงชีพ ภาวะค่าครองชีพ และสังคมแวดล้อมรอบตัว ความขัดแย้งจึงเกิดมากขึ้นกลายเป็นคดีความต่าง ๆ การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชนอย่างมีมาตรฐานจึงน่าจะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะใช้ในการบริหารจัดการ ดังนั้น คุณภาพการให้บริการจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้บริหารขององค์กรต้องให้ความสำคัญและทุ่มเทสนใจขององค์กรที่ต้องการความสำเร็จ จึงต้องให้ความสนใจต่อเรื่องคุณภาพการให้บริการที่พิจารณาหรือทำความเข้าใจจากความต้องการและความคาดหวังของประชาชนผู้ให้บริการได้อย่างชัดเจน

ด้วยความสำคัญของคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ผู้วิจัยจึงสนใจ

ที่จะศึกษาคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการและสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรพร้อมทั้งด้านอรรถคดีและการให้คำปรึกษาและแนะนำทางด้านกฎหมาย และดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) และเป็นการรักษามาตรฐานในการให้บริการเพื่อให้เกิดคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ที่ดีแก่ประชาชนผู้มาขอรับบริการ โดยผลการศึกษาที่ได้จะนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

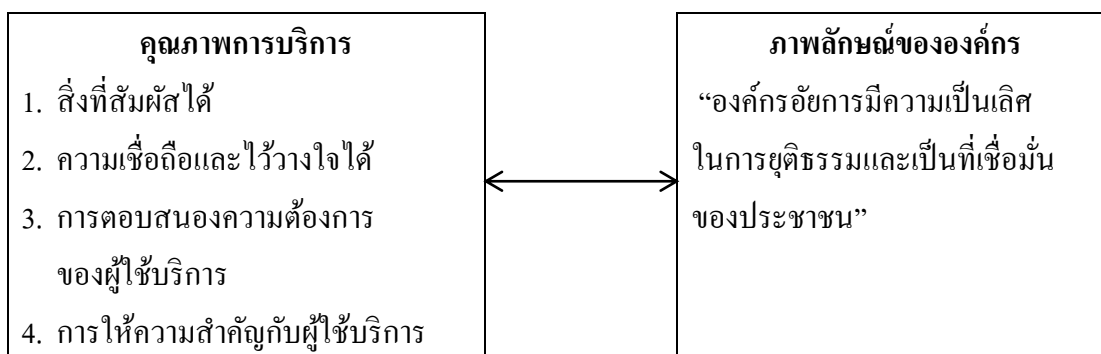
1. เพื่อศึกษาคุณภาพบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)
2. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

สมมติฐานในการวิจัย

คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์กรอบแนวคิดคุณภาพบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี โดยใช้แนวคิดของ Lovelock (2002, p. 26) และภาพลักษณ์ขององค์กรของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี ซึ่งกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ ความช่วยเหลือทางด้านกฎหมายของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ให้มีมาตรฐานและคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการ คุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ซึ่งแบ่งขอบเขตของการศึกษาดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. คุณภาพบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี โดยใช้แนวคิดของ Lovelock (2002, p. 26) ดังนี้
 - 1.1 สิ่งที่สามารถทำได้
 - 1.2 ความเชื่อถือและไว้วางใจได้
 - 1.3 การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ
 - 1.4 การให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการ
2. ภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี คือ องค์กรอัยการมีความเป็นเลิศในการยุติธรรมและเป็นที่เชื่อมั่นของประชาชน

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยเรื่องดังกล่าวจะศึกษาที่สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ขอบเขตด้านประชากร

ประชาชนที่มาใช้บริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) จำนวน 1,149 คน (สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี), 2559)

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559

นิยามศัพท์เฉพาะ

คุณภาพการบริการ (Service quality) หมายถึง การบริการที่มีมาตรฐานสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการจนทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดจากการบริการที่มีคุณภาพนั้นประกอบด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง สิ่งสัมผัสได้ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ได้แก่ สถานที่ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมทั้งพนักงานที่ผู้ใช้บริการมองเห็นได้ภายนอก
2. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง พนักงานและเจ้าหน้าที่ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) มีความชำนาญในการบริการให้คำแนะนำอย่างถูกต้องและรวดเร็ว มีความน่าเชื่อถือไว้วางใจและสามารถให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
3. การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (Responsiveness) หมายถึง พนักงานและเจ้าหน้าที่ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) มีความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้รวดเร็วและเหมาะสม ถูกต้องตรงตามความต้องการและมีความกระตือรือร้นในการตอบคำถาม แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ถูกต้อง จนเป็นที่พอใจของผู้ใช้บริการ
4. การให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการ (Empathy) หมายถึง พนักงานและเจ้าหน้าที่ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี

(สคชจ. ชลบุรี) ให้เกียรติต้อนรับเป็นอย่างดี และบริการอย่างจริงใจ โดยให้บริการตามลำดับก่อนหลังจนเป็นที่พอใจของผู้ใช้บริการ

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจหรือการรับรู้ของผู้ใช้บริการตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ในด้านต่าง ๆ

ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการกับสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

พนักงาน หมายถึง พนักงานและเจ้าหน้าที่ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

สคชจ. ชลบุรี หมายถึง สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรีเป็นหน่วยงานที่เปิดให้บริการด้านให้คำปรึกษาแนะนำปัญหา
ด้านกฎหมาย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาในเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) โดยผู้วิจัยได้นำเสนอเอกสารผลการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
3. ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

ความหมายของคุณภาพการบริการ

วีระพงษ์ เณติมจิระรัตน์ (2542, หน้า 14) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง ความสอดคล้องกับความต้องการผู้รับบริการ ระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของผู้รับบริการและระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังจากได้รับบริการแล้ว

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศลกุล (2546, หน้า 20) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ คือ การดำเนินการให้บริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า (หรือเกิดความคาดหวังของลูกค้า ในการดำเนินการของคุณภาพบริการนั้นต้องดำเนินการในพื้นที่ที่สำคัญที่สุดขององค์กรซึ่งก็คือพื้นที่ที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการขององค์กรเป็นผู้บอกว่าดีหรือไม่ดี ควรใช้บริการต่อหรือไม่

วรรษยา ศิริวัฒน์ (2547, หน้า 149) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง ความรู้ความเชี่ยวชาญของการให้บริการ ความถูกต้องแม่นยำของการให้บริการ ได้รับความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจจากผู้ให้บริการ ให้บริการตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็ว ระบบการให้บริการครบถ้วนสมบูรณ์และในสมัยในการบริการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549, หน้า 109) ได้กล่าวถึงคุณภาพบริการ คือ บริการที่มาจากผู้ให้บริการที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถดี เครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัย และมีคุณภาพ จะส่งผลให้บริการนั้นมีคุณภาพดี ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ต้นทุนของการบริการสูงตามไปด้วย

นาเยกา เดคขุนทศ (2549, หน้า 70-84) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการว่าหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อบริการของลูกค้ากับการรับบริการที่ได้รับซึ่งอาจเป็นการได้รับบริการตามที่คาดหวังหรือสูงกว่าหรือต่ำกว่าที่คาดหวังได้

พิมล เมฆสวัสดิ์ (2550, หน้า 11) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่ดี เหมาะสมทั้งเวลา สถานที่ รูปแบบ ลักษณะทางจิตวิทยาโดยใช้แรงงานมนุษย์ เพื่อสนองตอบความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ สูงสุดจากการใช้บริการ มีความประทับใจด้านบวกและอยากกลับมาใช้บริการอีก รวมทั้งอยากบอกต่อไปถึงผู้อื่นในทางที่ดี ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริการที่ดีด้วย

Corral and Brewerton (1999, p. 16) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการไว้ว่า หมายถึง ลักษณะหรือคุณสมบัติโดยรวมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับข้อกำหนด หรือความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ใช้บริการอันจะนำมาซึ่งความรู้สึกพึงพอใจทุกครั้ง ที่มาใช้บริการ

Kotler (2000, p. 438) กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นการแข่งขันทางธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการต้องสร้างบริการให้เท่าเทียมกันหรือมากกว่าคุณภาพที่ผู้รับคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ของผู้รับบริการมาจากประสบการณ์เดิม เมื่อผู้รับบริการมาบริการจะเปรียบเทียบบริการที่ตนได้รับ จริงกับบริการที่คาดหวังไว้

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า คุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่จับต้องได้และจับต้อง ไม่ได้ของการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจริง โดยผู้ใช้บริการสามารถวิเคราะห์และรู้สึกถึงความ ต้องการ ความคาดหวัง และการบริการที่ได้รับจากการตัดสินใจในส่วนที่สามารถตอบสนอง ต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ให้บริการตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็ว มีรูปแบบตรงกับ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมากที่สุด ซึ่งผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจ ประทับใจต่อการมาใช้ บริการและอยากกลับมาใช้บริการอีก

องค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ

Lovelock (2002, p. 266) อธิบายว่า ในการวัดคุณภาพของการใช้บริการ ลูกค้าจะวัดจาก องค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ ดังนี้

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) สิ่งสัมผัสได้ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถ สวน ห้องน้ำ การตกแต่งป้าย ประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่าง ๆ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน สิ่งสัมผัสได้เหล่านี้ จะเหมือนกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence) ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนประสม

ทางการตลาดตัวที่ 7 (P7) สิ่งเหล่านี้ นอกจากจะสวยงาม และสะอาดแล้ว การใช้งานยังเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึง เช่น บันไดที่สวยงามแต่ต้องไม่ทำขั้นสูงเกินไปที่จ่อครกที่หาประตูทางเข้าอาคารได้ง่าย สวนสวยที่ไม่เต็มไปด้วยสัตว์เลื้อยคลาน ห้องน้ำสะอาดเพียงพอ เป็นต้น

2. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) ความเชื่อถือ และไว้วางใจได้ เป็นความสามารถในการมอบบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญา หรือที่ควรจะเป็น ไปอย่างถูกต้องและได้ตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นภายในเวลาที่เหมาะสม

3. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) ความรวดเร็ว เป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าโดยให้บริการอย่างรวดเร็วไม่ให้อารมณ์รวมทั้งหมดมีความถูกต้องเห็นลูกค้าแล้วต้องรีบร้อนให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การรับประกัน (Assurance) เป็นการรับประกันว่าพนักงานที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถมีความสุขและมีจริยธรรมในการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐานและปลอดภัยไร้กังวล นอกจากนี้อาจจะต้องรับประกันถึงมาตรฐานขององค์กรด้วย เช่น ISO 9001, ISO 2000 หรือรางวัลจากสถาบันต่าง ๆ

5. การให้ความสำคัญกับลูกค้า (Empathy) องค์กรประกอบข้อนี้เป็นการดูแลและเอาใจใส่ ให้บริการอย่างตั้งใจเนื่องจากเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องได้รับการตอบสนอง เน้นการบริการและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นรายบุคคล ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน มีการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างถ่องแท้

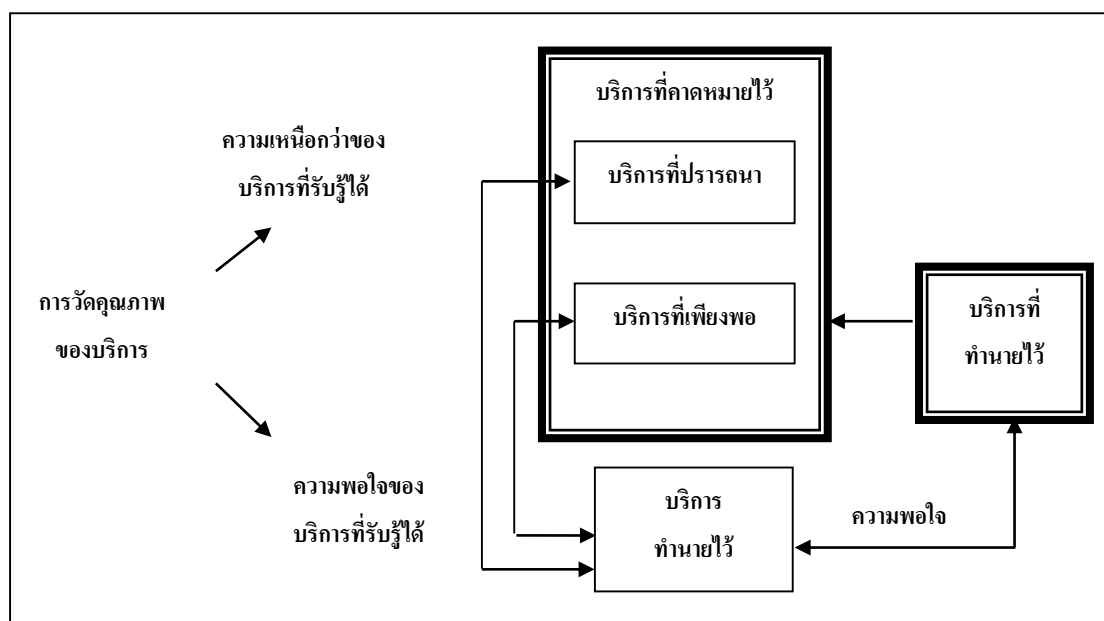
ในการให้บริการหนึ่ง ๆ ลูกค้าจะยอมรับว่าบริการใดมีคุณภาพหรือไม่นั้น จะต้องวัดจากทั้ง 5 องค์ประกอบข้างต้น แต่อย่างไรก็ตามทั้ง 5 องค์ประกอบลูกค้าให้ความสำคัญแตกต่างกันและเป็นสัดส่วนกัน (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) ดังในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลำดับความสำคัญของคุณภาพในการบริการ

องค์ประกอบ	เปอร์เซ็นต์ของความสำคัญตามความเห็นของผู้บริโภค
ความเชื่อถือและไว้วางใจได้	32
ความรวดเร็ว	22
การรับประกัน	19
การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	16
สิ่งที่สัมผัสได้	11

จะเห็นได้ว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับความเชื่อถือ และไว้วางใจได้ (Reliability) มากที่สุด รองลงมาเป็นความรวดเร็ว (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) การเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล (Empathy) สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles)

หลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการไปแล้ว ลูกค้าจะเปรียบเทียบการบริการที่คาดหวัง (Expected service) กับบริการที่ได้รับจริง (Actually service) แล้วการตัดสินใจว่าเขาได้รับความพึงพอใจ (Satisfaction) แค่ไหนกับการส่งมอบบริการ



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง (Expected service) ความพึงพอใจ (Satisfaction) และบริการที่รับรู้ได้ (Perceived service) (Lovelock, 2002, p. 266)

1. ความสำคัญของคุณภาพในการบริการ ความสำคัญของคุณภาพในการบริการ สามารถพิจารณาได้ในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้

1.1 เชิงคุณภาพ ความสำคัญในเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1.1.1 สร้างความพอใจและความจงรักภักดีให้ลูกค้า การให้บริการอย่างมีคุณภาพ ย่อมทำให้ลูกค้าติดใจ และรู้สึกพอใจต้องการมาใช้บริการในครั้งต่อไปไม่ต้องการเปลี่ยนไปใช้กับธุรกิจอื่นที่ได้คุ้นเคย ในที่สุดย่อมเกิดความจงรักภักดี ซึ่งความพอใจ และความจงรักภักดี ของลูกค้าหาได้ยากเต็มทีในยุคที่มีการบริการจากคู่แข่งให้เลือกมากมาย ซึ่งมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ นอกจากนี้ การให้บริการที่ดีเลิศยังช่วยลดความไม่พอใจของลูกค้าลงด้วย เนื่องจาก

เป็นการลดความผิดพลาดของการให้บริการลง

1.1.2 มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ การให้บริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าชื่นชมธุรกิจและความชื่นชมนั้นจะถูกถ่ายทอดไปยังผู้อื่นทำให้ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี

1.1.3 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คุณภาพการให้บริการมีผลอย่างมากในขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ

1.1.4 เป็นกลยุทธ์ถาวรแทนส่วนประสมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดล้วนไม่คงทน ธุรกิจอาจคิดกลยุทธ์หรือพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดใหม่ ๆ มาสู่ตลาดไม่นานนักคู่แข่งรายอื่นก็ลอกเลียนแบบได้ ไม่ว่าจะเป็นการออกบริการใหม่ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การปรับปรุงราคาหรือการส่งเสริมการตลาดแบบแจกแถม หลักฐานอันหนึ่งที่ชัดเจนคือผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ในธุรกิจหนึ่ง ๆ จะเหมือนกันหรือคล้ายกันมาก แยกความแตกต่างอย่างชัดเจนได้ยาก เช่น บริการบัตรเครดิตของแต่ละธนาคาร บริการของโรงพยาบาล บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่สิ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าแยกความแตกต่างได้ คือ คุณภาพในการบริการซึ่งเกิดขึ้นจากพนักงานทุกคนที่มอบบริการผ่านกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพภายใต้การสนับสนุนจากเทคโนโลยีทันสมัย

1.1.5 สร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนและความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ด้วยเหตุผลทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น ทำให้การบริการที่มีคุณภาพเป็นการสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนให้ธุรกิจ หากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

1.2 เชิงปริมาณความสำคัญในเชิงปริมาณ ประกอบด้วยลดค่าใช้จ่ายในการแก้ไขข้อผิดพลาด การที่ธุรกิจต้องมาตามแก้ไขข้อผิดพลาดจากการให้บริการ ย่อมทำให้เสียค่าใช้จ่ายเสียเวลา เสียแรงงานพนักงานที่ต้องมาตามแก้ไขและการสูญเสียลูกค้า ดังนั้น การปรับปรุงธุรกิจเพื่อสร้างคุณภาพในการให้บริการย่อมช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการแก้ไขข้อผิดพลาด ซึ่งมีการลงทุนถูกกว่าแต่ได้ประโยชน์คุ้มค่ากว่า นอกจากนี้ การติดตามแก้ไขข้อผิดพลาดอาจจะแก้ไขได้ไม่หมดหรืออาจจะแก้ไขได้ไม่ถึงรากเหง้าของปัญหา ซึ่งในที่สุดอาจจะเกิดขึ้นซ้ำได้ นอกจากนี้ การหาลูกค้าใหม่เพื่อชดเชยลูกค้าที่สูญเสียไปจะใช้เงินมากกว่าการรักษาลูกค้าเก่าถึง 25% เพื่อรายได้และส่วนแบ่งทางตลาดให้ธุรกิจ เมื่อลูกค้าเกิดความมั่นใจในบริการที่จะได้รับแล้วว่าคุ้มค่า การเสนอขายบริการอย่างอื่นเพิ่มเติมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ย่อมทำให้ลูกค้าตัดสินใจไม่ยากและทำให้กิจการสามารถเพิ่มรายได้จากฐานลูกค้าปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกัน การเพิ่มรายได้ และส่วนแบ่งตลาดจากลูกค้าใหม่และจากลูกค้าปัจจุบันที่พอใจในบริการของธุรกิจย่อมเป็นไปได้ไม่ยากนัก

2. การสร้างคุณภาพในแต่ละช่วงของการบริการการสร้างคุณภาพแต่ละช่วงของการบริการ แบ่งได้เป็น 3 ช่วง ดังนี้

2.1 ก่อนการให้บริการ ช่วงนี้เป็นช่วงก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการในครั้งแรก ผู้บริหารธุรกิจที่จำเป็นต้องใช้การสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมายและถูกช่วงเวลา ให้ลูกค้ารับข่าวสารเกี่ยวกับการบริการของธุรกิจพร้อมการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เพื่อชักจูงให้ลูกค้ามาทดลองใช้บริการให้ได้ แต่อย่างไรก็ตาม ช่วงนี้เป็นช่วงการสร้างมโนภาพในใจของลูกค้า ดังนั้น ข้อความที่สื่อออกไปต้องชัดเจน ไม่สร้างความคลุมเครือ ต้องเป็นจริงทุกประการ ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ซ่อนอยู่เพราะจะทำให้ลูกค้าผิดหวังและเลิกมาใช้บริการ

2.2 ขณะให้บริการช่วงนี้เป็นช่วงที่สำคัญที่สุดที่ผู้บริหารจะต้องเอาใจใส่อย่างมาก เนื่องจากเป็นช่วงของการพิสูจน์หรือทดสอบคุณภาพในการให้บริการของธุรกิจช่วงนี้มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าซึ่งเรียกว่า ช่วงการสร้างความประทับใจ (Moment of truth: MOT) กล่าวคือ เป็นช่วงที่ให้บริการจะพบลูกค้า การสร้างความประทับใจเกิดขึ้นช่วงนี้สูงสุดในขณะเดียวกันช่วงนี้เป็นช่วงที่ธุรกิจจะต้องแสดงฝีมือให้เห็นถึงการวางตำแหน่งบริการที่โดดเด่น ความแตกต่างของธุรกิจแบรนด์เนมที่เด่นชัด และคุณภาพในการบริการอันยอดเยี่ยม ซึ่งจะต้องเริ่มจากการต้อนรับ การให้บริการ จนถึงการชำระเงิน และการส่งลูกค้าเมื่อการบริการเสร็จสิ้น ช่วงสาขาการสร้างความประทับใจนี้จะมีผลออกมา 2 หมวด ดังนี้

2.2.1 ประทับใจ (Positive MOT)

2.2.2 ไม่ประทับใจ (Negative MOT)

2.3 หลังให้บริการ หลังจากการให้บริการควรมีการติดตามความพึงพอใจ รวมทั้งปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดจากการให้บริการเพื่อจะได้นำมาปรับปรุงให้มีคุณภาพต่อไป อย่างน้อยการติดตามผลจะช่วยลดความไม่พอใจของลูกค้าลงไปได้

3. กระบวนการปรับปรุงการบริการ

กระบวนการปรับปรุงการบริการประกอบด้วย

3.1 ผู้บริหารจะต้องกำหนดเป็นนโยบายให้พนักงานและทุกหน่วยงานร่วมมือกัน การปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการจะอาศัยพนักงานหรือหน่วยงานเพียงบางหน่วยงานเท่านั้น ไม่ได้ สาเหตุประการหนึ่ง คือ การให้บริการเป็นกระบวนการอันเนื่องมาจากทุกหน่วยงาน และเกี่ยวข้องกับพนักงานทุกคน ดังนั้น ทุกคนและทุกหน่วยงานต้องให้ความร่วมมือ

3.2 การศึกษาถึงกระบวนการในการให้บริการในทุกหน่วยของการให้บริการ โดยแยกศึกษาออกเป็นกระบวนการย่อย ระบุผู้รับผิดชอบ/ ฝ่ายงานในแต่ละงาน เอกสารทุกชนิดที่เกี่ยวข้อง เวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยสำหรับการบริการลูกค้าแต่ละราย ทั้งนี้ควรให้พนักงานมีส่วนร่วม

ในการศึกษาครั้งนี้ให้มากที่สุด เพื่อหาจุดบกพร่องที่ต้องปรับปรุง รวมกระบวนการบางอย่างเข้าด้วยกัน เพิ่มกระบวนการบางอย่างที่ยังขาดไปหรือกระบวนการที่ยังไม่มีผู้รับผิดชอบชัดเจน (Grey area) ทั้งนี้ ในการศึกษาควรสำรวจความเห็นจากลูกค้าและพนักงานในคุณภาพการบริการในแต่ละจุด กล่าวคือ ลูกค้า และพนักงานจะเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการมากที่สุด สำหรับพนักงานให้รวมถึงเจ้าของ ผู้บริหารและผูปฏิบัติงานในทุกระดับ ทุกคนต้องมีมุมมองและประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน ดังนั้น ความคิดเห็นดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

3.3 ดำเนินการปรับปรุง ในการปรับปรุงในขั้นนี้ รวมถึง การลดบางกระบวนการที่ไม่สำคัญมาก นำมารวมอยู่ในกระบวนการอื่น ซึ่งอาจจะรับผิดชอบโดยบุคคลหรือฝ่ายงานเดียวกันหรืออาจเพิ่มกระบวนการเข้าไปที่จะทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้เอกสารบางอย่างต้องปรับปรุงใหม่ให้มีเนื้อหาเฉพาะสิ่งที่จำเป็นต้องใช้จริง ต้องลงมือทำจริง และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

1. ความหมายของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์หรือจินตภาพ (Image) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานจะหมายถึงภาพที่เห็นในกระจกเงา ภาพที่ผ่านจากกล้องส่องหรือภาพที่อยู่ในความนึกคิดของแต่ละปัจเจกบุคคล โดยนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายที่แตกต่างกันไว้ดังนี้

Robinson and Barlow (1959, p. 77) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การสถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้นๆ อาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรง (Direct experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (Ineirect experience) ของตัวเอง

Kotler (2000, p. 553) ประมาจารย์ด้านการตลาดอธิบายถึงคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ

Anderson (1986, p. 453) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด โดยองค์กรก็เปรียบเสมือนคนซึ่งย่อมจะมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ต่างกัน

Frank (1993, pp. 21-22) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจ (Corporate image) หมายถึงภาพขององค์กรใดองค์กรหนึ่งซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จักเข้าใจ

และได้มีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรนั้น ส่วนหนึ่งกระทำได้โดยอาศัย การนำเสนออัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ

วิมลพรรณ ตั้งจิตความดี (2543, หน้า 38) ได้ให้ความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพของสถาบัน องค์กรหรือหน่วยงานในความรู้สึกของประชาชนที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผลมาจาก พฤติกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานนั้น ๆ โดยการเกิดภาพลักษณ์ต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน

นิธิ สตะเวทิน (2542, หน้า 60) ได้อธิบายถึงภาพลักษณ์ว่า หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้น ในจิตใจสะสมทีละเล็กทีละน้อย และฝังแน่นในจิตใจของบุคคลที่ทำให้บุคคลนั้นมีทัศนคติ และความรูสึกนึกคิดต่อองค์กรสถาบันอย่างไร ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจจะได้มาจาก ทั้งประสบการณ์ตรงและประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง

เสรี วงษ์มณฑา (2541, หน้า 13) ชี้แจงว่า ภาพลักษณ์เป็นข้อเท็จจริงบวกกับการประเมิน ส่วนตัวแล้วกลายเป็นภาพที่ฝังอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคล อยู่ได้นานยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งต่างจากสภาพความจริงได้ เพราะภาพลักษณ์ไม่ใช่เรื่องของเท็จจริงเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่อง ของการรับรู้ที่มนุษย์ นำความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปรวมกับข้อเท็จจริง

พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2537, หน้า 65) นักวิชาการของไทยบอกว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ เกิดขึ้นในจิตใจของคนที่เห็นหน่วยงานเป็นภาพในลักษณะที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานนั้น ทั้งที่ประจักษ์และไม่ประจักษ์

พงษ์เทพ วรกิจ โภคาทร (2537, หน้า 75-78) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจ อันเนื่องมาจากความประทับใจและเกิดความทรงจำ (ทั้งบวกและหรือลบ) ในตัวสาร โดยได้มีการ สะสม และพัฒนาปรับเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ที่ได้พบเห็นหรือไปมีส่วนร่วม โดยภาพลักษณ์สามารถเกิดขึ้นได้ 2 วิธี คือ

1. เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ปราศจากการปรุงแต่ง ดังนั้น ภาพขององค์กรหนึ่งจะเป็น เช่นไรก็ได้ตามที่บุคคลนั้นได้พบเห็นมา
2. เกิดจากการปรุงแต่งโดยที่มีความพยายามที่จะให้องค์กรมีพฤติกรรมที่ดีเพื่อให้เกิด ภาพลักษณ์ที่ดีหรือให้มีภาพลักษณ์ในทิศทางที่พึงประสงค์

มานิต รัตนสุวรรณ (2527, หน้า 20) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นความประทับใจในสิ่ง ที่เรารู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือคนใดคนหนึ่งหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง “จะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้”

Robinson and Barlow (อ้างถึงใน วิรัช ลภรัตนกุล, 2540, หน้า 77) ได้ให้ความหมายว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อม

ของตัวเอง

จากการให้ความหมายข้างต้นจะพบว่า “ภาพลักษณ์” อาจเป็นภาพที่เกิดด้วยความประทับใจหรือการรับรู้หรือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ จากการมีความรู้ในอดีต ซึ่งผันแปรตามการมุมมองของนักวิชาการทั้งหลายซึ่งขอให้คำนิยามคำว่าภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรีว่า หมายถึง ภาพรวมของผู้ที่ใช้บริการ ประมวลได้จากประสบการณ์ในการได้รับบริการจากสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี โดยการเกิดภาพลักษณ์อาจต้องใช้เวลาที่ยาวนานซึ่งอาจเกิดเป็นมุมมองในด้านที่ดีหรือไม่ดีก็เป็นได้

2. ประเภทของภาพลักษณ์

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2545, หน้า 55-57) กล่าวถึง ประเภทของภาพลักษณ์ไว้ว่า ภาพลักษณ์ในวงการธุรกิจ การตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ พอจะจำแนกได้ดังต่อไปนี้

2.1 ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรหรือหน่วยงานในสายตาของคนทั่ว ๆ ไป ซึ่งจะมีความแตกต่างกันออกไป อันเนื่องมาจากคนในสังคมนั้นมาจากแหล่งต่าง ๆ กัน มีความรู้ ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม มีระดับการศึกษา และอื่น ๆ ที่ต่างกัน โดยเฉพาะมีความรู้ ความเชื่อ และประสบการณ์ต่อองค์กรต่างกัน ดังนั้นเป็นไปไม่ได้ที่สมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่งเหมือนกัน นอกจากนั้นในตัวบุคคลหนึ่งอาจมีทั้งภาพลักษณ์ต่อองค์กรเชิงบวกต่อเรื่องหนึ่ง และมีภาพลักษณ์เชิงลบในอีกเรื่องหนึ่งก็ได้เช่นกัน

2.2 ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current image) เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจจะเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นมาเองโดยธรรมชาติ หรือโดยตามเจตนาก็ตาม นับว่าเป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญที่องค์กรจะต้องค้นหาเพื่อทราบให้ได้ และเมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดีหรือภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนจากสิ่งที่องค์กรต้องการจะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้นภาพลักษณ์ประเภทนี้เป็นสิ่งสะท้อนถึงจุดยืนขององค์กรในสายตาประชาชนในขณะนั้นได้เป็นอย่างดี

2.3 ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror image) เป็นภาพลักษณ์ที่ฝ่ายบริหารเชื่อเอาเองหรือมองเห็นว่าองค์กรเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไป ซึ่งเปรียบเสมือนการส่องกระจกจะเห็นภาพของตัวเอง ในภาพนั้นเขาอาจจะมองว่าสวย สง่างามหรือดี หรือตรงกับลักษณะใดก็ได้ตามความนึกคิดของเรา ซึ่งก็เช่นเดียวกับที่ผู้บริหารมององค์กรดังกล่าวข้างต้น โดยผู้บริหารอาจมองว่าองค์กรได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ดีมากแล้ว ดังนั้นภาพลักษณ์ขององค์กรจึงน่าจะเป็นภาพที่ดี ซึ่งโดยแท้จริงแล้วอาจเป็นการปกป้องเชื่อที่ผิดก็ได้ ทั้งนี้ประชาชนเป้าหมายอาจมองอะไร

ที่ต่างจากผู้บริหารได้

2.4 ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish image) เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารหรือพนักงานมีความต้องการจะให้เกิดขึ้นกับองค์กร สินค้าหรือบริการขององค์กร เช่น เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นองค์กรที่ให้คำตอบแทนที่พฤติกรรมแก่พนักงาน ดังนั้น องค์กรจึงพยายามทำทุกอย่างเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาขึ้น ซึ่งถือว่าการกำหนดเป้าหมายที่องค์กรต้องการสร้างภาพลักษณ์อย่างชัดเจน โดยภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนานั้นควรครอบคลุมเนื้อหา (Content) ไว้ดังนี้ (แสงเดือน วนิชดำรงศักดิ์, 2555, หน้า 12-13)

2.4.1 ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง (Relate with target public) คือ องค์กรน่าจะมีการสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นเพื่อนที่ดีโดยเน้นภาพของการซื้อสัตย์สุจริต การให้ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมพัฒนาความรุ่งเรืองให้แก่ธุรกิจประเภทนั้น

2.4.2 สินค้าหรือตราสินค้า (Product or brand) ทุกองค์กรย่อมมีธุรกิจไม่ว่าจะขายสินค้าหรือบริการ โดยหลายกรณีก็เชื่อว่า ถ้าหากต้องการจะสร้างภาพลักษณ์ให้แก่สินค้าหรือบริการนั้น ๆ และก็ควรพิจารณาถึงตราสินค้าของบริษัทด้วย

2.4.3 ความปลอดภัย มลภาวะและเทคโนโลยี (Safety, pollution and technology) จะเป็นคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับองค์กรทั่วไปว่าในปัจจุบันอาจจะมีการเน้นแตกต่างกัน แต่ที่มักจะพูดกันมากในปัจจุบันก็คือ ความปลอดภัย การไม่มีมลภาวะและการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในระบบการทำงาน หรือใช้ในกระบวนการผลิตสินค้า

2.4.4 การมีส่วนร่วมเสริมสร้างเศรษฐกิจสังคม (Social-economic contribution) ภาพลักษณ์ที่นิยมสร้างกันมักเป็นเรื่องของการสร้างงาน พัฒนาสภาพความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น การมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความมั่นคงและความเจริญก้าวหน้าของเศรษฐกิจประกอบเข้าด้วยกัน

2.4.5 พนักงาน (Employee) ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับพนักงานค่อนข้างจะมีความสำคัญมากเพราะองค์กรจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ถ้าไม่มีพนักงานและไม่สามารถจะเจริญเติบโตถ้าปราศจากพนักงาน ส่วนภาพลักษณ์ที่สร้างมักเป็นเรื่องคำตอบแทนที่พฤติกรรม เช่น การมีสวัสดิการ

2.4.6 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ว่า องค์กรนี้เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม คือ การมีความรับผิดชอบต่อช่วยเหลือเมื่อเกิดสาธารณภัย เป็นต้น

2.4.7 การจัดการ (Management) ถือว่าเป็นระบบที่จะให้องค์กรเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้าและ/ หรือทำให้องค์กรมีผลที่มีทั้งคุณภาพ และประสิทธิภาพหากองค์กรใดมีการบริการที่ดีคุณภาพแน่นอน องค์กรนั้นก็ย่อมจะมีภาพลักษณ์ที่ดี

2.4.8 กฎหมายระเบียบข้อบังคับ (Law and regulation) องค์กรจะต้องมีความประพฤติตามกรอบของกฎหมายหรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีของสังคมนั้น ดังนั้นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องในเรื่องนี้จะมีความจำเป็นเช่นกัน

2.4.9 ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความจริงและการมีความเข้าใจ การรับรู้ (Perception) ของผู้รับข่าวสารอุปสรรคของการใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารและสภาพแวดล้อมที่ยากจะควบคุมและอื่น ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้ ดังนั้น ภาพลักษณ์ชนิดนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้เกี่ยวข้องรู้จักประมาณตนและตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจนไม่ได้ทำให้การกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามีความสูงส่งจนเกินความจริง

2.4.10 ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and incorrect image) เป็นภาพลักษณ์อีกลักษณะหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริงเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เช่น ข่าวลือ หรืออุบัติเหตุ หรือเกิดจากกระบวนการสื่อสาร หรือการรับรู้ของผู้รับสาร และเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้ว ก็จำเป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบันแต่แตกต่างที่ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

2.4.11 ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรนับตั้งแต่ระบบการบริหารองค์กร สินค้าหรือบริการ ตราของสินค้าหรือบริการ ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพมีการผลิตที่ทันสมัย มีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มักจะเป็นภาพที่ประชาชนมีต่อองค์กรธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่งหรือบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

2.4.12 ภาพลักษณ์ของสถาบัน (Institutional image) เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์องค์กร แต่จะมุ่งเน้นเฉพาะตัวองค์กร หรือตัวสถาบันเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย เช่น เป็นสถาบันที่ความรับผิดชอบต่อสังคม มีความมั่นคงเจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้จะไม่มุ่งเน้นในเชิงธุรกิจการค้า หรือการตลาด จะเน้นบทบาทหรือพฤติกรรมของสถาบันเพียงอย่างเดียว

2.4.13 ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product/ Service image) เป็นภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการขององค์กรที่เกิดขึ้นในใจของประชาชน ไม่รวมถึงบทบาท

หรือพฤติกรรมขององค์กรเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการปรุงแต่งให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค นอกจากนี้ภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการจะมีความเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นอย่างมาก

2.4.14 ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand image) เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการ แต่กรณีนี้เป็นตราสินค้า (Brand) หรือเครื่องหมายการค้า (Trade mark) หรือสัญลักษณ์ (Logo) เพื่อป้องกันบุคลิกลักษณะของสินค้า

3. การเกิดภาพลักษณ์

ดวงพร คำคุณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2536, หน้า 83) อธิบายว่า ภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้ใน 2 กรณี คือ เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติตามสภาพแวดล้อม โดยที่องค์กรมิได้ดำเนินการใด ๆ และเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์โดยผ่านกระบวนการสร้างภาพที่องค์กรปรารถนาที่จะให้เป็นไม่ว่าในกรณีใดภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้รับหรือผู้บริโภคมีการสรุปความคิดรวบยอดจากการรับรู้ข้อมูล ข้อมูลนั้นต้องชัดเจน มุ่งประเด็นที่เป็นภาพลักษณ์จำนวนมากพามาจากหลายช่องทาง มาอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอจนทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ คิด และรู้สึกได้ว่าองค์กรสินค้าและบริการนั้นเป็นอย่างไร หากมีการสื่อสารที่ดีภาพนั้นจะชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดความมั่นใจและเกิดเป็นภาพลักษณ์

ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และระยะเวลาที่ยาวนานเพียงพอสำหรับการสื่อสารในลักษณะซ้ำหลายครั้งและผ่านสื่อหลายช่องทางภาพลักษณ์จะเปลี่ยนแปลงได้ยากหากภาพลักษณ์นั้นอยู่บนพื้นฐานของความจริง และเป็นภาพที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ นักประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เพียงแต่ยกให้เป็นภาพที่เด่นชัดขึ้น และเผยแพร่ให้เป็นที่รับทราบเท่านั้น เช่น องค์กรหนึ่งประสบความสำเร็จในการดำเนินงานเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ เจ้าของและผู้บริหารงานล้วนเป็นคนไทย ซึ่งเมื่อผู้ใดได้รับทราบข้อมูลนี้มักจะเกิดความรู้สึกชื่นชม นักประชาสัมพันธ์สามารถนำลักษณะเด่นนี้ออกเผยแพร่และด้วยเทคนิคการสื่อสารที่ดีจะทำให้กลายเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรได้ ภาพนี้จะคงทนตราบใดที่องค์กรนี้ยังเป็นของคนไทยและบริหารงานด้วยคนไทย การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์บนความจริงจะไม่เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่คงทนถาวร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมในปัจจุบัน ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก คนสามารถรับข้อมูลจากสื่อได้หลายช่องทาง โอกาสที่จะเปรียบเทียบและคัดเลือกข้อมูลมีมาก การปกปิดภาพที่แท้จริงเป็นไปได้ด้วยความลำบากหากผู้บริโภคทราบว่ามีการสร้างภาพบนข้อมูลที่ปรุงแต่งขึ้นจะเกิดความรู้สึกไม่ไว้วางใจ ไม่มั่นใจ ไม่พึงพอใจและอาจถึงขั้นเป็นปฏิปักษ์กับองค์กรนั้นได้ ซึ่งทำให้นักประชาสัมพันธ์ต้องทำงานหนักขึ้นเพื่อตามแก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบนี้

4. ขั้นตอนของกระบวนการเกิดภาพลักษณ์ มีดังนี้

ข้อมูลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการทำประชาสัมพันธ์ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถกำหนดภาพลักษณ์ที่เหมาะสมได้ต่อเมื่อมีข้อมูลเกี่ยวข้องที่ครอบคลุมครบถ้วน ถูกต้อง และจำนวนมากพอ ข้อมูลที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการ ได้แก่

4.1 ข้อมูลภายในองค์กรเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เช่น นโยบาย เป้าหมาย การบริหารงานทั้งในเรื่องเงินและคน แผนการผลิต สินค้าและบริการหรือแผนการตลาด เป็นต้น ดังนั้นหากต้องการให้บุคลากรภายในมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร นักประชาสัมพันธ์ต้องหาวิธีที่จะสื่อสารกับบุคลากรเหล่านี้ให้ได้โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในส่วนที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการให้เป็นภาพลักษณ์ขององค์กร บุคลากรภายในที่มีความสำคัญต่อภาพลักษณ์ขององค์กร คือ ผู้บริหารองค์กร ซึ่งองค์กรที่มีภาพลักษณ์ดีคนในสังคมยอมรับ ผู้บริหารมักเข้ามามีบทบาทสร้างภาพลักษณ์นั้นด้วย ส่วนนี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้บริหารหน่วยงานมีความเข้าใจ ให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง (อมเรศ ศิลาอ่อน, 2539, หน้า 2) เนื่องจากการกำหนดภาพลักษณ์สามารถใช้ลักษณะเด่นของสินค้าและบริการ องค์กรการบริหารงาน รวมทั้งผู้บริหาร เป็นภาพลักษณ์ได้ทั้งสิ้น ดังนั้น ข้อมูลภายในองค์กรทุกส่วนงาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของผลิตภัณฑ์ การบริหารงานบุคลากรล้วนเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการพิจารณาดำเนินการเกี่ยวกับการกำหนดภาพลักษณ์

4.2 ข้อมูลภายนอกองค์กร เป็นปัจจัยที่จำเป็นสำหรับนักประชาสัมพันธ์ ในการนำมาพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางด้านภาพลักษณ์ให้มีความเหมาะสม (อมเรศ ศิลาอ่อน, 2539, หน้า 2)

5. ลักษณะภาพลักษณ์

5.1 ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงได้ตามเหตุการณ์การกระทำที่เกิดขึ้นตามท่าทีความรู้สึก และทัศนคติของประชาชนในขณะนั้นที่มีต่อหน่วยงาน

5.2 ภาพลักษณ์ที่เสียไปแล้วมักแก้ไขได้ยากและจะติดต่อบีบทอดจากผู้รับมอบกิจการดำเนินการต่อไปได้ทั้งทางที่ดีและไม่ดี

5.3 ภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรมเกิดจากการเผยแพร่โฆษณาจะเกิดขึ้นเร็วและสลายได้เร็ว แต่ภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม เช่น การกระทำ การบริการแก่สังคม การสร้างสาธารณประโยชน์ที่เป็นวัตถุประสงค์จะเป็นภาพลักษณ์ที่คงทนถาวร

5.4 ภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยถาวร เช่น ข่าวลือ การให้ร้ายป้ายสี ถ้าพิสูจน์ความจริง
ชี้แจงข้อเท็จจริง และการประพฤติปฏิบัติดีมาแต่ไหนหลัง ก็จะช่วยให้ภาพลักษณ์ประเภทนี้
สลายไปรวดเร็ว ประชาชนจะยังเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ที่ดีที่ได้ทำมา เพียงแต่พิสูจน์และชี้แจงข้อเท็จ
ก็จะหายไปเอง เพราะข่าวลือกลัวข้อเท็จจริง (แสงเดือน วณิชดำรงศักดิ์, 2555, หน้า 16)

6. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ (Image) มีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินงานธุรกิจด้านต่าง ๆ ถ้าองค์กรธุรกิจ
ใด มีภาพลักษณ์เป็นที่ประทับใจแก่ประชาชนก็จะได้รับความเชื่อถือและศรัทธาจากประชาชน
ซึ่งจะมีส่วนเกี่ยวข้องไปถึงการได้รับการสนับสนุนสินค้าและบริการ การอยากเข้ามาร่วมงาน
หรือเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กรธุรกิจอีกด้วย ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นส่วนเสริมที่สำคัญที่ทำให้
การดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบรรลุเป้าหมายขององค์กรธุรกิจได้ใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์
ผสมผสานกับการกระทำความดีและซื่อสัตย์สุจริตมาใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ซึ่งดำเนินการ
ออกมาในหลายลักษณะ ดังนี้

6.1 การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public relations advertising) การสร้าง
ภาพลักษณ์โดยใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่องค์กร
ธุรกิจนำมาใช้ในลักษณะของการแสดงออกถึงความรู้สึกที่องค์กรธุรกิจเอกชนมีเจตนา
ในความรับผิดชอบต่อสังคมและขอมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมให้มีความเจริญก้าวหน้า วิธีการนี้
ไม่มีการโฆษณาสินค้าและไม่ได้มุ่งผลด้านการส่งเสริมการขายสินค้า แต่มุ่งผลที่จะสร้าง
ความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชนโดยมักจะออกมาในลักษณะของการรณรงค์ในเรื่องต่าง ๆ
ที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์ของส่วนรวม

6.2 การส่งเสริมและจัดกิจกรรมสังคม การประชาสัมพันธ์ในลักษณะการส่งเสริม
หรือจัดกิจกรรมสังคมด้านต่าง ๆ ขององค์กรธุรกิจก็เป็นการประชาสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่ง
ที่องค์กรธุรกิจใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ เป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะช่วย
เสริมพัฒนาสังคมด้านต่าง ๆ เช่น กีฬา ศิลปวัฒนธรรม การศึกษา การสาธารณสุข ฯลฯ
(แสงเดือน วณิชดำรงศักดิ์, 2555, หน้า 16-17)

7. หน้าที่ของผู้สร้างภาพลักษณ์ มีดังนี้

7.1 ให้ข้อเท็จจริงที่เป็นบวก (Positive fact) รวมทั้งการเสาะแสวงหาข้อมูล
ที่เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นบวกเพื่อจะก่อให้เกิดทัศนคติที่เป็นบวกออกมาเผยแพร่ให้มากที่สุด
และขณะเดียวกันก็พยายามทำให้สิ่งที่เป็นลบหายไปจากการเผยแพร่หรือไม่ก็ทำให้กลายเป็น
เบาบางลง ด้วยการให้เหตุผลที่อยู่เบื้องหลังความเสียหายอย่างน่าเชื่อถือ ทำให้ความไม่ดี
เป็นเรื่องที่สุดิวสัยหรือเป็นภาพวาดที่เกิดจากเจตนาที่ดี ก็จะสามารเปลี่ยนความรู้สึกจากลบ

ให้กลายเป็นศูนย์หรืออาจจะเป็นบวกได้

7.2 การชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายใช้มาตรการที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรมาใช้ในการประเมินองค์กรและให้มองข้ามมาตรการที่อาจทำให้องค์กรเสียหายจากการถูกประเมินเมื่อใดก็ตามที่บุคคลประเมินองค์กรด้วยมาตรการที่ไม่ดีจะทำให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี แต่ถ้าบุคคลประเมินองค์กรด้วยมาตรการที่สอดคล้องกับจุดแข็งขององค์กร องค์กรก็จะมีภาพพจน์ที่ดี ผู้มีหน้าที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีควรจะสามารถในการจูงใจให้บุคคลอื่นเลือกเอามาตรการที่สอดคล้องกับจุดแข็งขององค์กรมาประเมินองค์กร

7.3 ใช้วิธีการที่ทำให้คนได้รับประสบการณ์ตรงกับองค์กรหรือกับพนักงานที่ประทับใจ ถ้าหากองค์กรได้มีการเผยแพร่ข้อเท็จจริงที่ดีเกี่ยวกับองค์กรออกไป และผู้ทำหน้าที่สร้างภาพพจน์ได้มีการชักจูงให้คนมองในจุดดีขององค์กรแล้ว แต่เมื่อคนมาสัมผัสกับผู้บริหารขององค์กร สัมผัสกับพนักงานองค์กรแล้วรู้สึกไม่ประทับใจ ไม่พอใจในการติดต่อด้วย ก็ทำให้องค์กรนั้นล้มเหลวในการสร้างภาพพจน์

โดยสรุป คือ ในการสร้างภาพลักษณ์จะต้องทำ 3 หน้าที่ คือ การให้ข้อเท็จจริง การชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายใช้มาตรการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มาประเมินองค์กรและการควบคุมบุคลากรขององค์กรให้สร้างประสบการณ์ตรงที่น่าประทับใจ (แสงเดือน วณิชดำรงศักดิ์, 2555, หน้า 17-18)

หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรมีดังนี้

1. หน้าที่ในการประกาศ (Announcement) เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือกิจกรรมใด ๆ ขององค์กรให้บุคลากรภายนอกทราบว่าองค์กรมีข่าวสารหรือกิจกรรมอะไรบ้าง เป็นการสร้างการรับรู้ให้เกิดความชื่นชม ในความก้าวหน้าขององค์กร

2. หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เพื่อที่ว่าเมื่อคนภายนอกทราบแล้ว จะเกิดความเลื่อมใสและน่าเชื่อถือ

3. หน้าที่ในการจูงใจ (Persuasion) เช่น จูงใจให้คนมาช่วยกันประหยัดน้ำมัน ประหยัดไฟฟ้า ซึ่งถือเป็นหน้าที่ที่สำคัญประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ที่จะสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้ใส่ใจทรัพยากรของประเทศชาติให้แก่องค์กร

4. หน้าที่ในการสร้างการยอมรับสิ่งใหม่ (Create receptivity) เพราะมนุษย์เรามักจะกลัวการเปลี่ยนแปลง เพราะสิ่งที่มาเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นแนวความคิดใหม่ จึงต้องจูงใจให้คนยอมรับเพื่อการสร้างสรรค์และยอมรับสิ่งใหม่

5. หน้าที่ในการสร้างความคาดหวัง (Create expectation) การที่จะสร้างให้คนมีความคาดหวังในสิ่งใด จะต้องทำให้เขามีความพร้อมแห่งสภาวะทางอารมณ์ที่พร้อมในการปฏิบัติก่อน

6. มีหน้าที่เสริมความน่าเชื่อถือ (Increase credibility) เหมาะกับกิจกรรมของรัฐที่ใช้โฆษณาเป็นตัวสร้างการรับรู้กว้างขวาง แต่ในสื่อโฆษณาไม่อาจทำให้น่าเชื่อถือได้อย่างเต็มที่ จึงต้องใช้การประชาสัมพันธ์เข้ามาช่วยในรูปแบบของบทความ ใช้วิธีการให้สัมภาษณ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ การแจกเอกสารต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้นกว่าข้อความโฆษณา

7. มีหน้าที่ให้การศึกษา (Education) สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในโลกนี้จำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อบอกให้ทราบว่าอะไรเป็นอะไร เป็นการให้การศึกษาแก่สาธารณชน

8. สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า (Value added) คือ การทำให้สินค้ามีคุณค่าเพิ่มขึ้นใช้แล้วเกิดความรู้สึกภูมิใจ

9. สร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Create image) เป็นการเผยแพร่สิ่งที่ดีงามขององค์กร และเรื่องราวกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นออกไปให้ประชาชนรับรู้และเกิดความรู้สึกที่ดี การประชาสัมพันธ์จะทำให้องค์กรทราบว่าองค์กรนั้นมีภาพลักษณ์อย่างไรและคนอื่นคิดว่าองค์กรมีภาพลักษณ์อย่างที่ดีหรือไม่

10. การแก้ไขทัศนคติเชิงลบ (Reverse negative attitudes) เมื่อมีความเข้าใจผิดใด ๆ เกิดขึ้นกับสาธารณชน ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องเอาใจใส่ดูแลและแก้ไขเรื่องนั้น ๆ โดยทันที เพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกในเชิงลบฝังใจระยะยาวและจะต้องหาทางสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นแทนให้ได้ เพื่อให้ผลดีต่อองค์กรในระยะยาว

11. สร้างความปรารถนาดี (Good will) การจะสร้างความปรารถนาดีให้เกิดขึ้นต้องทำให้ประชาชนรู้ว่าองค์กรนั้นดำเนินกิจกรรมด้วยความเอาใจใส่ต่อสังคมมาตลอด ไม่เอาเปรียบสังคม

12. สร้างความภักดีในสินค้า (Create loyalty) เมื่อสาธารณชนรักองค์กร ชื่นชมในองค์กรมององค์กรในแง่ดี ก็จะทำให้เกิดความประทับใจและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

13. เปลี่ยนรูปแบบของความคิด (Divert pattern of thoughts) บางครั้งสาธารณชนอาจจะไม่ชื่นชมองค์กรเพราะมีความคิดบางอย่างที่ไม่สอดคล้องกับองค์กร องค์กรจึงต้องมีหน้าที่ในการเปลี่ยนรูปแบบความคิดของผู้บริโภค เปลี่ยนแนวทางการมอง

14. สร้างบรรยากาศในการทำงานให้เป็นเชิงบวก (Create favorable working environment) ถ้าการดำเนินงานเป็นอย่างราบรื่น ไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคทั้งภายในและภายนอกที่ก่อให้เกิดความเครียดในหมู่พนักงานจะทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานดีขึ้น

15. สร้างความเข้าใจ (Create understanding) บางครั้งสิ่งที่องค์กรดำเนินการลงไป คนภายนอกอาจเกิดความไม่เข้าใจ ความสงสัยหรือไม่แน่ใจ จึงเป็นหน้าที่ขององค์กรที่จะต้องสร้างความเข้าใจให้กับบุคคลภายนอกด้วยการให้ข้อมูล ให้คำอธิบายเบื้องต้น เบื้องหลัง เงื่อนไขต่าง ๆ ที่ทำให้สาธารณชนยอมรับการกระทำต่าง ๆ ขององค์กร

16. รักษาสัมพันธ์ภาพให้มั่นคงและยืนยาว (Build and retain relationship) นอกจากการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีแล้วองค์กรยังต้องรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับสาธารณชนภายนอก และพนักงานภายในไว้ให้มั่นคงและยืนยาวต่อไปด้วย เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น (แสงเดือน วนิชดำรงศักดิ์, 2555, หน้า 18-19)

ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย

และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สทชจ. ชลบุรี)

องค์กรอัยการเป็นสถาบันที่มีอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปโดยเที่ยงธรรม และเป็นที่ยอมรับของประชาชน โดยสำนักงานอัยการได้มีการจัดตั้งสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนภายใต้สังกัด สำนักงานอัยการสูงสุด ซึ่งใช้ชื่อย่อว่า สทช. เมื่อวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2525 ตามคำสั่งกรมอัยการที่ 174/ 2525 ลงวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2525 โดยมีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งเพื่อคุ้มครองสิทธิเสรีภาพผลประโยชน์ และให้ความช่วยเหลือประชาชนทางด้านกฎหมาย ในช่วงแรกมุ่งเน้นไปที่การแก้ปัญหาของเกษตรกรและคนยากจน ต่อมามีการกำหนดคมีแนวนโยบายที่จะพิจารณาพื้นที่เป้าหมายในการดำเนินงาน โดยนำเอาปัญหาที่แท้จริงของคนในท้องถิ่นที่แตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาคและแต่ละพื้นที่เป็นตัวกำหนดพื้นที่ปฏิบัติการ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาตรงกับสภาพปัญหาของประชาชนในแต่ละท้องถิ่นเป็นสำคัญ

สำนักงานอัยการสูงสุดได้มีคำสั่งจัดตั้งสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนประจำจังหวัดขึ้นทุกจังหวัดทั่วประเทศ โดยให้บริการแนะนำและปรึกษากฎหมายฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่ายยกเว้นค่าธรรมเนียมในชั้นศาลที่ต้องเสียตามกฎหมาย ทั้งนี้ มีการขยายขอบข่ายในการให้บริการและความช่วยเหลือแก่ประชาชนเพิ่มมากขึ้น เช่น คดีที่สำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนจะดำเนินการเกี่ยวกับคดีแพ่งในส่วนที่มีกฎหมายกำหนดให้อำนาจพนักงานอัยการในการดำเนินการ ยกเว้น กรณีที่ประชาชนเป็นผู้ยากจนและไม่ได้รับความเป็นธรรมจากกรณีที่เกิดขึ้นทางสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนสามารถมีคำสั่งตั้งทนายความอาสาเพื่อดำเนินคดีให้กับประชาชนดังกล่าวได้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่สังคมและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมในด้านกฎหมาย

1. ประวัติความเป็นมาของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย แก่ประชาชน

มีชื่อย่อว่า สคช. ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2525 ในสังกัดสำนักงานอัยการสูงสุด ตามคำสั่งของกรมอัยการที่ 174/ 2525 ลงวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2525 วัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง เพื่อคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ผลประโยชน์ และให้ความช่วยเหลือประชาชนทางด้านกฎหมาย ต่อมาเมื่อวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2526 คณะรัฐมนตรีได้มีมติโอนโครงการให้ความช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนในชนบทเขตยากจน ซึ่งขณะนั้นอยู่ในความรับผิดชอบของสำนักนโยบายและแผนมหาดไทยมาให้สำนักงานอัยการสูงสุดรับผิดชอบดำเนินงานสืบมา ในวันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2527 คณะรัฐมนตรีได้มีมติโอนงานช่วยเหลือทางกฎหมายแก่เกษตรกรและผู้ยากจน ซึ่งขณะนั้นอยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีมาให้ สคช. สำนักงานอัยการสูงสุด รับผิดชอบดำเนินการ ได้ดำเนินการตามแนวนโยบายที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การพิจารณาพื้นที่เป้าหมายดำเนินงาน โดยนำเอาปัญหาที่แท้จริงของ คนในท้องถิ่นที่แตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาคและแต่ละพื้นที่เป็นตัวกำหนดพื้นที่ปฏิบัติการ โดยสำนักงานอัยการสูงสุดได้มีคำสั่งจัดตั้งสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนประจำจังหวัดขึ้นทุกจังหวัดทั่วประเทศ เป็นการ ให้บริการฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่ายยกเว้นค่าธรรมเนียมในชั้นศาลที่ต้องเสียตามกฎหมาย

ต่อมาวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2557 สำนักงานอัยการสูงสุด ได้มีการประกาศคณะกรรมการอัยการ สำนักงานอัยการสูงสุด เรื่อง การแบ่งหน่วยงานและการกำหนดอำนาจและหน้าที่ของหน่วยงานภายในของสำนักงานอัยการสูงสุด (ฉบับที่ 10) พ.ศ. 2556 ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2557 เป็นต้นไป กำหนดให้สำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนชลบุรี เปลี่ยนชื่อเป็น “สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี” มีชื่อย่อว่า สคชจ. ชลบุรี ตั้งอยู่ถนนมนตเสวี ตำบลบางปลาสร้อย อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี นับแต่นั้นเป็นต้นมาถึงปัจจุบัน

2. วิสัยทัศน์

“องค์กรอัยการมีความเป็นเลิศในการยุติธรรมและเป็นที่ยอมรับของประชาชน”

3. พันธกิจ

- 3.1 อำนวยความยุติธรรมทางอาญาและบังคับใช้กฎหมายตามหลักนิติธรรม
- 3.2 รักษาผลประโยชน์ของรัฐและประชาชน
- 3.3 พัฒนางานด้านสิทธิมนุษยชน คุ้มครองสิทธิ และเสรีภาพของประชาชน

ทั้งในและนอกประเทศตามหลักมาตรฐานสากล

3.4 พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือทางกฎหมายกับองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศ

3.5 พัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

4. ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การอำนวยความสะดวกยุทธธรรมทางอาญา

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การรักษาผลประโยชน์ของรัฐและประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การคุ้มครองสิทธิมนุษยชนและช่วยเหลือทางกฎหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นแก่ประชาชนและหน่วยงานผู้มีส่วนได้เสีย ต่อการปฏิบัติราชการของสำนักงานอัยการสูงสุด

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานทางกฎหมายทั้งใน และต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เสกสิทธิ์ สุวรรณโชติ (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของสำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของสำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยรวมประชาชนมีความคิดเห็นต่อคุณภาพ การให้บริการของสำนักงานทะเบียนอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของสำนักทะเบียนมากที่สุด คือ ด้านการให้บริการ อย่างเสมอภาค รองลงมา คือ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอและด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ประชาชนมีความเห็นว่า การให้บริการมีขั้นตอนชัดเจน เรียงลำดับก่อน-หลัง และยุติธรรม ในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ประชาชนมีความเห็นว่า ทำเลที่ตั้งของสถานที่มีความเหมาะสมเพียงพอและสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อราชการ

และในด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ประชาชนมีความเห็นว่า มีการให้บริการงานต่าง ๆ ด้วยระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มความสามารถในการให้บริการประชาชน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ ระดับความถี่ในการติดต่อกับสำนักทะเบียน ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองชลบุรี และภูมิลำเนาเดิมต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรี ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

บงกช สิงหะ (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลบ่อทอง อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลบ่อทอง อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี และเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลบ่อทอง อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 363 คน โดยใช้เครื่องมือคือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสถิติเชิงอนุมาน, t-test, One-way ANOVA และค่าของเชฟเฟ้ (Scheffe')

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลบ่อทอง อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ระดับสูง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับสูง ตามลำดับ คือ ดังนี้ ด้านความสะดวกสบาย ด้านความเป็นธรรม ด้านประสิทธิภาพ ด้านความพร้อมในการให้บริการ ด้านการสนองตอบความต้องการ ด้านการสนองตอบความพึงพอใจ ด้านคุณภาพ ด้านความต่อเนื่อง ด้านความเสมอภาค และด้านความทั่วถึง และผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลบ่อทอง อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน คือ อายุ และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบลบ่อทอง อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี ส่วนตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน คือ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทงานที่มาติดต่อ

สุมลรัตน์ วรสุข (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพในการให้บริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าในจังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าในจังหวัดชลบุรีและเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดชลบุรี และเพื่อนำผลการศึกษากลับไปเป็นแนวทางในการให้บริการ

จดทะเบียนธุรกิจของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดชลบุรี ให้มีความรวดเร็วและคล่องตัวยิ่งขึ้น

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มาติดต่อขอใช้บริการงานจดทะเบียนธุรกิจ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดชลบุรี จำนวน 387 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สถิติทดสอบค่า t-test, One-way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพในการให้บริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดชลบุรี ในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือและด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการเป็นอันดับ 1 และรองลงมาคือ ด้านความมั่นใจ อันดับที่ 4 คือ ด้านความใส่ใจ และอันดับสุดท้ายคือ ด้านสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าพบว่า ผู้เข้ารับบริการที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทการรับบริการที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ส่วนผู้เข้ารับบริการที่มีสถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาและความถี่ในการเข้ารับบริการต่างก็มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน

วัชรินทร์ เสนานาค (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์: กรณีศึกษา สำนักงานปศุสัตว์ เขต 4 การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีคุณภาพการให้บริการด้านการออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ขอใบรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์ในพื้นที่สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดในเขต 4 จำนวน 390 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย Independent samples t-test, One-way ANOVA และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least significant difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการค้นคว้าพบว่า วัตถุประสงค์ในการขอใบรับรอง/ ใบอนุญาตสินค้าปศุสัตว์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์แตกต่างกัน ความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันทุกด้าน และโดยรวม

แตกต่างกัน การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการขอใบรับรอง/ ใบอนุญาตที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าถึงจิตใจแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการขอใบรับรอง/ ใบอนุญาตที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจแตกต่างกัน และโดยรวมแตกต่างกัน

ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการ โรงพยาบาลทั่วไปของรัฐในเขตจังหวัดปทุมธานี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการมาใช้บริการที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ โรงพยาบาลทั่วไปของรัฐบาลในเขตจังหวัดปทุมธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลปทุมธานีและโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยกลุ่มเดียว (Independent samples t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยใช้ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่มีผลต่อสถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้แตกต่างกันอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่และด้านการตอบสนองแตกต่างกัน ส่วนอาชีพ มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือและไว้วางใจแตกต่างกัน อายุและระดับการศึกษา มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแตกต่างกัน ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการประกอบด้วยลักษณะการมาใช้บริการและวิธีการจ่ายค่ารักษาพยาบาล มีผลต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลักษณะการมาใช้บริการ มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการเอาใจใส่ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนอง และด้านการให้ความมั่นใจแตกต่างกัน ส่วนวิธีการจ่ายค่ารักษาพยาบาล มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการเอาใจใส่ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจและด้านการตอบสนองแตกต่างกัน

รณชัย คงกะพันซ์ (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์การศึกษา นอกที่ตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีภูเก็ตในมุมมองของประชาชนจังหวัดภูเก็ต การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารวิทยาลัยราชพฤกษ์ศูนย์ภูเก็ต จากสื่อประเภทต่าง ๆ ของประชาชนจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้

ระดับการศึกษาและที่พักอาศัย 2) การรับรู้ภาพลักษณ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ศูนย์ภูเก็ทของประชาชน จังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ระดับการศึกษา และที่พักอาศัย สมมติฐานของการวิจัย คือ ประชากรที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษาและที่พักอาศัยต่างกัน และมีการรับรู้ภาพลักษณ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ภูเก็ทที่แตกต่างกัน ประชากรในการศึกษา คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 345,067 คน หางานของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% คลาดเคลื่อน ร้อยละ 5% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญหรือตามความสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติ t-test และวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว (One-way analysis of variance) และการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least significant difference (LSD)

ผลการวิจัย พบว่า

1. ประชากรที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-30 ปี มีอาชีพเป็นนักเรียน/ นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 10,001-20,000 บาท และไม่เกิน 10,000 บาท ตามลำดับ ระดับการศึกษาปริญญาตรีและส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองภูเก็ต ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ภูเก็ท จากสื่อประเภทต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาความถี่ในการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ภูเก็ท โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ วิทยุ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง
2. กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิหลังต่างกันในด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้จะมีการรับรู้ในเอกลักษณ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ศูนย์ภูเก็ท โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงสุดคือ ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
3. กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิหลังระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า มีการรับรู้ภาพลักษณ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี การรับรู้ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านบริการวิชาการ และระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี จะมีการรับรู้ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
4. กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิหลังต่างกันในด้านที่พักอาศัย พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกตามอำเภอ พบว่า อำเภอถลาง และอำเภอเมืองมีการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ส่วนอำเภอกะทู้ มีการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการ ผลิตบัณฑิต

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความแตกต่างด้าน อายุ อาชีพ รายได้ และที่อยู่อาศัย มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ศูนย์ภูเก็ตที่แตกต่างกันซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐาน แต่ความแตกต่างด้านเพศ และระดับการศึกษาจะไม่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ภูเก็ตที่แตกต่างกัน เป็นการปฏิเสธสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

นลินี พานสายตา (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ภาพลักษณ์ คุณภาพบัณฑิต หลักสูตร และการเรียนการสอนของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษา ภาครัฐ 2) เพื่อศึกษาดำเน่งการรับรู้ของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ 3) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพบัณฑิตและหลักสูตรและการเรียน การสอน การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษา ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 จำนวน 384 คน จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ สถิติที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correspondence analysis) ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษามีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐที่ตกเป็น ตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ว่าเป็น มหาวิทยาลัยซึ่งตั้งอยู่ในภูมิทัศน์อันงดงามและมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ว่าเป็นมหาวิทยาลัยที่มีเสรีภาพทุกตารางนิ้ว อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยขอนแก่น นักศึกษามีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย อยู่ในระดับมาก โดยมีการรับรู้ต่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยว่าเป็นเสาหลักของแผ่นดิน และมีการรับรู้ต่อมหาวิทยาลัยขอนแก่นว่าเป็นมหาวิทยาลัยแห่งสุขภาวะเมื่อเปรียบเทียบการรับรู้ ภาพลักษณ์ที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐของนักศึกษาที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน พบว่า คณะที่กำลังศึกษา เพศ สถานภาพของบิดามารดา และอาชีพของผู้ที่ให้การอุปการะทางการเงิน เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลให้นักศึกษามีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่ส่งผลให้นักศึกษามีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐแตกต่างกัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสมเมื่อจบ ม. 6 หรือเทียบเท่าภูมิลาเนา และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้การอุปการะทางการเงิน

จากการวิเคราะห์ความสมนัย พบว่า นักศึกษารับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ตรงตามภาพลักษณ์ที่แต่ละมหาวิทยาลัยกำหนด นักศึกษามีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของ สถาบันอุดมศึกษาภาครัฐที่ตนกำลังศึกษาอยู่ในระดับเห็นด้วยมากขึ้น ไปทุกมหาวิทยาลัย โดยนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของมหาวิทยาลัยที่ตนกำลังศึกษาอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ทั้งในด้านคุณภาพบัณฑิตและด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน ส่วนนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ใน มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของมหาวิทยาลัย ที่ตนกำลังศึกษาอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ทั้งในด้านคุณภาพบัณฑิต และด้านหลักสูตรและการเรียน การสอน และเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อคุณลักษณะของสถาบันอุดมศึกษา ภาครัฐกับคะแนนการประเมินคุณภาพภายนอกระดับอุดมศึกษา รอบสอง (พ.ศ. 2549-2553) ของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) พบว่า นักศึกษา มีความคิดเห็นในด้านคุณภาพบัณฑิตเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับคะแนนการประเมินคุณภาพ ภายนอกของ สมศ. ส่วนด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน นักศึกษามีความคิดเห็นที่ค่อนข้าง เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับคะแนนการประเมินคุณภาพภายนอกของ สมศ.

ฉัฐพงษ์ ชุ่มชื่นสกุลสุข (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาคุณภาพการให้บริการ ของงานกองช่าง องค์การบริหารส่วนตำบลสะเดา อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจ และประเมินความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อ การให้บริการด้าน โครงสร้างพื้นฐานของงานกองช่าง องค์การบริหารส่วนตำบลสะเดา อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขต พื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลสะเดา จำนวน 17 หมู่บ้าน เพื่อนำผลการศึกษามา บันทึกรายชื่อ ข้อมูล ประมวลผล วิเคราะห์ ประเมินผล และสรุปผลความพึงพอใจของประชาชน โดยใช้วิธี ของ Taro Yamane เพื่อหาจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนทั้งหมดและใช้วิธีการสุ่ม ตัวอย่างประชาชนอย่างเป็นสัดส่วนเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากแต่ละหมู่บ้านรวมไม่น้อยกว่า 385 คน ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิด สำหรับ การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้โปรแกรม SPSS เพื่อวัดค่าเฉลี่ยและการกระจายของข้อมูล

จากผลการศึกษาทำให้ทราบว่าประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้าน โครงสร้างพื้นฐานทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงการก่อสร้างถนน ด้านโครงการปรับปรุงซ่อมแซม ถนน ด้านโครงการติดตั้งไฟฟ้าสาธารณะ ด้านการดูแลการซ่อมแซมปรับปรุงระบบไฟฟ้า สาธารณะ ด้านโครงการก่อสร้างระบบประปาหมู่บ้านและด้านโครงการซ่อมแซมระบบประปา

หมู่บ้าน และการพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการอุปโภค บริโภค รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการให้บริการด้านโครงสร้างพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนต่อไป

โกวิท พิมลทิพย์ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจในทัศนะของประชาชน สถานีตำรวจภูธรเมืองชลบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจในทัศนะของประชาชน สถานีตำรวจภูธรเมืองชลบุรี และ 2) เพื่อเปรียบเทียบทัศนะของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจภูธรเมืองชลบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และอาชีพ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตพื้นที่สถานีตำรวจภูธรเมืองชลบุรี จำนวน 440 คน ใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลและใช้ค่าสถิติ t-test และ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน โดยผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตพื้นที่สถานีตำรวจภูธรเมืองชลบุรี พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงมีอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด และส่วนมากมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท โดยภาพรวมภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจอยู่ในระดับไม่ค่อยดีเมื่อจำแนกตามรายด้าน พบว่า อันดับแรก คือ ด้านการรักษาวินัย รองลงมา คือ ด้านบุคลิกภาพ ลำดับที่สาม คือ ด้านจริยธรรม และอันดับสุดท้าย คือ ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ส่วนผลทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนเพศชายและเพศหญิงมีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจแตกต่างกัน โดยเพศชายจะมีทัศนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของข้าราชการมากกว่าเพศหญิง ส่วนประชาชนที่มีสถานภาพโสดจะมีทัศนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจมากกว่าประชาชนที่มีสถานภาพหม้าย/หย่า สำหรับประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกันมีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ธัญวลัย มาตรา, อัจฉรพร เฉลิมชิต และอรัญ ชูยกระเดื่อง (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของเทศบาลในเขตอำเภอชื่นชม จังหวัดมหาสารคาม การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของเทศบาล 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของเทศบาล 3) ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของเทศบาล และ 4) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของประชาชนต่อภาพลักษณ์ของเทศบาล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มาใช้บริการเทศบาล จำนวน 382 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีค่า

ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ภาพลักษณ์ของเทศบาล ในเขตอำเภอชื่นชม จังหวัดมหาสารคาม มีระดับภาพลักษณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบุคลากร ด้านนโยบาย การดำเนินงาน ด้านสถานที่ และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ตามลำดับ 2) คุณภาพการให้บริการของเทศบาลในเขตอำเภอชื่นชม จังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านประสานงานในการบริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการตามลำดับ 3) ภาพลักษณ์ของเทศบาลมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับคุณภาพการให้บริการของเทศบาล ในเขตอำเภอชื่นชม จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ข้อเสนอแนะของประชาชนต่อภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของเทศบาล ในเขตอำเภอชื่นชม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ข้อเสนอแนะของประชาชนต่อภาพลักษณ์ของเทศบาล ในเขตอำเภอชื่นชม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีค่าความถี่มากที่สุด ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ส่วนข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด ได้แก่ ด้านบุคลากร และข้อเสนอแนะคุณภาพการให้บริการของเทศบาล ในเขตอำเภอชื่นชม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีค่าความถี่มากที่สุด ได้แก่ ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการและส่วนข้อเสนอแนะที่มีค่าต่ำสุด ได้แก่ ด้านการประสานงานในการบริการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพบริการ ศึกษาภาพลักษณ์และเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ซึ่งในที่นี้ประมาณการประชาชนที่มาใช้บริการ ณ สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ในช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2558 มีจำนวนประชาชน 1,149 คน โดยจะกำหนดขนาดตัวอย่างตามหลักของยามานะ (Yamane, 1973 อ้างถึงใน ธานีรินทร์ ศิลปะจารุ, 2552) มีรายละเอียดดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยที่ n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

N หมายถึง ประชาชนทั้งหมดที่มาใช้บริการ

e หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ในการศึกษานี้กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5

เมื่อแทนค่าตัวแปรที่ได้ในสมการจะได้

$$N = \frac{1,149}{1 + 1,149(0.05)^2}$$

$$N = 296.70 \text{ หรือ } 297 \text{ คน}$$

จะได้จำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้ 297 คน ผู้ศึกษาใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 300 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยการออกแบบสอบถาม เพื่อสอบถามผู้ใช้บริการที่สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) โดยให้ความช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน เช่น การปรึกษาปัญหาข้อกฎหมายทั้งทางแพ่งและอาญา การจัดการมรดก การรับบุตรบุญธรรม เป็นต้น ตามวันเวลาราชการ คือ วันจันทร์-วันศุกร์ ช่วงเวลา 08.30-16.30 น.

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการที่สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ลักษณะของคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) มีจำนวน 6 ข้อ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) โดยแบ่งคุณภาพบริการออกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) สิ่งสัมผัสได้ 2) ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ 3) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า 4) การให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการ

ได้กำหนดน้ำหนักและคะแนนตามแนวคิดของลิเคอร์ท (Likert scale) ให้น้ำหนักคะแนน ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	ให้	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ให้	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ให้	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

ในการวิเคราะห์ข้อมูล นำผลคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่า เพื่อหาความหมายค่าเฉลี่ย โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, หน้า 29)

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

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง คุณภาพการบริการมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง คุณภาพการบริการมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง คุณภาพการบริการปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง คุณภาพการบริการน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง คุณภาพการบริการน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) โดยแบ่งภาพลักษณ์ออกเป็น 10 ข้อ ได้กำหนดน้ำหนักและคะแนนตามแนวคิดของ ลิกอร์ท (Liker scale) ให้น้ำหนักคะแนน ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	ให้	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ให้	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ให้	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

ในการวิเคราะห์ข้อมูล นำผลคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่าเพื่อหาความหมายค่าเฉลี่ย โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, หน้า 29)

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

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ภาพลักษณ์ดีมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ภาพลักษณ์ดี

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ภาพลักษณ์ดีปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ภาพลักษณ์ดีน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ภาพลักษณ์ไม่ดี

ตอนที่ 4 เป็นคำถามที่ให้แสดงข้อเสนอแนะที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อให้มีคุณภาพบริการ และภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) จำนวน 1 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองมีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของคุณภาพการบริการ กับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ.ชลบุรี) จากนั้นนำกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยกำหนดนิยามและเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จำนวน 3 ท่าน

- | | |
|-------------------------------|--|
| 3.1 อาจารย์เอกลักษณ์ ณีถฤทธิ | อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 3.2 อาจารย์กาญจนา บุญยัง | อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 3.3 นายชวิน โรจน์ โชคทัศนพงษ์ | พนักงานอัยการ สำนักงานอัยการคุ้มครอง
สิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย
และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี
(สคชจ. ชลบุรี) |

จากนั้นนำไปปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ค่าที่ได้จากการหาความเที่ยงตรงของเครื่องมือ คือ IOC (Index of item objective congruence) ค่าที่ได้เท่ากับ 1.00

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เช่น จำนวนผู้ใช้บริการ จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่า Reliability ของแบบสอบถามถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้ ในการทดลองใช้ (Try out) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของแบบสอบถามนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม Alpha cronbach's ได้ค่าเท่ากับ 0.93 ถือว่าเป็นค่าที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ติดต่อทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าเก็บข้อมูลซึ่งออกโดยวิทยาลัย

การบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ไปยังอัยการจังหวัดคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการตอบแบบสอบถามของผู้มาใช้บริการสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ประชาชนผู้มาใช้บริการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวน 300 ชุด และรอเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

3. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ รวมทั้งสถิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทดสอบสมมติฐาน โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. จัดระเบียบข้อมูล และลงรหัส

2. นำข้อมูลดังกล่าวไปคำนวณหาค่าทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์และตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม
หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูลและ โปรแกรมคอมพิวเตอร์

2.3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

2.4 ประมวลผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analytical statistics) สถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา ได้แก่

1.1 หากำจำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของแบบสอบถาม

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) (\bar{X}) คือ ค่าที่ได้จากการเอาผลรวมของค่าของข้อมูลทั้งหมดหารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมด (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541, หน้า 35-40)

1.3 ค่าความเบี่ยงมาตรฐาน (Standard deviation) (SD) คือ ใช้เพื่ออธิบายลักษณะการกระจายของข้อมูล

2. การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation analysis) SPSS หากำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation (r) โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, หน้า 351)

ถ้าค่า r เป็นบวก แสดงว่า ตัวแปร x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ถ้าค่า r เป็นลบ แสดงว่า ตัวแปร x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ถ้าค่า r เข้าใกล้ 1 หมายถึง ตัวแปร x และ y มีความสัมพันธ์กันมากและไปในทิศทางเดียวกันและสัมพันธ์กันมาก

ถ้าค่า r เข้าใกล้ -1 หมายถึง ตัวแปร x และ y มีความสัมพันธ์กันมากและไปในทิศทางตรงข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้าค่า $r = -1, 1$ แสดงว่า ตัวแปร x และ y มีความสัมพันธ์อย่างสมบูรณ์

ถ้าค่า $r = 0$ แสดงว่า ตัวแปร x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ถ้าค่า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า ตัวแปร x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

การพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร พิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หรือค่า r ดังนี้ (บุญใจ ศรีสถิตยน์รากร, 2550)

$r = \pm 1.00$ หมายความว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์

$r > 0.70$ หมายความว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

r มีค่าระหว่าง 0.30-0.70 หมายความว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

$r < 0.30$ หมายความว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

$r = 0$ หมายความว่า ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) ค่าเปอร์เซ็นต์หรือร้อยละ (Percentage) ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	130	43.30
หญิง	170	56.70
รวม	300	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 24 ปี	36	12.00
25-34 ปี	70	23.30
35-44 ปี	98	32.70
45-54 ปี	62	20.70
55 ปีขึ้นไป	34	11.30
รวม	300	100.00
3. สถานภาพ		
โสด	114	38.00
สมรส	116	38.70
หย่าร้าง	70	23.30
รวม	300	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	44	14.70
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ปวช.)	55	18.30
อนุปริญญาตรี (ปวส.)	59	19.70
ปริญญาตรี	98	32.70
สูงกว่าปริญญาตรี	44	14.70
รวม	300	100.00
5. อาชีพ		
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	82	27.30
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	65	21.70
เกษตรกร	48	16.00
รับจ้าง/ พนักงานธุรกิจเอกชน	89	29.70
นักเรียน/ นักศึกษา	14	4.70
อื่น ๆ	2	0.70
รวม	300	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	50	16.70
10,001-20,000 บาท	74	24.70
20,001-30,000 บาท	90	30.00
30,001-40,000 บาท	59	19.70
40,001-50,000 บาท	20	6.70
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	7	2.30
น้อยกว่า 10,000 บาท	50	16.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 300 คน อธิบายได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 56.70 และเพศหญิง จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 35-44 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.70 รองลงมาคือ มีอายุ 25-34 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีน้อยที่สุด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 ตามลำดับ

สถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมรส จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมา คือ โสด จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่หย่าร้าง มีน้อยที่สุด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.70 รองลงมา คือ อนุปริญญาตรี (ปวส.) จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมตอนต้นหรือต่ำกว่า และสูงกว่าปริญญาตรี มีน้อยที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับจ้าง เป็นพนักงานธุรกิจเอกชน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 29.70 รองลงมา คือ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอาชีพอื่น ๆ มีน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา คือ 10,001-20,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป มีน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

คุณภาพการบริการ	\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	3.47	0.32	มาก	3
ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้	3.55	0.33	มาก	1
ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.44	0.34	มาก	4
ด้านการให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการ	3.49	0.39	มาก	2
รวม	3.48	0.26	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านความเชื่อถือ และไว้วางใจได้มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.55$, $SD = 0.33$) รองลงมา คือ ด้านการให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 3.49$, $SD = 0.39$) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ($\bar{X} = 3.47$, $SD = 0.32$) และน้อยที่สุด คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.44$, $SD = 0.34$)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี
จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. สถานที่ ให้บริการของ สคชจ. ชลบุรี มีความสะอาด และอากาศถ่ายเท ได้สะดวก			119	181		3.60	0.49	มาก	1
2. สคชจ. ชลบุรี มีสถานที่ ให้บริการ กว้างขวางเพียงพอ กับจำนวน ผู้รับบริการ	5	180	115		3.37	0.52	ปาน กลาง	4	
3. สคชจ. ชลบุรี มีสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างรอรับ บริการ เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ อย่างเพียงพอ สำหรับผู้มาใช้ บริการ	2	154	144		3.47	0.51	ปาน กลาง	2	

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
4. สคชจ. ชลบุรี มีทำเลที่ตั้งที่มี ความสะดวก ในการเดินทาง มาใช้บริการ	1	169	130			3.43	0.50	มาก	3
	0.30	56.30	43.30						
	รวมด้านสิ่งที่สัมผัสได้					3.47	0.32	มาก	

จากตาราง 4 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, $SD = 0.32$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับหนึ่ง ได้แก่ สถานที่ให้บริการของ สคชจ. ชลบุรี มีความสะดวกและอากาศถ่ายเทได้สะดวก ($\bar{X} = 3.60$, $SD = 0.49$) รองลงมา คือ สคชจ. ชลบุรี มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการ เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ อย่างเพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ ($\bar{X} = 3.47$, $SD = 0.51$) สคชจ. ชลบุรี มีทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ($\bar{X} = 3.43$, $SD = 0.50$) ลำดับสุดท้าย คือ สคชจ. ชลบุรี มีสถานที่ให้บริการกว้างขวางเพียงพอกับจำนวนผู้รับบริการ ($\bar{X} = 3.37$, $SD = 0.52$)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี
จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้

ด้านความเชื่อถือ และไว้วางใจได้	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. พนักงาน มีความชำนาญ ในการให้บริการ สามารถ ให้คำแนะนำ ได้อย่างเหมาะสม			148	152		3.51	0.50	มาก	4
			49.30	50.70					
2. พนักงาน ให้คำแนะนำ อย่างถูกต้อง รวดเร็ว เป็นที่พอใจ			145	155		3.52	0.50	มาก	3
			48.30	51.70					
3. พนักงาน ให้คำแนะนำ ที่เป็นไป ตามหลักเหตุ และผล และอธิบาย ให้เข้าใจได้ง่าย			108	192		3.64	0.48	มาก	1
			36.00	64.00					

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ด้านความเชื่อถือ และไว้วางใจได้	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
4. พนักงาน สามารถ ให้บริการได้ตรง ตาม ความต้องการ ของผู้ใช้บริการ			140	160		3.53	0.50	มาก	2
			46.70	53.30					
						3.55	0.33	มาก	

จากตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, $SD = 0.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ อันดับหนึ่ง ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำที่เป็นไปตามหลักเหตุและผลและอธิบายให้เข้าใจได้ง่าย ($\bar{X} = 3.64$, $SD = 0.48$) รองลงมา คือ พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 3.53$, $SD = 0.50$) พนักงานให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง รวดเร็วเป็นที่พอใจ ($\bar{X} = 3.52$, $SD = 0.50$) ลำดับสุดท้าย คือ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการสามารถให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.51$, $SD = 0.50$)

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี
จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ด้าน การตอบสนอง ความต้องการ ของลูกค้า	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ระยะเวลา ในการ ให้บริการ แต่ละขั้นตอน มีความรวดเร็ว และเหมาะสม	1	188	111			3.37	0.49	ปาน กลาง	4
2. พนักงาน ผู้ให้บริการ มีความ กระตือรือร้น ในการตอบ คำถามและให้ ความช่วยเหลือ ดี	2	152	146			3.48	0.51	มาก	1
3. พนักงาน ให้คำแนะนำ และแก้ไข ปัญหาต่าง ๆ ได้ถูกต้อง ตรงกับ ความต้องการ ของท่าน			174	126		3.42	0.49	มาก	3

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ด้าน	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
การตอบสนอง ความต้องการ ของลูกค้า									
4. พนักงาน สามารถตอบ คำถามของ ผู้มาใช้บริการ ได้ถูกต้อง เมื่อเกิดข้อ สงสัย ด้านกฎหมาย		1	156	143		3.47	0.51	มาก	2
		0.30	52.00	47.70					
รวมด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า						3.44	0.34	มาก	

จากตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$, $SD = 0.34$) เมื่อพิจารณา เป็นรายข้อพบว่า อันดับที่หนึ่ง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการตอบคำถาม และให้ความช่วยเหลือดี ($\bar{X} = 3.48$, $SD = 0.51$) รองลงมา คือ พนักงานสามารถตอบคำถาม ของผู้มาใช้บริการได้ถูกต้องเมื่อเกิดข้อสงสัยด้านกฎหมาย ($\bar{X} = 3.47$, $SD = 0.51$) พนักงาน ให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ถูกต้องตรงกับความต้องการของท่าน ($\bar{X} = 3.42$, $SD = 0.49$) ลำดับสุดท้าย คือ ระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอนมีความรวดเร็วและเหมาะสม ($\bar{X} = 3.37$, $SD = 0.49$)

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี
จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านการให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการ

ด้าน การให้ความสำคัญ กับผู้ให้บริการ	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. พนักงาน ให้เกียรติ/ ต้อนรับ และดูแลผู้ให้บริการ เป็นอย่างดี			153	147		3.49	0.50	มาก	2
			51.00	49.00					
2. พนักงาน มีความสนใจ และให้บริการ อย่างจริงใจ			166	134		3.45	0.50	มาก	3
			55.30	44.70					
3. พนักงาน ให้บริการตามลำดับ ก่อนหลัง โดยไม่ คำนึงว่าผู้รับบริการ นั้นคือใคร			143	157		3.52	0.50	มาก	1
			47.70	52.30					
รวมด้านการให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการ						3.49	0.39	มาก	

จากตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ
และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านการให้ความสำคัญ
กับผู้ให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$, $SD = 0.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า
อันดับที่หนึ่ง ได้แก่ พนักงานให้บริการตามลำดับก่อนหลัง โดยไม่คำนึงว่าผู้รับบริการนั้นคือใคร
($\bar{X} = 3.52$, $SD = 0.50$) รองลงมา คือ พนักงานให้เกียรติ/ ต้อนรับและดูแลผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
($\bar{X} = 3.49$, $SD = 0.50$) ลำดับสุดท้าย คือ พนักงานมีความสนใจและให้บริการอย่างจริงใจ
($\bar{X} = 3.45$, $SD = 0.50$)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ตารางที่ 8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) โดยภาพรวม

ภาพลักษณ์ ของสำนักงานอัยการ คุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือ ทางกฎหมาย และการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นสำนักงาน ที่ได้รับการยอมรับว่า มีความน่าเชื่อถือ			99	201		3.67	0.47	ดี	1
			33.00	67.00					
2. คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นสำนักงาน ที่มีชื่อเสียง ด้านการเป็นที่พึ่ง ของประชาชน ด้านกฎหมาย		2	170	128		3.42	0.51	ดี	7
		0.70	56.70	42.70					
3. คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กร ที่มีความยุติธรรม ด้านกฎหมาย			139	161		3.54	0.50	ดี	2
			46.30	53.70					

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ ของสำนักงานอัยการ คุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือ ทางกฎหมาย และการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สทชจ. ชลบุรี)	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
4. คิดว่า สทชจ. ชลบุรี เป็นองค์กร ที่สามารถคุ้มครอง สิทธิและช่วยเหลือ ทางกฎหมาย แก่ประชาชน	2	159	139	3.46	0.51	ดี	5		
5. คิดว่า สทชจ. ชลบุรี เป็นองค์กร ที่ได้รับการยอมรับว่า มีพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ ในข้อกฎหมาย เป็นอย่างดี	0.70	53.00	46.30	3.46	0.50	ดี	5		
6. คิดว่า สทชจ. ชลบุรี เป็นองค์กร ที่รักษาผลประโยชน์ ด้านกฎหมาย ให้แก่ประชาชน และประเทศไทย	1	170	129	3.43	0.50	ดี	6		
	0.30	56.70	43.00						

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ ของสำนักงานอัยการ คุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือ ทางกฎหมาย และการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สทชจ. ชลบุรี)	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
7. คิดว่า สทชจ. ชลบุรี เป็นองค์กร ให้คำแนะนำ และปรึกษา ด้านกฎหมายฟรี			162	138		3.46	0.50	ดี	5
			54.00	46.00					
8. คิดว่า สทชจ. ชลบุรี เป็นองค์กร ที่ให้ความเป็นธรรม แก่สังคม			140	160		3.53	0.50	ดี	3
			46.70	53.30					
9. คิดว่า สทชจ. ชลบุรี เป็นองค์กร ที่ลดความเหลื่อมล้ำ แก่สังคม ด้านกฎหมาย			187	113		3.38	0.49	ดี	8
			62.30	37.70					

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ ของสำนักงานอัยการ คุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือ ทางกฎหมาย และการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
10. คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กร ที่มีการจัดตั้งทนาย ความอาสา เพื่อช่วยเหลือ ทางด้านอรรถคดี แก่ประชาชน ที่ยากไร้			159	141		3.47	0.50	ดี	4
			53.00	47.00					
			โดยรวม			3.48	0.27	ดี	

จากตารางที่ 8 พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับดี ($\bar{X} = 3.48$, $SD = 0.27$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าให้ความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมากทุกข้อ โดยอันดับที่หนึ่ง คือ คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นสำนักงานที่ได้รับการยอมรับว่า มีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.49$, $SD = 0.39$) รองลงมา คือ คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่มีความยุติธรรมด้านกฎหมาย ($\bar{X} = 3.54$, $SD = 0.50$) คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่ให้ความ เป็นธรรมแก่สังคม ($\bar{X} = 3.53$, $SD = 0.50$) คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่มีการจัดตั้ง ทนายความอาสาเพื่อช่วยเหลือทางด้านอรรถคดีแก่ประชาชนที่ยากไร้ ($\bar{X} = 3.47$, $SD = 0.50$)

คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่สามารถคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน ($\bar{X} = 3.46, SD = 0.51$) คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่ามีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในข้อกฎหมายเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.46, SD = 0.50$) คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรให้คำแนะนำและปรึกษาด้านกฎหมายฟรี ($\bar{X} = 3.46, SD = 0.50$) คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่รักษาผลประโยชน์ด้านกฎหมายให้แก่ประชาชนและประเทศไทย ($\bar{X} = 3.43, SD = 0.50$) คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นสำนักงานที่มีชื่อเสียงด้านการเป็นที่พึ่งของประชาชนด้านกฎหมาย ($\bar{X} = 3.42, SD = 0.51$) และน้อยที่สุด คือ คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่ลดความเหลื่อมล้ำแก่สังคมด้านกฎหมาย ($\bar{X} = 3.38, SD = 0.49$)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับภาพลักษณ์

คุณภาพบริการ	ภาพลักษณ์			
	<i>r</i>	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
สิ่งที่สัมผัสได้	.462**	0.000	ทิศทางเดียวกัน	ปานกลาง
ความเชื่อถือและไว้วางใจได้	.475**	0.000	ทิศทางเดียวกัน	ปานกลาง
การตอบสนองความต้องการ	.460**	0.000	ทิศทางเดียวกัน	ปานกลาง
การให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการ	.420**	0.000	ทิศทางเดียวกัน	ปานกลาง
โดยภาพรวม	.605**	0.000	ทิศทางเดียวกัน	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) โดยภาพรวมพบว่า มีค่า sig. เท่ากับ 0.000 แสดงว่า คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ โดยค่าความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางเท่ากับ .605 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. คุณภาพบริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีค่า sig. เท่ากับ 0.000 แสดงว่า คุณภาพบริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ โดยค่าความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ในระดับปานกลางเท่ากับ .462 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. คุณภาพบริการด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ มีค่า sig. เท่ากับ 0.000 แสดงว่าคุณภาพบริการด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ โดยค่าความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางเท่ากับ .475 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการ มีค่า sig. เท่ากับ 0.000 แสดงว่าคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ โดยค่าความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางเท่ากับ .460 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. คุณภาพบริการด้านการให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการ มีค่า sig. เท่ากับ 0.000 แสดงว่าคุณภาพบริการด้านการให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ โดยค่าความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางเท่ากับ .420 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 10 สรุปสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)	
1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)	ยอมรับสมมติฐาน
2. ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)	ยอมรับสมมติฐาน
3. ด้านการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 10 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
4. ด้านการให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับ ภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือ ทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) 2) ศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) และ 3) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 300 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 35-44 ปี ส่วนใหญ่สมรส สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่รับจ้าง/ เป็นพนักงานธุรกิจเอกชนและมีรายได้ 20,001-30,000 บาท

ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า คุณภาพการบริการที่มีค่าเฉลี่ยที่สุด คือ

1) ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ รองลงมา คือ 2) ด้านการให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการ และ 3) ด้านสิ่งสัมผัสได้

ข้อมูลด้านสิ่งสัมผัสได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่หนึ่ง ได้แก่ สถานที่ให้บริการของ สคชจ. ชลบุรี

มีความสะอาดและอากาศถ่ายเทได้สะดวก รongลงมา คือ สคชจ. ชลบุรี มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการ เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ อย่างเพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ สคชจ. ชลบุรี มีทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการและสคชจ. ชลบุรี มีสถานที่ให้บริการกว้างขวางเพียงพอกับจำนวนผู้รับบริการ ตามลำดับ

ข้อมูลด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่หนึ่ง ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำที่เป็นไปตามหลักเหตุและผลและอธิบายให้เข้าใจได้ง่าย รongลงมา คือ พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ พนักงานให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง รวดเร็วเป็นที่พอใจ และพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการสามารถให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม ตามลำดับ

ข้อมูลด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่หนึ่ง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการตอบคำถามและให้ความช่วยเหลือดี รongลงมา คือ พนักงานสามารถตอบคำถามของผู้มาใช้บริการได้ถูกต้องเมื่อเกิดข้อสงสัยด้านกฎหมาย พนักงานให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ถูกต้องตรงกับความต้องการของท่านและระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอนมีความรวดเร็วและเหมาะสม ตามลำดับ

ข้อมูลด้านการให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่หนึ่ง ได้แก่ พนักงานให้บริการตามลำดับก่อนหลัง โดยไม่คำนึงว่าผู้รับบริการนั้นคือใคร รongลงมา คือ พนักงานให้เกียรติ/ ต้อนรับ และดูแลผู้ให้บริการเป็นอย่างดี ลำดับสุดท้าย คือ พนักงานมีความสนใจและให้บริการอย่างจริงใจ ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) อยู่ในระดับดี โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ อันดับที่หนึ่ง คือ คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นสำนักงานที่ได้รับการยอมรับว่ามีความน่าเชื่อถือ รongลงมา คือ คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่มีความยุติธรรมด้านกฎหมาย คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่ให้ความเป็นธรรมแก่สังคมคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่มีการจัดตั้งทนายความอาสาเพื่อช่วยเหลือทางด้านอรรถคดีแก่ประชาชนที่ยากไร้คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่สามารถคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่ามีพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในการออกกฎหมาย

เป็นอย่างดีคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรให้คำแนะนำและปรึกษาด้านกฎหมายฟรีคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่รักษาผลประโยชน์ด้านกฎหมายให้แก่ประชาชนและประเทศไทยคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นสำนักงานที่มีชื่อเสียงด้านการเป็นที่พึ่งของประชาชนด้านกฎหมายและคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่ลดความเหลื่อมล้ำแก่สังคมด้านกฎหมาย

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) พบว่า มีความสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) สามารถนำมาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาคุณภาพบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือ ทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดสามอันดับแรก คือ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการให้ความสำคัญ กับผู้ใช้บริการและด้านสิ่งที่สัมผัสได้

ทั้งนี้เนื่องจากสำนักงานอัยการสูงสุดได้มีประกาศคณะกรรมการอัยการ เรื่อง การแบ่งหน่วยงานและการกำหนดอำนาจและหน้าที่ของหน่วยงานภายในของสำนักงานอัยการ สูงสุดซึ่งทางด้านการให้ความช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนของสำนักงานอัยการ คุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรีเกี่ยวกับการให้ ความช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนชน ได้แก่ ให้คำปรึกษาหารือปัญหาทางกฎหมาย รวมถึงการเผยแพร่กฎหมายไปยังท้องที่ต่าง ๆ ในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี จัดหาทนายความว่าต่าง และหรือแก้ต่างอรรถคดีที่ปวงในกรณีที่ประชาชนเป็นผู้ยากจนและไม่ได้รับความเป็นธรรม ช่วยเหลือในการจัดทำนิติกรรม-สัญญาต่าง ๆ ช่วยเหลือในการประนีประนอมข้อพิพาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล (2554) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพ การให้บริการโรงพยาบาลทั่วไปของรัฐในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ลักษณะการมาใช้บริการ มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการเอาใจใส่ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ

ด้านการตอบสนองและด้านการให้ความมั่นใจแตกต่างกัน ส่วนวิธีการจ่ายค่ารักษาพยาบาล มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการเอาใจใส่ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ และด้านการตอบสนองแตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นสำนักงานที่ได้รับการยอมรับว่ามีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ คิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่มีความยุติธรรมด้านกฎหมาย ส่วนคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่ลดความเหลื่อมล้ำแก่สังคมด้านกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ทั้งนี้เนื่องมาจากสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี, 2559) เพื่อให้บริการแก่ประชาชน การวางแผนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพให้ประทับใจแก่ประชาชน ไม่ว่าจะเป็นด้านอาคารสถานที่ ความพร้อมและคุณภาพของบุคลากรในหน่วยงาน รวมทั้งกลยุทธ์ในการทำงาน ในส่วนของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) เนื่องจากมีแนวโน้ม การเกิดขึ้นของคดีสูงขึ้นทุกปี อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น กลายเป็นสังคมสมัยใหม่ที่มีการแข่งขัน ช่วงชิงผลประโยชน์ ยิ่งประชาชนมีปัญหาเรื่องการทำมาหาเลี้ยงชีพ ภาวะค่าครองชีพ และสังคมแวดล้อมรอบตัว ความขัดแย้งจึงเกิดมากขึ้นกลายเป็นคดีความต่าง ๆ การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชนอย่างมีมาตรฐานจึงน่าจะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะใช้ในการบริหารจัดการ ดังนั้น คุณภาพการให้บริการจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้บริหารขององค์กรต้องให้ความสำคัญและทุ่มเทสนใจขององค์กรที่ต้องการความสำเร็จ จึงต้องให้ความสนใจต่อเรื่องคุณภาพการให้บริการที่พิจารณาหรือทำความเข้าใจจากความต้องการและความคาดหวังของประชาชนผู้ให้บริการได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรินทร์ เสนานาค (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการออกไปรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์: กรณีศึกษา สำนักงานปศุสัตว์ เขต 4 พบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการขอใบรับรอง/ ใบอนุญาตที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าถึงจิตใจแตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการ และภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญวลัย มาตรา และคณะ (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของเทศบาลในเขตอำเภอชื่นชม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ภาพลักษณ์ของเทศบาลมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับคุณภาพการให้บริการของเทศบาล ในเขตอำเภอชื่นชม จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการ ส่วนด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ควรปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการความช่วยเหลือทางด้านกฎหมายของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ให้มีมาตรฐานและคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น

1.2 จากผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) อยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนั้น ทาง สคชจ. ชลบุรี ควรจัดเตรียมข้อมูล รวมทั้งควรทำแผ่นพับเกี่ยวกับการติดต่อการให้บริการของ สคชจ. ชลบุรี ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ผู้ใช้บริการมีความประทับใจมากยิ่งขึ้นแล้วยังอำนวยความสะดวกในส่วนนี้ก็จะทำให้คุณภาพการบริการที่ส่งมอบผู้ใช้บริการดียิ่งขึ้น และมีความประทับใจ สคชจ. ชลบุรี มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ พบว่า ดังนั้นเสนอให้ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน สคชจ. ชลบุรี ควรมีความสามารถในการให้ความรู้ข้อมูลเป็นอย่างดีและทักษะด้านการสื่อสารซึ่งจะส่งผลต่อการภาพลักษณ์ที่ดีของ สคชจ. ชลบุรี

2.2 จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการด้านการให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ดังนั้น เสนอให้เจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน สคชจ. ชลบุรี ควรมีความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการซึ่งจะส่งผลต่อการภาพลักษณ์ที่ดีของ สคชจ. ชลบุรี

3. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

3.1 ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านความพึงพอใจและคุณลักษณะของผู้ใช้บริการที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ เพื่อให้มีความสามารถในการศึกษาความสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น

3.2 ควรศึกษารูปแบบการให้บริการในพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากอาจมีผลกระทบในเรื่องช่วงเวลาเก็บข้อมูลที่แตกต่างกันอาจส่งผลต่อกลุ่มผู้ใช้บริการที่ต่างกัน

3.3 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้เหมาะสมต่อการนำไปสร้างกลยุทธ์ทางการให้บริการและภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 3).
กรุงเทพฯ: ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- โกวิท พิมพ์ทีป. (2556). *ภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจในทัศนะของประชาชน สถานีตำรวจภูธร
เมืองชลบุรี*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐ
และภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2549). *การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพงษ์ ชุ่มชื่นสกุลสุข. (2556). *การศึกษาคูณภาพการให้บริการของงานกองช่าง
องค์การบริหารส่วนตำบลสะเตา อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์*.
วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2536). *สื่อสาร...การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชานินทร์ ศิลปะจารุ. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ:
บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ธัญวลัย มาตรา, อัจฉรพร เฉลิมชิต และอริญ ชูยกระเดื่อง. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์
กับคุณภาพการให้บริการของเทศบาลในเขตอำเภอชื่นชม จังหวัดมหาสารคาม*.
วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 8(3),
1-10.
- นลินี พานสายตา. (2555). *การรับรู้ภาพลักษณ์ คุณภาพบัณฑิต หลักสูตรและการเรียนการสอน
ของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,
สาขาวิชาสถิติประยุกต์, คณะสถิติประยุกต์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นายิกา เด็ดขุนทด. (2549). *LibQUAL+TM เครื่องมือประเมินคุณภาพบริการห้องสมุดยุคใหม่*.
กรุงเทพฯ: อินฟอร์เมชั่น.
- นิธิ สตะเวทิน. (2542). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ.

- บงกช สิงหะ. (2550). *ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาล ตำบลบ่อทอง อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร. (2550). *ระเบียบวิธีการวิจัย: แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ: ยูแอนด์ไอ อินเตอร์ มีเดีย.
- พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. (2537). *ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2545). *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2537). *ภาพลักษณ์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมล เมฆสวัสดิ์. (2550). *ประเมินคุณภาพการบริการสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2546). *ขั้นตอนของคุณภาพบริการ*. กรุงเทพฯ: โปรดักส์ทีวีดี.
- มานิต รัตนสุวรรณ. (2527). *โลกของการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รณชัย คงกะพันธ์. (2554). *รายงานการวิจัย เรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีภูเก็ตในมุมมองของประชาชนจังหวัดภูเก็ต*. ภูเก็ต: วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- วรรษยา ศิริวัฒน์. (2547). *การประเมินประสิทธิภาพการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*. *วารสารวิจัย*, 7(2), 149.
- วัชรินทร์ เสนานาค (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการออกไปรับรองมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม: กรณีศึกษา สำนักงานอุตสาหกรรมเขต 4*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). *ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย: เรื่องง่าย ๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้*. *วารสารข่าวสารการวิจัยการศึกษา*, 1(4), 13.
- วิมลพรรณ ตั้งจิตความดี. (2543). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. (2540). *การประชาสัมพันธ์แบบสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2542). *คุณภาพในงานบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี.
- ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล. (2554). *คุณภาพการให้บริการโรงพยาบาลทั่วไปของรัฐในเขตจังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ.ชลบุรี). (2559). *รายงานผลการปฏิบัติงานคุ้มครองสิทธิมนุษยชนและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน ระหว่างวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558-31 ธันวาคม พ.ศ. 2558*. เข้าถึงได้จาก <http://www.chon.ago.go.th/chon->
- สุมลรัตน์ วรสุข. (2551). *คุณภาพในการให้บริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าในจังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เสกสิทธิ์ สุวรรณโชติ. (2550). *ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2541). *ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- แสงเดือน วนิชดำรงศักดิ์. (2555). *การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพบริการ: กรณีศึกษาธนาคารเกียรตินาคิน สาขากรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อมเรศ ศิลาอ่อน. (2539). *ทัศนคติของผู้บริหารต่อการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่*. ใน *เอกสารประกอบการบรรยายพิเศษในวันสัมมนา เรื่องสุดยอดการประชาสัมพันธ์* (หน้า 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- Anderson, R. G. (1986). *Marketing communications*. New Jersey: Prentice Hall.
- Corral, S. & Brewerton, A. (1999) *The needs professional's handbook: Your guide to information service management*. London: Library Association Publishing.
- Frank, J. (1993). *Planned press and public relations* (3rd ed.). Great Britain: Alden Press.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Lovelock, C. H. (2002). *Service marketing*. New Jersey: Prentice Hall

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Marketing*, 64, 12-40.

Robinson, C. & Barlow, W. (1959). Corporate image-fad, or the real McCoy?. *Public Relations Journal*, 15(September), 10-13.

ภาคผนวก

แบบสอบถามชุดที่

--	--	--

แบบสอบถาม

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของ สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้มีความประสงค์ที่จะศึกษาคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์
ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี
(สคชจ. ชลบุรี) เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ต่อไปในอนาคต
ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามด้วยความเป็นจริง
ผลการศึกษาจะเก็บเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านและจะเผยแพร่ในภาพรวม

แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ
และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือ
ทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือ
ทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี) ให้มีคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ที่ดี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง และเติมข้อความลงใน ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 24 ปี 2) 25-34 ปี
 3) 35-44 ปี 4) 45-54 ปี
 5) 55 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- 1) โสด 2) สมรส
 3) หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- 1) ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า 2) ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ปวช.)
 3) อนุปริญญาตรี (ปวส.) 4) ปริญญาตรี
 5) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- 1) ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ 2) ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว
 3) เกษตรกร 4) รับจ้าง/ พนักงานธุรกิจเอกชน
 5) นักเรียน/ นักศึกษา 6) อื่น ๆ.....

6. รายได้ต่อเดือน

- 1) น้อยกว่า 10,000 บาท 2) 10,001-20,000 บาท
 3) 20,001-30,000 บาท 4) 30,001-40,000 บาท
 5) 40,001-50,000 บาท 6) มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างที่ ตรงกับคุณภาพ บริการของท่านที่มีต่อสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ.ชลบุรี)

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)					
1. สถานที่ให้บริการของ สคชจ. ชลบุรี มีความสะอาด และอากาศถ่ายเทได้สะดวก					
2. สคชจ. ชลบุรี มีสถานที่ให้บริการกว้างขวางเพียงพอ กับจำนวนผู้รับบริการ					
3. สคชจ. ชลบุรี มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการ เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ อย่างเพียงพอ สำหรับผู้มาใช้บริการ					
4. สคชจ. ชลบุรี มีทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ					
ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability)					
1. พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการสามารถให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม					

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
2. พนักงานให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง รวดเร็วเป็นที่พอใจ					
3. พนักงานให้คำแนะนำที่เป็นไปตามหลักเหตุและผลและอธิบายให้เข้าใจได้ง่าย					
4. พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ					
การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)					
1. ระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอนมีความรวดเร็วและเหมาะสม					
2. พนักงานผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการตอบคำถามและให้ความช่วยเหลือดี					
3. พนักงานให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ถูกต้องตรงกับความต้องการของท่าน					
4. พนักงานสามารถตอบคำถามของผู้มาใช้บริการได้ถูกต้องเมื่อเกิดข้อสงสัยด้านกฎหมาย					
การให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการ (Empathy)					
1. พนักงานให้เกียรติ/ ต้อนรับและดูแลผู้บริการเป็นอย่างดี					

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
2. พนักงานมีความสนใจและให้บริการอย่างจริงใจ					
3. พนักงานให้บริการตามลำดับก่อนหลัง โดยไม่คำนึงว่าผู้รับบริการนั้นคือใคร					

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย

และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับภาพลักษณ์

ของท่านที่มีต่อสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย

และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สคชจ. ชลบุรี)

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
1. ท่านคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นสำนักงานที่ได้รับการยอมรับว่ามีความน่าเชื่อถือ					
2. ท่านคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นสำนักงานที่มีชื่อเสียงด้านการเป็นที่พึ่งของประชาชนด้านกฎหมาย					
3. ท่านคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่มีความยุติธรรมด้านกฎหมาย					

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด (5)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย ปานกลาง (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย น้อยที่สุด (1)
4. ท่านคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่สามารถคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมาย แก่ประชาชน					
5. ท่านคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่า มีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ในข้อกฎหมายเป็นอย่างดี					
6. ท่านคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่รักษาผลประโยชน์ ด้านกฎหมายให้แก่ประชาชน และประเทศไทย					
7. ท่านคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรให้คำแนะนำ และปรึกษาด้านกฎหมายฟรี					
8. ท่านคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่ให้ความเป็นธรรม แก่สังคม					
9. ท่านคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่ลดความเหลื่อมล้ำ แก่สังคมด้านกฎหมาย					
10. ท่านคิดว่า สคชจ. ชลบุรี เป็นองค์กรที่มีการจัดตั้ง ทนายความอาสาเพื่อช่วยเหลือ ทางด้านอรรถคดีแก่ประชาชน ที่ยากไร้					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมาย
และการบังคับคดีจังหวัดชลบุรี (สทชจ. ชลบุรี) ให้มีคุณภาพบริการและภาพลักษณ์ที่ดี

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม