

คุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย



นายเอกศักดิ์ แกรงกระโทก

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ปีการศึกษา 2557

คุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้นำโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบโครงการ

(รศ. ดร.ฉัตรชัย โชติษฐียงกูร)

ประธานกรรมการ

(รศ. ดร.ขวัญกมล ดอนขวา)

กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ)

(รศ. ดร.วชรภูมิ เบญจโอฬาร)

กรรมการ

(รศ. ร.อ. ดร.กนต์ธร ชำนิประศาสน์)

คณบดีสำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์

เอกศักดิ์ แกรงกระโทก : คุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วน
ตำบลโชคชัย (THE SERVICE QUALITY TOWARD PEOPLE IN CHOKCHAI SUB-
DISTRICT ADMINISTRATIVE ORGANIZATION) อาจารย์ที่ปรึกษา :
รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา

การวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยได้
กำหนดวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านธุรกิจบริการขององค์การบริหาร
ส่วนตำบลโชคชัย และเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัย
ส่วนประสมการตลาดขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย โดยเน้นศึกษาประชากรเป้าหมาย รวม
370 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์
ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงใช้สถิติเชิง
อนุมาน ด้วยการทดสอบ F-test

ผลการศึกษา พบว่าประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีระดับความพึงพอใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับ
มาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.81 โดยมีความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการ
บริการสูงที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรที่
ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านองค์ประกอบของการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้าน
ราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการเข้าใช้บริการ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.88 3.87 3.85 3.78 3.67 และ 3.62
ตามลำดับ อีกทั้งพบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการ
บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านองค์ประกอบของการบริการ ด้านสถานที่
ให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอ
ลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ และด้านกระบวนการ แตกต่างกัน ยกเว้นความพึงพอใจด้าน
ราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆในการเข้าใช้บริการ

สาขาวิชา วิศวกรรมโยธา

ปีการศึกษา 2557

ลายมือชื่อนักศึกษา _____

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา _____

EKKASAK KRANGGRATOK : THE SERVICE QUALITY TOWARD
PEOPLE IN CHOKCHAI SUB-DISTRICT ADMINISTRATIVE
ORGANIZATION. ADVISOR : ASSOC. PROF. KWUNKAMOL
DONKWA, Ph.D.

The objectives of this research were 1) to study the marketing mix of service in Chokchai Sub-district Administrative Organization; and 2) to analyze demographic factors on different education background that influenced the marketing mix factors of Chokchai Sub-district Administrative Organization. A questionnaire was administered to collect data from 370 samples. The descriptive statistics used in the data analysis was based on percent, mean, and standard deviation; and the inferential statistics used in the data analysis was based on the F-test.

The result showed that the focused target had high level of satisfaction toward the service quality, with mean values of 3.81. The most satisfactions are towards the physical evidences with mean values of 3.98; and toward the service process, staff, place, service elements, marketing promotion, and prices and other expenses respectively, with means values of 3.88, 3.87, 3.85, 3.78, 3.67, and 3.62 respectively. It was also found that people of different education background had different level of satisfaction toward the service quality of Chokchai Sub-district Administrative Organization in domains of service elements, place, marketing promotion, staff, physical evidences of service's concreteness, and process, while excluding the satisfaction toward the prices and other expenses of the services.

School of Civil Engineering
Academic Year 2014

Student's Signature _____
Advisor's Signature _____

กิตติกรรมประกาศ

โครงการการศึกษานี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล ดอนขวา อาจารย์ประจำสำนักวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำในการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ แนะนำแนวทางการทำงานเพิ่มเติม และให้ความเอาใจใส่ ความเมตตากรุณาถ่ายทอดความรู้แก่ศิษย์เป็นอย่างดี ทั้งยังปลุกฝังให้ผู้ศึกษามีความอดทนมี วินัยหมั่นค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม ผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณท่าน รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล ดอนขวา ไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ในหลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต การบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา ให้แก่ผู้ศึกษาซึ่งเป็นความรู้และประสบการณ์ที่มีค่าและมีประโยชน์ในการทำงานของผู้ศึกษาต่อไป ผู้ศึกษาขอระลึกถึงพระคุณบิดาและมารดา ที่ได้อบรมสั่งสอนให้เป็นคนดี รักการศึกษาและหมั่นหาความรู้เพิ่มเติม และไม่ย่อท้อต่อปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ขอขอบพระคุณองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ที่ช่วยให้ข้อมูลสำหรับการศึกษาในครั้งนี้และทำยสุดขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจตลอดการทำงานศึกษารั้งนี้เป็นอย่างดี

เอกศักดิ์ แกรงกระโทก

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	4
1.6 คำนิยามคำศัพท์.....	4
2 ปฏิทัศน์ วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	5
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด.....	6
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	7
2.4 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย.....	10
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	20
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	21
3.1 วิธีการวิจัย.....	21
3.2 วิธีดำเนินการวิจัย.....	22
3.3 เครื่องมือในการวิจัย.....	23
3.4 การสร้างเครื่องมือในการศึกษา.....	24
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	25

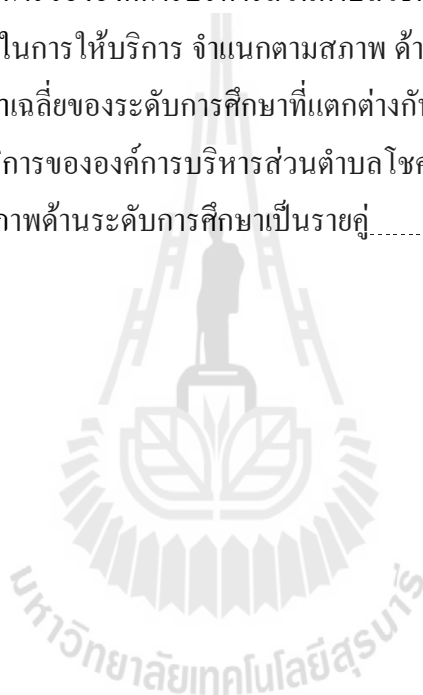
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	26
4.2	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย.....	28
4.3	ผลการทดสอบสมมติฐาน: ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัย ส่วนประสมการ ให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย.....	36
5	สรุปผลการวิจัย การอภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	46
5.1	สรุปผลการวิจัย.....	46
5.2	อภิปรายผลการศึกษา.....	47
5.3	ข้อเสนอแนะ.....	47
	เอกสารอ้างอิง.....	49
	ภาคผนวก แบบสอบถามงานวิจัย.....	51
	ประวัติผู้เขียน.....	56



สารบัญญัตินำ

ตารางที่	หน้า
2.1 จำนวนครัวเรือนในองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยแยกตามรายหมู่บ้าน.....	11
2.2 จำนวนประชากรขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยแยกตามรายหมู่บ้าน.....	11
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	26
4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการบริการ ด้านองค์ประกอบของการให้บริการ.....	28
4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทาง การตลาดด้านการบริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการเข้าใช้บริการ.....	29
4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทาง การตลาดด้านการบริการ ด้านสถานที่ให้บริการ.....	30
4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทาง การตลาดด้านการบริการ ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ.....	31
4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทาง การตลาดด้านการบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ.....	31
4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทาง การตลาดด้านการบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการ ให้บริการ.....	33
4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทาง การตลาดด้านการบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ.....	34
4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ.....	35
4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	36
4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านองค์ประกอบ การให้บริการจำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	39
4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านสถานที่ให้บริการ จำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	40

4.13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัย ส่วนประสมทาง การตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านส่งเสริม การตลาดบริการ จำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	41
4.14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ จำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	42
4.15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ จำแนกตามสภาพ ด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	43
4.16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านกระบวนการให้ บริการจำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	44



สารบัญรูปร่าง

รูปที่	หน้า
2.1 โครงสร้างองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย.....	13
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	20



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เพื่อให้ประชาชนผู้มาใช้บริการกับองค์การบริหารส่วนตำบล ไชคชัยที่มีเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเป็นตำบลหนึ่งซึ่งเคยรวมอยู่กับตำบลกระโทก ต่อมาในปี พ.ศ. 2527 ได้แยกออกมาเป็นตำบลไชคชัย และได้รับการยกฐานะเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลไชคชัย ตามพระราชบัญญัติสภาพัฒนาการและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 โดยได้รับประกาศจัดตั้งเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2539 มีจำนวนหมู่บ้านทั้งหมด 11 หมู่บ้าน หมู่บ้านที่เต็มพื้นที่ทั้งหมด 3 หมู่บ้าน และอีก 8 หมู่บ้านเป็นพื้นที่คาบเกี่ยวกับเทศบาลไชคชัย องค์การบริหารส่วนตำบลไชคชัยได้มีการให้บริการต่อประชาชนหลายด้าน เช่น การขออนุญาตก่อสร้าง, การขออนุญาตขุดดินถมดิน, การชำระภาษี, การจัดเก็บขยะ ฯลฯ ดังนั้น ประชาชนผู้มาใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลไชคชัยต้องได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) โดยศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) จากแนวคิดของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. องค์ประกอบของการให้บริการ (Service element) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ประกอบด้วย
 - ผู้รับบริการ คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการและแจ้งความจำนงในเรื่องบริการต่าง ๆ
 - ผู้ปฏิบัติงานบริการ คือ ผู้ที่ให้บริการ หรือ ผู้ที่รับความจำนนนั้นๆ ไปปฏิบัติให้ตรงความต้องการมากที่สุด
 - องค์การบริหาร คือ หน่วยงาน ส่วนงานที่ให้บริการ
 - ผลิตภัณฑ์บริการ คือ สิ่งที่จับต้องได้และเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้
 - สภาพแวดล้อมของการบริการ คือ องค์ประกอบด้านต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการ
2. ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการเข้าใช้บริการ (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price)

ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคา การให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการ จำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. **ด้านสถานที่ให้บริการ (Place)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและ คุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)
4. **ด้านส่งเสริมการตลาดด้านบริการ (Promotion)** เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ และเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์
5. **ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (People)** ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร
6. **ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการบริการ (Physical Evidence and Presentation)** เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพ อ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ
7. **ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและ งานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่าง ถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

การศึกษาวิจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการให้บริการขององค์กรบริหารส่วนตำบล โขกชัย และนำข้อมูลไปปรับปรุงในองค์การบริหารส่วนตำบล โขกชัยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จากแนวคิดดังกล่าวจึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์กร บริหารส่วนตำบล โขกชัย จึงเป็นเรื่องที่มีความน่าสนใจที่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ที่จะนำไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย กำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

- 1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย
- 1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย

1.3 สมมติฐานการวิจัย

เพื่อให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับการกำหนดวัตถุประสงค์ จึงได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัยที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้าน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยที่แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาสรุปได้ดังนี้

- 1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

- 1.4.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อาชีพ และระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ องค์ประกอบของการให้บริการ(Service element) ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆในการเข้าใช้บริการ (Price) ด้านสถานที่ให้บริการ(Place) ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ (Promotion) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (People)ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในการให้บริการ (Physical Evidence and Presentation) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

- 1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย เรื่อง คุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ได้กำหนดระยะเวลาตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน 2557 ถึง เดือนพฤษภาคม 2558

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย จาก 7 ปีวิจัยของส่วนประสมการตลาดการให้บริการสามารถนำไปปรับปรุงการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยให้มีระดับประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเพื่อให้ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการเพิ่มความพึงพอใจจากการให้บริการ

1.6 คำนิยามคำศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทาง การตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการแก่กลุ่มใช้บริการเป้าหมาย ได้แก่ องค์ประกอบของการให้บริการ (Service element) ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการเข้าใช้บริการ (Price) ด้านสถานที่ให้บริการ (Place) ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ (Promotion) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ (Physical Evidence and Presentation) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2542)



บทที่ 2

ปริทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์กรบริหารส่วนตำบลโชคชัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย รวมถึงการจัดทำเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้เป็นข้อมูลประกอบการอ้างอิงในการอภิปรายผลการวิจัยเพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 14) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า เป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดของกลุ่มเป้าหมาย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546, หน้า 53) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

ธงชัย สันติวงษ์ (2540, หน้า 34) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่า หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 17) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุม

ได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือเป็นเครื่องมือที่ใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ทางการติดต่อสื่อสารขององค์การ

สรุป ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นวางแผนการดำเนินงานการปรับปรุงการบริการต่อประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบล โชคชัย เพื่อให้ประชาชนผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างอิงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. องค์ประกอบของการให้บริการ (Service element) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ประกอบด้วย
 - ผู้รับบริการ คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการและแจ้งความจำนงในเรื่องบริการต่างๆ
 - ผู้ปฏิบัติงานบริการ คือ ผู้ที่ให้บริการ หรือ ผู้ที่รับความจำนนนั้นๆ ไปปฏิบัติให้ตรงความต้องการมากที่สุด
 - องค์การบริการ คือ หน่วยงาน ส่วนงานที่ให้บริการ
 - ผลิตภัณฑ์บริการ คือ สิ่งที่จับต้องได้และเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้
 - สภาพแวดล้อมของการบริการ คือ องค์ประกอบด้านต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการ
2. ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆในการเข้าใช้บริการ (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน
3. ด้านสถานที่ให้บริการ (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. **ด้านส่งเสริมการตลาดด้านบริการ (Promotion)** เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์
5. **ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (People)** ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร
6. **ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการบริการ (Physical Evidence and Presentation)** เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพ อ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ
7. **ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

จากความหมายข้างต้น พอจะสรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ประชาชนที่มาใช้บริการ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย และนำข้อมูลไปปรับปรุงในองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จากแนวคิดดังกล่าวจึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย จึงเป็นเรื่องที่มีความน่าสนใจที่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ที่จะนำไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการต่อไป

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ ความพึงพอใจ (Satisfaction) ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ความพึงพอใจ (gratification) ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรม ได้ให้ความจำกัดความไว้ว่าหมายถึง ความรู้สึกที่ดีมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จ ตามความมุ่งหมาย หรือเป้าหมาย ที่ตั้งใจไว้บรรลุผลหรือสมหวังนั่นเอง

คณิต ดวงหัตถิ (2537) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจของบุคคลที่มีต่อการทำงานและองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจอื่น ๆ ถ้างานที่ทำหรือองค์ประกอบเหล่านั้นตอบสนองความต้องการของบุคคลได้บุคคลนั้น จะเกิดความพึงพอใจในงานขึ้นจะอุทิศเวลา แรงกาย แรงใจ รวมทั้งสติปัญญาให้แก่งานของตนให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

ทวีพงษ์ หินคำ (2541, หน้า 8) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถลดความตึงเครียดและตอบสนองความต้องการของบุคคลได้ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น

ธนิยา ปัญญาแก้ว (2541, หน้า 12) ได้ให้ความหมายว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจที่เกี่ยวกับลักษณะของงาน ปัจจัยเหล่านี้นำไปสู่ความพอใจในงานที่ทำ ได้แก่ ความสำเร็จ การยกย่อง ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า เมื่อปัจจัยเหล่านี้อยู่ต่ำกว่า จะทำให้เกิดความไม่พอใจงานที่ทำ ถ้าหากงานให้ความก้าวหน้า ความท้าทาย ความรับผิดชอบ ความสำเร็จและการยกย่องแก่ผู้ปฏิบัติงานแล้ว พวกเขาจะพอใจและมีแรงจูงใจในการทำงานเป็นอย่างมาก

วิทย์ เทียงบุญธรรม (2541, หน้า 754) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความพอใจ การทำให้พอใจ ความสนใจ ความหน้าใจ ความจูงใจ ความแน่ใจ การชดเชย การไถ่บาปการแก้แค้นสิ่งที่ชดเชย

วิรุฬ พรรณเทวี (2542, หน้า 11) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งเป็นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่ง สิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดี จะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

กาญจนา อรุณสุขรุจิ (2546, หน้า 5) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่า บุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องมีสิ่งที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสร้างสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

สายจิตร์ สุขสงวน (2546, หน้า 14) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ถ้าเมื่อใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวกแต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งใดสร้างความรู้สึกผิดหวัง ไม่บรรลุจุดมุ่งหมาย ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจจากความหมายที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานเป็นเรื่องของความรู้สึกที่มีความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานที่ปฏิบัติอยู่และความพึงพอใจจะส่งผลต่อขวัญในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลไม่มีวันสิ้นสุด เปลี่ยนแปลงได้เสมอ ตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อมบุคคลจึงมีโอกาสที่จะไม่พึงพอใจในสิ่งที่เคยพึงพอใจมาแล้ว ฉะนั้นผู้บริหารจำเป็นต้องสำรวจตรวจสอบความพึงพอใจในการปฏิบัติให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรตลอดไป ทั้งนี้เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายขององค์กรหรือหน่วยงานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจ เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญเติบโตของงานบริการ ปัจจัยที่เป็นตัวบ่งชี้ คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาด จึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ การวัดระดับความพึงพอใจ ที่กล่าวมาข้างต้น ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการให้บริการขององค์กรประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆของแต่ละบุคคล ดังนั้นการวัดระดับความพึงพอใจ สามารถกระทำได้หลายวิธีต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โยการขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนด
2. การสัมภาษณ์ ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจงใจให้ผู้ตอบคำถามตอบตามข้อเท็จจริง
3. การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการรับบริการ ขณะรับบริการและหลังการรับบริการ การวัดโดยวิธีนี้จะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอนจะเห็นได้ว่า การวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นสามารถกระทำได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับความสะดวก เหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้น มีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือได้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของประชาชนต่อองค์การบริหารส่วนตำบล โชคชัย หมายถึง ความสุขใจ ต่อการมารับบริการ

จากนิยามดังกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความรู้สึกรัก ชอบในสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง ความพึงพอใจก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ความเข้าใจอันดีต่อกันและเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งช่วยให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จ ความรู้สึกนี้จะช่วยจูงใจให้เกิดความรักในงาน โดยเฉพาะเมื่อบุคคลนั้นได้มีส่วนร่วมในนโยบายวัตถุประสงค์การทำงานในองค์กร ซึ่งทำให้มีความรู้สึกภาคภูมิใจ มีความกระตือรือร้น มีความรู้สึกมั่นคง และมีความมุ่งมั่นที่จะอุทิศตนและทุ่มเทให้กับการทำงานอย่างเต็มที่แล้วงาน ทุกอย่างจะดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

2.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย

ลักษณะทั่วไปและประวัติความเป็นมาของพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย

ข้อมูลทั่วไป

ทำเลที่ตั้ง ตำบลโชคชัย เป็นตำบลหนึ่งของอำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของอำเภอโชคชัย ห่างจากที่ว่าการอำเภอโชคชัย ประมาณ 1 กิโลเมตร และห่างจากจังหวัดนครราชสีมา ประมาณ 30 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับตำบลใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับตำบลท่าอ่าง อำเภอโชคชัย
ทิศใต้	ติดต่อกับตำบลกระโทก อำเภอโชคชัย
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับตำบลท่าเยี่ยม อำเภอโชคชัย
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับตำบลพลับพลา อำเภอโชคชัย

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปของตำบล ตำบลโชคชัยเป็นที่ราบสูง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทางการเกษตร ตำบลโชคชัย มีพื้นที่ประมาณ 34.97 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 21,856.25 ไร่ โดยมีเนื้อที่แยกเป็นรายหมู่บ้าน 12 หมู่บ้านดังนี้

- หมู่ที่ 1 บ้านโชคชัย
- หมู่ที่ 2 บ้านสระประทุม
- หมู่ที่ 3 บ้านป่าหมาก
- หมู่ที่ 5 บ้านนุ
- หมู่ที่ 6 บ้านกระโทก
- หมู่ที่ 7 บ้านบึงน้อย
- หมู่ที่ 8 บ้านบึง
- หมู่ที่ 9 บ้านบึงทับปร่างค์
- หมู่ที่ 10 บ้านบึงทับปร่างค์

หมู่ที่ 11 บ้านหนองสำโรง

หมู่ที่ 12 บ้านโพธิ์ทอง

หมู่ที่ 13 บ้านหนองไผ่

ตารางที่ 2.1 จำนวนครัวเรือนในองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยแยกตามรายหมู่บ้าน

หมู่ที่	บ้าน	จำนวนครัวเรือน
1	บ้านโชคชัย	16
2	บ้านสระประทุม	278
3	บ้านป่าหมาก	150
5	บ้านนุ	44
7	บ้านบึงน้อย	147
8	บ้านบึง	91
9	บ้านบึงทับปร่างค์	173
10	บ้านบึงทับปร่างค์	975
11	บ้านหนองสำโรง	205
12	บ้านโพธิ์ทอง	439
13	บ้านหนองไผ่	118
รวมทั้งสิ้น		2,636

ที่มา : แผนพัฒนาขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ระยะ 3 ปี

จากตารางที่ 2.1 องค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย มีจำนวน 2,636 ครัวเรือน โดยที่ หมู่ 9 บ้านบึงทับปร่างค์ มีจำนวนครัวเรือนมากที่สุด คือ 975 ครัวเรือน

ตารางที่ 2.2 จำนวนประชากรขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย แยกตามรายหมู่บ้าน

หมู่ที่	บ้าน	ประชากร		
		ชาย	หญิง	รวม
1	บ้านโชคชัย	10	10	20
2	บ้านสระประทุม	153	140	293
3	บ้านป่าหมาก	113	114	227

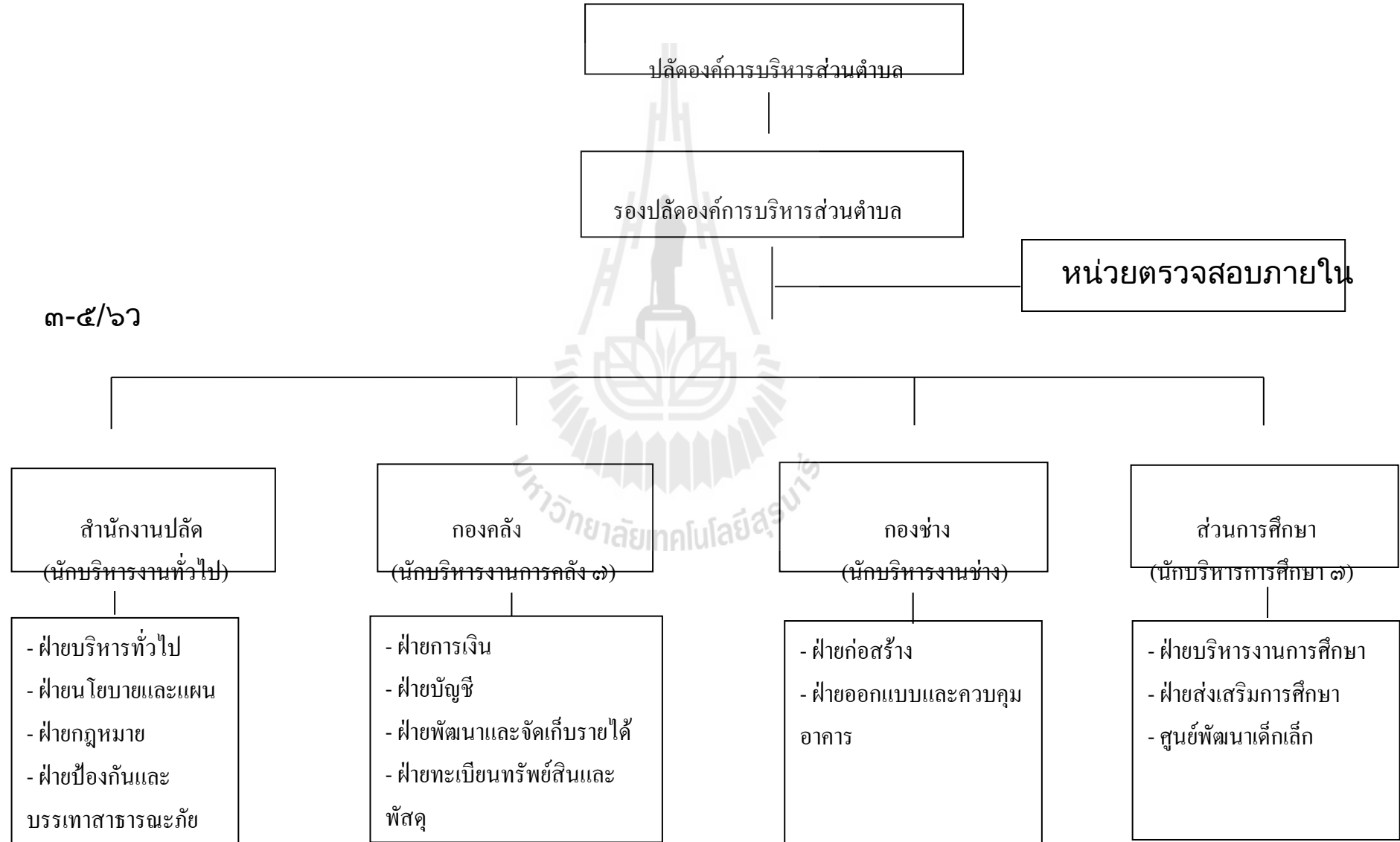
ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

หมู่ที่	บ้าน	ประชากร		
		ชาย	หญิง	รวม
5	บ้านนุ	81	79	160
7	บ้านบึงน้อย	186	192	378
8	บ้านบึง	164	173	337
9	บ้านบึงทับปร่างค์	299	358	657
10	บ้านบึงทับปร่างค์	669	768	1,437
11	บ้านหนองสำโรง	338	378	716
12	บ้านโพธิ์ทอง	265	253	518
13	บ้านหนองไผ่	93	94	187
รวมทั้งสิ้น		2,371	2,559	4,930

ที่มา : แผนพัฒนาขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ระยะ 3 ปี

จากตารางที่ 2.2 จำนวนประชากรของตำบลโชคชัย จำแนกเป็นชาย 2,371 คน หญิง 2,559 คน รวมทั้งสิ้น 4,930 คน โดยหมู่ที่ 10 บ้านบึงทับปร่างค์มีจำนวนประชากรมากที่สุดเท่ากับ 1,437 คน

โครงสร้างองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย



รูปที่ 2.1 โครงสร้างองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย



การให้บริการ

สำนักปลัด มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- งานอำนวยการและข้อมูลข่าวสาร
- งานข้อมูลและการประชาสัมพันธ์
- งานร้องเรียนร้องทุกข์และอุทธรณ์
- วิชาการปศุสัตว์และเทคโนโลยี
- ส่งเสริมปรับปรุงขยายพันธุ์สัตว์
- เพาะพันธุ์และอนุบาลสัตว์
- ป้องกันรักษาโรคและกักสัตว์
- งานรักษาความสะอาด
- งานควบคุมโรค

กองคลัง มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- งานภาษีอากร ค่าธรรมเนียมและค่าเช่า
- งานพัฒนารายได้
- งานเก็บรักษาเงิน
- งานงบแสดงฐานะทางการเงิน
- งานทะเบียนทรัพย์สินและแผนที่ภาษี
- งานทะเบียนเบิกจ่ายวัสดุครุภัณฑ์และยานพาหนะ

กองช่าง มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- งานก่อสร้างและบูรณะถนน
- งานควบคุมการขุดดินและถมดิน
- งานควบคุมการก่อสร้างอาคาร
- งานวางผังพัฒนาเมือง
- งานระบบข้อมูลและแผนที่เส้นทางคมนาคม
- งานวิศวกรรม
- งานระบายน้ำ

ส่วนการศึกษา มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- งานข้อมูลพัฒนาการเด็ก
- งานส่งเสริมการศึกษา
- งานศูนย์วัฒนธรรม
- งานการกีฬา

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา การปฏิบัติราชการ ได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

จันทร์เพ็ญ ตูเทศานันท์ (2542) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของสถานธนาอนุบาลเทศบาลในประเทศไทย พบว่าลักษณะการดำเนินงานของสถานธนาอนุบาลเทศบาลกำหนดนโยบายสู่การปฏิบัติ ลักษณะบริการของสถานธนาอนุบาลที่สำคัญคือ การนำจำ การรับชำระดอกเบี้ย การไถ่ถอน และการจำหน่ายทรัพย์สินหลุด โดยมีสำนักงานคณะกรรมการจัดการสถานธนาอนุบาลเทศบาลทำหน้าที่ควบคุมการดำเนินงานของสถานธนาอนุบาลเทศบาล การบริหารบุคคลและบริหารด้านอื่น ผลการศึกษาพบว่า ด้านการบริหารงานนั้นเป็นไปตามนโยบายวัตถุประสงค์และภาพลักษณ์ที่ปรากฏจากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการส่วนใหญ่ก็คือ สถานธนาอนุบาลเป็นสถานบริการที่ช่วยเหลือคนยากจน ทั้งสาเหตุที่ผู้ให้บริการมาจำหน่ายทรัพย์สิน ก็เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาของสมาชิกในครอบครัวเกี่ยวกับค่าครองชีพประจำวัน ผลการศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา อาชีพ รายได้ รายจ่ายและความคาดหวังในบริการที่เป็นกันเองมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ขณะที่ปัจจัยแวดล้อม (ระยะทาง ลักษณะบริการ และประสิทธิภาพ) ในการใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

กิจวิธิ รัตนแก้ว (2544) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ สาขาสันทราย พบว่า ประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ สาขาสันทราย โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ในเรื่องของการพูดจาและมารยาทของเจ้าหน้าที่ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง รวมถึงความโปร่งใสในการดำเนินงานให้บริการ ส่วนความพึงพอใจในการสอบสวนและระยะเวลาการสอบสวนของเจ้าหน้าที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

จรรยา เจริญหาทรัพย์ (2545) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ พบว่า ก่อนการรับบริการลูกค้าส่วนใหญ่มีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมาก เกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวก และความปลอดภัยของที่จอดรถ ชื่อเสียงของห้าง และความน่าเชื่อถือของสินค้าราคาพิเศษที่โฆษณา ความพึงพอใจของลูกค้าในขณะที่รับบริการ พบว่า ลูกค้าที่มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และสถานที่ และ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ความพึงพอใจของลูกค้า

หลังบริการแล้ว พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยด้านสถานที่ และมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และความคุ้มค่าของเงินหลังจากที่ได้รับบริการครบถ้วนแล้ว

บุญเลิศ บุญปกรณ์ (2546) จากการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ต่อผู้บริหารเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อผู้บริหารเทศบาลนครเชียงใหม่ในแต่ละด้าน คือ คุณสมบัติของผู้บริหารในระดับมาก พึงพอใจด้านการปฏิบัติตามนโยบาย และด้านผลงานของผู้บริหารในระดับปานกลาง ทั้งนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนตัวของประชาชน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และภูมิฐานะ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจผู้บริหารและประชาชนได้ให้ข้อเสนอแนะคือ เทศบาลควรสร้างกิจกรรมการให้ความรู้ กิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองให้แก่ประชาชนให้เหมาะสมกับปัจจัยส่วนบุคคล

สุรัช รัชตประทาน (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ สาขาสารภี ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งในด้านการปฏิบัติงาน การปฏิบัติตน การพูดจา/มารยาท และการให้คำแนะนำปรึกษาของเจ้าหน้าที่ ความสะดวกในการติดต่อ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถ ให้บริการด้วยความเต็มใจและเป็นมิตร แนะนำ/ให้ข้อมูล/ให้ความรู้อย่างชัดเจน ให้บริการตามลำดับก่อนหลัง และมีความรวดเร็วในการให้บริการ เจ้าหน้าที่กระตือรือร้น ตั้งใจทำงาน บริการได้ถูกต้องครบถ้วน ไม่ผิดพลาด สามารถแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนได้อย่างรวดเร็ว การทำงาน มีความยุติธรรม น่าเชื่อถือ เป็นไปด้วยความโปร่งใส สุจริต สามารถตรวจสอบได้ และการขยายเวลาการบริการเป็นเวลา 08.00-18.00 น. ส่วนด้านที่ประชาชนมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ สถานที่และบริเวณ โดยรอบมีความสะดวกสบาย ขั้นตอนในการรับบริการ ระยะเวลาในการรับบริการ กฎระเบียบที่ใช้ ค่าธรรมเนียมที่ชำระ ในขณะที่ด้านอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ และการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชน ประชาชนมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นอกจากนี้ ผลการศึกษามีข้อเสนอแนะคือ ควรนาระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการบริการประชาชน จัดระเบียบการทำงาน ให้มีความถูกต้องชัดเจน ตลอดจนพัฒนาเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายให้สามารถทำงานทดแทนกันได้ ปรับปรุง ระบบการบริการประชาชนให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ยุติธรรมมากขึ้น แก้ไขระเบียบ กฎหมาย ขั้นตอนต่างๆ ที่มีความล้าสมัย ซ้ำซ้อน พัฒนาความรู้ความสามารถ และทักษะต่างๆ แก่เจ้าหน้าที่ ในด้านการให้บริการแก่ประชาชน และปลูกจิตสำนึกของการเป็นผู้ให้บริการ มีการประเมินและติดตามผลงานของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ สร้างขวัญ กำลังใจ และทัศนคติของเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจเมื่อมารับบริการ

สรุปการสร้างควมพึงพอใจให้กับประชาชนที่มาใช้บริการ สำหรับภาครัฐเป็นสิ่งจำเป็นที่ข้าราชการทุกส่วนต้องร่วมกันปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล

2.5.2 บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

วิลาสินี พิมพ์ไพบูลย์ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อตราสินค้า กับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความภักดีต่อตราสินค้า การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับความภักดีต่อตราสินค้าในสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวพันที่ต่างกัน (2) ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความภักดีต่อตราสินค้า ในสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวพันที่ต่างกัน (3) ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อตราสินค้า กับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความภักดีต่อตราสินค้า โดยใช้วิธีการวิจัยกับกลุ่มผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิง อายุระหว่าง 20-45 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) อันได้แก่ การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงเพื่อกำหนดเขตพื้นที่ในการเก็บข้อมูลจากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยการจับฉลากหาตัวแทนเขต และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการวิจัยคือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเป็นตัวแทนสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวพันสูง และฟิล์มถ่ายรูป ซึ่งเป็นตัวแทนสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวพันต่ำ ผลการวิจัย พบว่า ในสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวพันต่ำ ผู้บริโภคมีระดับความภักดีต่อตราสินค้ามากกว่าในสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวพันสูง อีกทั้งปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความภักดีต่อตราสินค้าในสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวพันสูงมีความแตกต่างจากสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวพันต่ำ โดยปัจจัยที่มีความแตกต่างกันได้แก่ ปัจจัยทางด้านคุณภาพของสินค้า ปัจจัยทางด้านความหลากหลาย ปัจจัยด้านความจำเป็นของสินค้าต่อผู้บริโภค ปัจจัยด้านการรับประกันสินค้า ปัจจัยด้านการยอมรับในราคาสินค้า ปัจจัยด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้งร้านค้า ปัจจัยด้านการบริการภายในร้าน ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของร้านค้า และปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาด นอกจากนี้ ความภักดีต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัยทางการตลาดต่าง ๆ ที่นำมาใช้วัดทั้งในสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และในสินค้าประเภทฟิล์มถ่ายรูป

วรรณ ตุลยานันท์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้า เครื่องโทรศัพท์มือถือ ในเขตจังหวัดนครราชสีมา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้าเครื่องโทรศัพท์มือถือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้าเครื่องโทรศัพท์มือถือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และศึกษาถึงปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้าเครื่องโทรศัพท์มือถือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี

ประกอบอาชีพพนักงาน ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องโทรศัพท์มือถือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้เครื่องโทรศัพท์มือถือยี่ห้อโนเกีย โดยมักจะทำการเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์มือถือปีละหนึ่งครั้ง และจะเลือกซื้อยี่ห้อเดิมที่ใช้อยู่กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความภักดีด้านความชอบที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความภักดีด้านความพึงพอใจ ความชอบและความผูกพันที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ปัจจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย และช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ต่อความภักดีทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านอัตราการซื้อซ้ำ ความพึงพอใจความชอบและความผูกพัน ปัจจัยเกี่ยวกับสังคมในด้านกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์กับความภักดีใน 3 ด้าน คือ ความพึงพอใจความชอบและความผูกพัน ดังนั้นในการวางกลยุทธ์การตลาดผู้บริหารของบริษัทผู้จำหน่ายเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละยี่ห้อ จึงควรที่จะให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยและช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากทั้งสองด้านนี้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีต่อตราสินค้าทั้ง 4 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญ และควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับปัจจัยสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นในด้านอัตราการซื้อซ้ำทั้งนี้เพื่อความเป็นทางสังคมในด้านบทบาทและสถานะเนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีต่อตราผู้นำส่วนแบ่งตลาดเกี่ยวกับเครื่องโทรศัพท์มือถือ

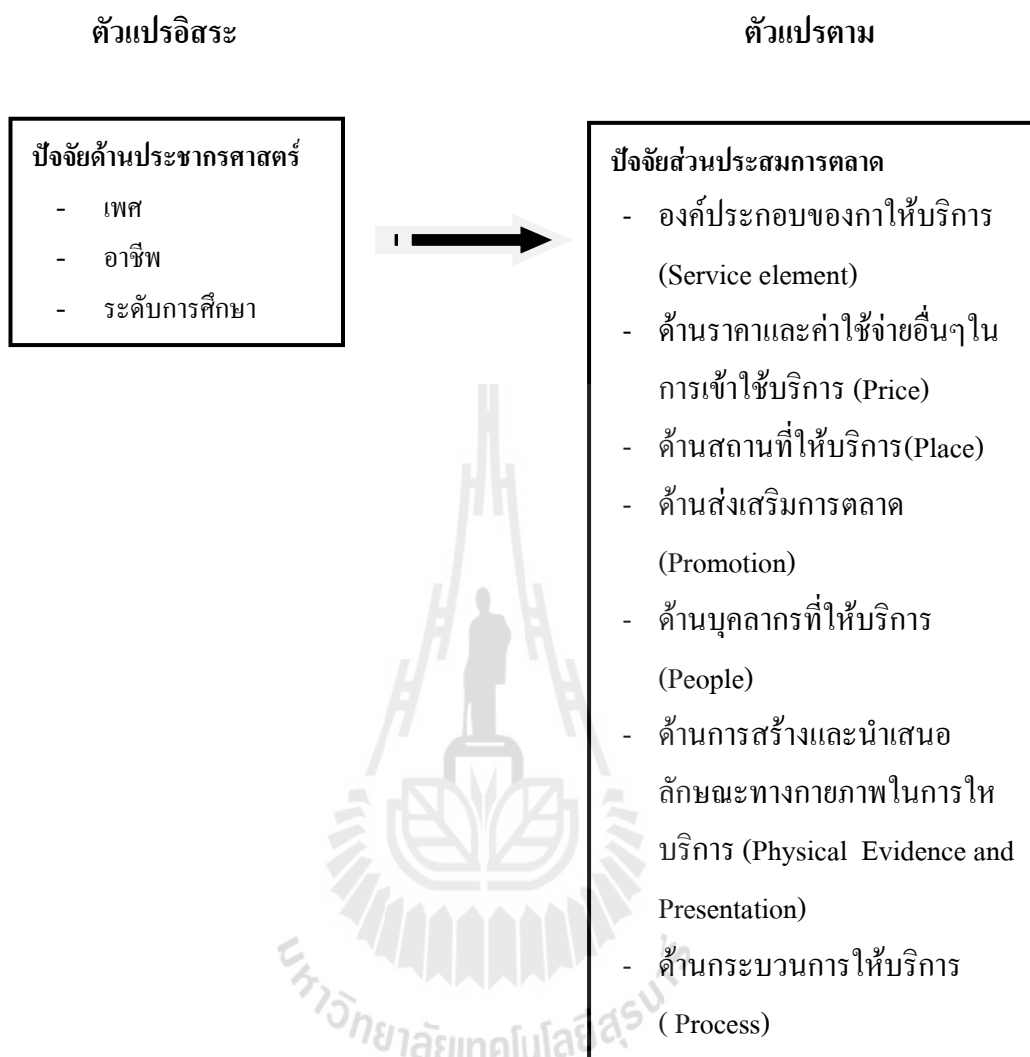
ไกรฤกษ์ พัฒนพงษ์ไพบุลย์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความจงรักภักดี และพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อโตโยต้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการสร้างความจงรักภักดีของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อ โตโยต้า ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการสร้างความจงรักภักดี ของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อโตโยต้า ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พฤติกรรมในการซื้อรถยนต์นั่งในอดีตมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อโตโยต้า ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตจะมีความสัมพันธ์กับด้านความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อโตโยต้า ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความภาคภูมิใจด้านภาพลักษณ์ของโตโยต้า ด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นซื้อรถยนต์โตโยต้า ด้านความหลากหลายของรุ่นของ โตโยต้า และด้านถ้าขึ้นราคาท่านจะซื้อรถยนต์ของโตโยต้า มี

ความสัมพันธ์กับการสร้างความจงรักภักดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน

มาวิกา อัสวารุญ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออุปกรณ์ระดับขนดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยศึกษาจากผู้บริโภคที่เป็นเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) และ/หรือรถบรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) และเป็นผู้ซื้ออุปกรณ์ระดับขนดจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์ระดับขนด จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ ร้านแม่กษอโต้พลัส ร้านมิสเตอร์คาร์ ร้านยั้งเจริญยนต์ แอ.โพธิ์วิล ร้านซุนศิลป์ และร้านอานวยมอเตอร์แอร์ จำนวน 202 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบโควตา ใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม ทากรวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย พบว่าอุปกรณ์ระดับขนดประเภทอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อความบันเทิงที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ คือ ลำโพง โดยเลือกซื้อเครื่องเสียงดีทรอนต์ยี่ห้อไพโอเนียร์ และซื้อจานดาวเทียมยี่ห้อยูบีซี อุปกรณ์ระดับขนดประเภทอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อความสวยงามที่ซื้อ คือ 7 ชุดไฟหรือไฟสี วัตถุประสงค์ในการซื้ออุปกรณ์ระดับขนด คือ เพื่อความสวยงามของรถ โดยมีลักษณะการตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง และนิยมเลือกซื้ออุปกรณ์ระดับขนดและติดตั้งใน วันเสาร์ -วันอาทิตย์ เวลา 8.00 -12.00 น. นิยมซื้ออุปกรณ์ระดับขนดจากร้านอานวยมอเตอร์แอร์เนื่องจากชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักทั่วไป มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ระดับขนดต่อ 1 ครั้ง ต่ำกว่า 10,000 บาท อีกทั้งมีวิธีการชำระเงินในการซื้ออุปกรณ์ระดับขนดด้วยบัตรเครดิต มีการประเมินทางเลือกที่ทำให้ตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับขนด คือ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงความพึงพอใจภายหลังการซื้ออุปกรณ์ระดับขนด และความต้องการภายหลังการซื้ออุปกรณ์ระดับขนด คือการรับประกันสินค้า

อภิญา เขมวารากรณ์ (2552) ได้ศึกษาด้านส่งเสริมการขาย มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า บริษัท เค.พี. ฮอนด้า จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญสูงสุด รองลงมา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย,ด้านราคา และด้านส่งเสริมการขายตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Marketing mix หรือ 4 P's) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ (สุดาตวง เรืองรุจิระ 2543:29) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดหมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยได้ ทำการศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อาชีพ และระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านธุรกิจบริการ องค์ประกอบของการให้บริการ (Service element) ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการเข้าใช้บริการ (Price) ด้านสถานที่ให้บริการ (Place) ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ (Promotion) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (People) ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ในการให้บริการ (Physical Evidence and Presentation) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบล โชคชัยมีวิธีในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ซึ่งมีวิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของการสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ได้เน้นเฉพาะผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มาใช้บริการ โดยจะทำการศึกษาในองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยมีขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ศึกษางานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งจากหนังสือ และบทความทางวิชาการ เพื่อเรียบเรียงความสำคัญของปัญหาการวิจัย
2. กำหนดวัตถุประสงค์ และสมมุติฐานงานวิจัย
3. พัฒนารอบแนวคิดงานวิจัย
4. ระบุประชากรเป้าหมายที่จะทำการศึกษา กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งเลือกสถานที่ที่จะทำการวิจัย
5. สร้างและพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย รวมทั้งห้ประสิทธิภาพของเครื่องมือ
6. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
7. วิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมุติฐานงานวิจัย
8. สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัย
9. นำเสนอข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ประโยชน์และพัฒนางานวิจัยครั้งต่อไป

3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

3.2.1 ประชากร

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย คือ ประชาชน เฉพาะผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มาใช้บริการ โดยจะทำการศึกษาในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย อำเภอโชคชัย จังหวัด มีจำนวนประชากรรวม 4,930 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2557)

3.2.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายทราบจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ 4,930 คน ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากร ในกรณีที่ประชากรมีจำนวนแน่นอน (Finite population) จากสูตรการคำนวณของ Taso Yamane (1973) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนที่แน่นอน
 e = คือความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นในรูปของสัดส่วน

เมื่อนำตัวเลขไปแทนค่าในสูตร จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ

$$n = \frac{4,930}{1+4,930(0.05)^2} = 369.98 \text{ หรือ } 370 \text{ ราย}$$

โดยที่ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้นได้ให้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในที่นี้ผู้วิจัยได้ปรับขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เป็น 370 คน

สุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

3.2.3 สถานที่เก็บข้อมูล

ในการศึกษานี้ได้กำหนดสถานที่ทำการวิจัยเป็นพื้นที่ในองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ระยะเวลาเก็บข้อมูลเดือนพฤศจิกายน 2557 ถึงเดือนพฤษภาคม 2558

3.3 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านธุรกิจบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ซึ่งแบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close ended question) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามลิเคิร์ต สเกล ซึ่งแสดงถึงระดับความพึงพอใจในแต่ละข้อคำถาม มี 5 ระดับ ดังนี้ (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2541)

ระดับคะแนน 5	มีความพึงพอใจ ในระดับมากที่สุด
ระดับคะแนน 4	มีความพึงพอใจ ในระดับมาก
ระดับคะแนน 3	มีความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง
ระดับคะแนน 2	มีความพึงพอใจ ในระดับน้อย
ระดับคะแนน 1	มีความพึงพอใจ ในระดับน้อยที่สุด

สำหรับการกำหนดเกณฑ์ในการวัด ระดับความพึงพอใจ ใช้วิธีการนำคะแนนสูงสุดลบคะแนนต่ำสุด และหารด้วยจำนวนชั้น ตามหลักสถิติการวัดการกระจายข้อมูล เพื่อให้ได้ความกว้างของอันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชบัญชา, 2546) โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

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

การกำหนดเกณฑ์ดังกล่าว ได้ความกว้างของชั้น เท่ากับ 0.8 สามารถนำมากำหนดเกณฑ์โดยละเอียดมากยิ่งขึ้นในการอธิบายความหมายของระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ตามช่วงคะแนนดังนี้

- ช่วงคะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
- ช่วงคะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก
- ช่วงคะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
- ช่วงคะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย
- ช่วงคะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นลักษณะแบบสอบถามที่เป็นแบบเปิด (Open ended question) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นที่เป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องวิจัย อย่างเป็นอิสระ

3.4 การสร้างเครื่องมือในการศึกษา

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย และแนวคิดเกี่ยวกับงานวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย
2. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย โดยให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมุติฐานของงานวิจัย โดยเรียงลำดับตามลักษณะของคำถามและแยกเป็นหมวดหมู่ตามแนวคิดของงานวิจัย
3. สุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มประชาชนที่ เพื่อให้ได้คำตอบในการนำมาเป็นแนวทางในการตั้งคำถามและการปรับปรุงคำถามในแบบสอบถามให้ถูกต้อง
4. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง
5. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นเสนอเพื่อ ทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) จากผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน ได้แก่ รศ.ดร.ขวัญกมล ดอนขวา อาจารย์ประจำวิชาเทคโนโลยีการจัดการสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และ รศ.ดร.พรศิริ จงกล อาจารย์ประจำสาขาวิศวกรรมอุตสาหการ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
6. ทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ตามข้อที่ 5

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data sources) และจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data sources) ดังต่อไปนี้

3.5.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากพื้นที่เป้าหมาย รวมทั้งสิ้น 4,930 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ 370 ราย ทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากร เพื่อให้ได้ตัวแทนที่ดีของประชากรเป้าหมาย

3.5.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลจากประชาชนที่มาใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย และได้ทำการจัดเก็บรวบรวมไว้ อีกทั้งได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จาก เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสืบค้นข้อมูลออนไลน์

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานที่กำหนดไว้ ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการ ใช้สถิติ F-test

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามจำนวน 370 ชุด จากข้อมูลที่ได้รับรวมนั้นได้นำมาประมวลผลและวิเคราะห์ผลข้อมูลสามารถสรุปได้ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย
- 4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยที่แตกต่างกัน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคลจำนวน	(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	175	47.30
หญิง	195	52.70
รวม	370	100.00
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	38	10.27
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	61	16.49
ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ	15	4.05
ค้าขาย/อาชีพอิสระ	56	15.14
นักเรียน/นักศึกษา	28	7.56
รับจ้างทั่วไป	87	23.52
เกษตรกร	75	20.27
อื่นๆ	10	2.70
รวม	370	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลจำนวน	(คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	113	30.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	50	13.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย	90	24.30
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	41	11.10
ปริญญาตรี	63	17.00
สูงกว่าปริญญาตรี	13	3.50
รวม	370	100.00
ส่วนงานที่มาใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย		
สำนักงานปลัด	87	21.64
กองคลัง	120	29.85
กองช่าง	118	29.35
ส่วนการศึกษา	77	19.16
รวม	402	100.00

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านเพศพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 และเป็นเพศชาย จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70

ด้านอาชีพพบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 23.52 รองลงมาคืออาชีพเกษตรกร จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 20.27 ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.49 ค้าขาย/อาชีพอิสระ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 15.14 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.27 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.56 ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.05 อื่น ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ

ด้านการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30

และระดับปริญญาตรี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.10 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

ด้านส่วนงานที่มาใช้บริการขององค์การบริหารส่วน ตำบลโชคชัย พบว่า ส่วนใหญ่มาใช้บริการกองคลัง จำนวน 120 คน ร้อยละ 29.85 รองลงมาคือกองช่าง จำนวน 118 คน ร้อยละ 29.35 และสำนักงานปลัด จำนวน 87 คน ร้อยละ 21.64 และส่วนการศึกษา จำนวน 77 คน ร้อยละ 19.16

4.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย

ผลการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยโดยวิเคราะห์ในภาพรวมของแต่ละตัวแปรมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ ด้านองค์ประกอบของการให้บริการ

องค์ประกอบของการให้บริการ (Service element)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับ ที่
มีการให้บริการที่หลากหลาย	3.88	0.83	มาก	1
ความถูกต้องตรงตามความต้องการของ ผู้ใช้บริการ	3.74	0.79	มาก	2
ขั้นตอนการให้บริการชัดเจน	3.74	0.88	มาก	2
รวม	3.78	0.74	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาข้อมูลคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย โดยภาพรวมพบว่า ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจ ด้านองค์ประกอบของ

การให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$) เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับความพึงพอใจมากไปหาน้อย ปัจจัยด้านมีการให้บริการที่หลากหลายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$) รองลงมาปัจจัยด้านความถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$) และปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการเข้าใช้บริการ

ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการเข้าใช้บริการ (Price)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับ ที่
ค่าธรรมเนียมการเข้าใช้บริการ	3.64	0.85	มาก	1
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการ อปต. โชคชัย	3.61	0.88	มาก	2
รวม	3.62	0.80	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาข้อมูลคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย โดยภาพรวมพบว่า ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการเข้าใช้บริการ โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$) เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเข้าใช้บริการ ไว้สูงที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.64$) รองลงมาปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.61$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ ด้านสถานที่ให้บริการ

สถานที่ให้บริการ (Place)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับ ที่
สถานที่ตั้งของหน่วยงานสะดวกในการเดินทาง มารับบริการ	3.92	0.86	มาก	1
มีป้ายบอกทางเข้า อบต.โชคชัยอย่างชัดเจน	3.84	0.89	มาก	3
การเดินทางเข้าใช้บริการ อบต.โชคชัย เช่น ถนนเข้า-ออกสะดวก	3.88	0.86	มาก	2
ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ โรงอาหาร โทรศัพท์ สาธารณะ ที่นั่งคอยรับบริการ	3.78	0.90	มาก	4
รวม	3.85	0.74	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาข้อมูลคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย โดยภาพรวมพบว่า ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่ให้บริการพบว่า โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.85) เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของหน่วยงานสะดวกในการเดินทางมารับบริการ ivo สูงที่สุดอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.92) รองลงมาปัจจัยการเดินทางเข้าใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย เช่น ถนนเข้า-ออกสะดวก อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.88) ปัจจัยด้านมีป้ายบอกทางเข้าองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.84) และปัจจัยด้านความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ โรงอาหาร โทรศัพท์สาธารณะ ที่นั่งคอยรับบริการอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ (Promotion)

ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ (Promotion)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับ ที่
มีป้ายประชาสัมพันธ์ชัดเจนและเข้าใจง่าย	3.77	0.93	มาก	1
ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย	3.57	1.00	มาก	3
การให้บริการเคลื่อนที่ (อบต.เคลื่อนที่)	3.68	0.92	มาก	2
รวม	3.67	0.86	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาข้อมูลคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย โดยภาพรวมพบว่า ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจ ด้านส่งเสริมการตลาดบริการโดย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.67) เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ปัจจัยด้านมีป้ายประชาสัมพันธ์ชัดเจนและเข้าใจง่าย ว่างที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =3.77) รองลงมาปัจจัยด้านการให้บริการเคลื่อนที่ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.68) และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.57) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (People)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับ ที่
ความสุภาพกิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ผู้ ให้บริการ	3.91	0.82	มาก	2

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ(People)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับ ที่
ความเอาใจใส่กระตือรือร้นและความพร้อมใน การให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.85	0.81	มาก	3
เจ้าหน้าที่ให้บริการต่อผู้รับบริการเหมือนกันทุก รายโดยไม่เลือกปฏิบัติ	3.80	0.85	มาก	4
เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่นการตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัยให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้	3.92	0.77	มาก	1
รวม	3.87	0.72	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาข้อมูลคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย โดยภาพรวมพบว่า ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.87) เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปหาน้อยปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่นการตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำช่วยแก้ปัญหาได้ ไว้สูงที่สุดในระดับมากที่สุด (\bar{X} =3.92) รองลงมาปัจจัยด้านความสุภาพกิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.91) ความเอาใจใส่กระตือรือร้นและความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.85) และปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการต่อผู้รับบริการเหมือนกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ (Physical Evidence and Presentation)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับที่
พนักงานแต่งกายสุภาพตามความเหมาะสม	4.06	0.82	มาก	1
มีการแบ่งส่วนงานชัดเจนในการให้บริการ	3.98	0.77	มาก	2
การพูดจาไพเราะของพนักงานผู้ให้บริการ	3.93	0.80	มาก	3
รวม	3.98	0.71	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาข้อมูลคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย โดยภาพรวมพบว่า ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการพบว่า โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ปัจจัยด้านพนักงานแต่งกายสุภาพตามความเหมาะสม ไว้สูงที่สุดที่สุดในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.06$) รองลงมาปัจจัยด้านมีการแบ่งส่วนงานชัดเจนในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) และปัจจัยด้านการพูดจาไพเราะของพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับ ที่
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความคล่องตัว	3.90	0.83	มาก	1
ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.86	0.82	มาก	3
ความชัดเจนในการอธิบายชี้แจงและแนะนำขั้นตอนในการให้บริการ	3.89	0.85	มาก	2
รวม	3.88	0.75	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษาข้อมูลคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย โดยภาพรวมพบว่า ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.88) เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความคล่องตัว ไว้สูงที่สุดในระดับมากที่สุด (\bar{X} =3.90) รองลงมาปัจจัยด้านความชัดเจนในการอธิบายชี้แจงและแนะนำขั้นตอนในการให้บริการอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.89) และปัจจัยด้านความรวดเร็วในการให้บริการอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ	ลำดับ ที่
ด้านองค์ประกอบของการให้บริการ	3.78	0.74	มาก	5
ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆในการเข้าใช้บริการ	3.62	0.79	มาก	7
ด้านสถานที่ให้บริการ	3.85	0.74	มาก	4
ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ	3.67	0.86	มาก	6
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.87	0.72	มาก	3
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในการให้บริการ	3.98	0.71	มาก	1
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.88	0.75	มาก	2
รวม	3.81	0.62	มาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษาข้อมูลคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย โดยภาพรวมพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.81)เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงตามระดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการไว้สูงที่สุดในระดับมากที่สุด (\bar{X} =3.98) รองลงมาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.88)ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.87) ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการอยู่ระดับมาก (\bar{X} =3.85) ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการให้บริการ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.78) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดบริการอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.67) และปัจจัยด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆในการเข้าใช้บริการอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.62) ตามลำดับ

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน: ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยที่ไม่แตกต่างกัน ณ. ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยที่แตกต่างกัน ณ. ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในภาพรวมของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ	ระดับการศึกษา	(\bar{X})	S.D.	F.	Sig.
ด้านองค์ประกอบของการให้บริการ	ประถมศึกษา	3.60	.755	3.203	.008*
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.86	.631		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.84	.739		
	อนุปริญญา	3.66	.752		
	ปริญญาตรี	3.98	.747		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.05	.664		
ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆในการเข้าใช้บริการ	ประถมศึกษา	3.44	.857	2.014	.076
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.73	.836		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.68	.770		
	อนุปริญญา	3.68	.772		
	ปริญญาตรี	3.76	.676		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.53	.660		
ด้านสถานที่ให้บริการ	ประถมศึกษา	3.57	.783	6.057	.000*
	มัธยมศึกษาตอนต้น	4.05	.598		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.91	.699		
	อนุปริญญา	3.80	.775		
	ปริญญาตรี	4.03	.645		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.26	.607		

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านการบริการ	ระดับการศึกษา	(\bar{X})	S.D.	F.	Sig.
ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ	ประถมศึกษา	3.43	.850	3.162	.008*
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.70	.771		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.82	.804		
	อนุปริญญา	3.65	.844		
	ปริญญาตรี	3.79	.872		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.02	1.174		
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	ประถมศึกษา	3.66	.754	3.045	.010*
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.97	.668		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.96	.670		
	อนุปริญญา	3.85	.754		
	ปริญญาตรี	4.00	.704		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.05	.434		
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพใน การให้บริการ	ประถมศึกษา	3.80	.797	3.293	.006*
	มัธยมศึกษาตอนต้น	4.10	.532		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.05	.688		
	อนุปริญญา	3.88	.709		
	ปริญญาตรี	4.12	.711		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.33	.360		
ด้านกระบวนการให้บริการ	ประถมศึกษา	3.60	.784	5.091	.000*
	มัธยมศึกษาตอนต้น	4.08	.665		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.02	.702		
	อนุปริญญา	3.92	.743		
	ปริญญาตรี	4.01	.768		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.94	.558		

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทาง	ระดับการศึกษา	(\bar{X})	S.D.	F.	Sig.
การตลาดด้านการบริการ					
ภาพรวม	ประถมศึกษา	3.58	.665		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.94	.480		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.90	.569	5.176	.000*
	อนุปริญญา	3.78	.634		
	ปริญญาตรี	3.96	.581		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.03	.528		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยจำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ในการทดสอบพบว่า

คุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ภาพรวมมีค่า Sig. ที่เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยที่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

คุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการเข้าใช้บริการ มีค่า Sig. ที่เท่ากับ 0.76 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยที่ไม่แตกต่างกันในด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการเข้าใช้บริการ

ในขณะที่ด้านองค์ประกอบการให้บริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด บริการ ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพในการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่า Sig. ที่เท่ากับ 0.008, 0.000, 0.008, 0.010, 0.006 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล

โซคซัยที่แตกต่างกัน ในด้านองค์ประกอบการให้บริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านการรสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพในการให้บริการ และด้านกระบวนการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโซคซัย ด้านองค์ประกอบการให้บริการจำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.60	3.86	3.84	3.66	3.98	4.05
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	3.60	-	0.26	0.24	0.06	0.38*	0.44
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.86	-	-	0.02	0.20	0.12	0.18
มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.84	-	-	-	0.17	0.14	0.20
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.66	-	-	-	-	0.32	0.38
ปริญญาตรี	3.98	-	-	-	-	-	0.06
สูงกว่าปริญญาตรี	4.05	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโซคซัย ด้านองค์ประกอบการให้บริการจำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาต่างๆ มีระดับ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านองค์ประกอบการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านองค์ประกอบการให้บริการมากกว่ากลุ่มการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านสถานที่ให้บริการ จำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.57	4.05	3.91	3.80	4.03	4.26
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	3.57	-	0.47*	0.33*	0.22	0.45*	0.68
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.05	-	-	0.13	0.25	0.01	0.21
มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.91	-	-	-	0.11	0.11	0.34
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.80	-	-	-	-	0.23	0.46
ปริญญาตรี	4.03	-	-	-	-	-	0.23
สูงกว่าปริญญาตรี	4.26	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านสถานที่ให้บริการ จำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ด้านสถานที่ให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น กลุ่มการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจคุณภาพการให้บริการด้านสถานที่ให้บริการมากกว่ากลุ่มการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ จำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.43	3.70	3.82	3.65	3.79	4.02
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	3.43	-	0.26	0.39	0.22	0.36	0.59
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.70	-	-	0.12	0.04	0.09	0.32
มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.82	-	-	-	0.16	0.02	0.20
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.65	-	-	-	-	0.14	0.36
ปริญญาตรี	3.79	-	-	-	-	-	0.22
สูงกว่าปริญญาตรี	4.02	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.13 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ จำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาต่างๆ มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะมีความแตกต่างในระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการด้านการส่งเสริมการตลาดให้บริการไม่มากนัก จนแทบไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ จำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.66	3.97	3.96	3.85	4.00	4.05
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	3.66	-	0.30	0.29	0.19	0.33	0.39
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.97	-	-	0.01	0.11	0.02	0.08
มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.96	-	-	-	0.10	0.04	0.96
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.85	-	-	-	-	0.14	0.19

ปริญญาตรี	4.00	-	-	-	-	-	0.05
สูงกว่าปริญญาตรี	4.05	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.14 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ จำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาต่าง ๆ มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านบุคลากรที่ให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะมีความแตกต่างในระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการด้านบุคลากรที่ให้บริการไม่มากนัก จนแทบไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ จำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.80	4.10	4.05	3.88	4.12	4.33
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	3.80	-	0.30	0.25	0.08	0.31	0.53
สูงกว่า							
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.10	-	-	0.04	0.22	0.01	0.22

มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.05	-	-	-	0.17	0.06	0.27
อนุ ป ริ ญ ญา ห รื อ เทียบเท่า	3.88	-	-	-	-	0.23	0.44
ปริญญาตรี	4.12	-	-	-	-	-	0.21
สูงกว่าปริญญาตรี	4.33	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.15 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ จำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่พบว่า ระดับการศึกษาต่างๆ มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะมีความแตกต่างในระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการไม่มากนัก จนแทบไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
\bar{X}	3.60	4.08	4.02	3.92	4.01	3.94

ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	3.60	-	0.47*	0.42*	0.32	0.40*	0.34
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.08	-	-	0.05	0.15	0.06	0.13
มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.02	-	-	-	0.09	0.01	0.07
อนุ ปร ิ ญ ญา หรือ เทียบเท่า	3.92	-	-	-	-	0.08	0.02
ปริญญาตรี	4.01	-	-	-	-	-	0.06
สูงกว่าปริญญาตรี	3.94	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามสภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายกลุ่ม พบว่า ระดับการศึกษาต่างๆ มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น, ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจคุณภาพการให้บริการด้านกระบวนการให้บริการ มากกว่ากลุ่มการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชน ขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่สำคัญคือ 1. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย และ 2. วิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย โดยงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนที่อยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย จำนวน 370 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 อาชีพรับจ้างทั่วไป และเกษตรกรในจำนวนสูงสุดถึงร้อยละ 23.52 และร้อยละ 20.27 ตามลำดับ อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาถึงร้อยละ 30.50 ในการเข้าใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย มักคิดต่อขอใช้บริการจากกองคลังและกองช่างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.85 และร้อยละ 29.35 ตามลำดับ ผลการศึกษาสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

5.1.1 ผลสรุปการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยโดยภาพรวมพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3.81 เมื่อพิจารณารายปัจจัยเรียงตามระดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ ไร้สูงที่สุดในระดับมากที่สุด 3.98 รองลงมาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการให้บริการ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดบริการและปัจจัยด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการเข้าใช้บริการ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.88 3.87 3.85 3.78 3.67 3.62 ตามลำดับ

5.1.2 ผลสรุปวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาที่แตกต่างมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยในด้านองค์ประกอบการให้บริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยที่ระดับการศึกษาที่ต่างกันไม่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยในด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการเข้าใช้บริการ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย สามารถอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 5.2.1 ผลสรุปการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดแตกต่างจาก อภิญญา เบญจวรรณ (2552) ที่พบว่าด้านองค์ประกอบการให้บริการ ของบริษัท เค.พี. ฮอนด้า จำกัด มีระดับความพึงพอใจสูงสุด
- 5.2.2 ผลสรุปวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย พบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมแตกต่างกันด้วย ในปัจจัยด้านองค์ประกอบของการให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการยกเว้นด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการเข้าใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทรพีญ์ ตูเทศานันท์ (2542) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา มีผลต่อระดับคุณภาพการให้บริการของสถานธนาถนุบาลเทศบาลในประเทศไทย

5.3 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยมีข้อเสนอแนะที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

- (1) ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย สามารถนำข้อมูลมาปรับใช้กับการให้บริการแก่ประชาชนในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ เช่น พนักงานแต่งกายสุภาพตามความเหมาะสม แบ่งส่วนงานอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหน้าที่ให้บริการควรพูดจาไพเราะ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยก็ควรให้ความสำคัญในองค์ประกอบการให้บริการ ด้านราคาและ

ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการเข้าใช้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการด้านส่งเสริมการตลาด บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ เพราะองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยเป็นหน่วยงานที่ให้บริการต่อประชาชนโดยตรง ดังนั้นประชาชนที่มาใช้บริการควรได้รับความพึงพอใจ ในทุกด้านของปัจจัยการให้บริการ

- (2) ผลสรุปวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาที่แตกต่างมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ในด้านองค์ประกอบการให้บริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการที่แตกต่างกัน ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการเข้าใช้บริการอีกทั้งยังพบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี จะมีระดับความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย มากกว่ากลุ่มการศึกษาระดับประถม ดังนั้นเพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจ แก่กลุ่มประชาชนที่มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยควรให้บริการโดยภาพรวมอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าประชาชนที่อาศัยอยู่ในองค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัยจะมีระดับการศึกษาอย่างไร

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อยอด

- (1) การทำวิจัยในประเด็นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ดังนั้นการทำวิจัยต่อยอดควรนำทฤษฎีอื่น ๆ มาทำการศึกษา เช่น ทฤษฎีคุณภาพการบริการ ของ Parasuraman and Berry (1988) มาทำการวิจัยต่อไป เป็นต้น
- (2) ควรทำการวิจัยเปรียบเทียบระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลทุกแห่งในอำเภอโชคชัย ในการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับโดยใช้แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จะทำให้มองเห็นภาพรวมของการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอโชคชัย และสามารถนำผลวิจัยไปพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา อรุณสุขรุจี. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์
การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่. คณะเกษตรศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กจิวิธิ รัตนแก้ว. (2544). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานที่ดิน
จังหวัดเชียงใหม่ สาขาสันทราย. วิทยานิพนธ์การศึกษารัฐศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไกรฤกษ์ พัฒนพงษ์ไพบูลย์. (2548). ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความจงรักภักดี
และแนวโน้มพฤติกรรมการณ์ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อโตโยต้าของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพฯ. สาขาธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- คณิต ดวงหัตถ์. (2537). สุขภาพจิตกับความพึงพอใจในงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวนใน
เขต เมืองและเขตชนบทของจังหวัดขอนแก่น, วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- คอตเลอร์, พี. และอาร์มสตรอง, จี. (2545). หลักการตลาด. (วารุณี ต้นดวงศ์วาณิช และคณะ,แปล).
กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- จรรยา เขียมหาทรัพย์. (2554). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของห้างคาร์ฟูร์ สาขา
เชียงใหม่. คั่นคว้าอิสระเชิงนิพนธ์ (สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จันทร์เพ็ญ ตูเทศานันท์. (2542). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของสถานธนาบาล
ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทวีพงษ์ หินคำ. (2541). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการควบคุมการจราจรด้วยระบบ
คอมพิวเตอร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การคั่นคว้าแบบอิสระรัฐศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธनिया ปัญญาแก้ว. (2541). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของข้าราชการครู ในจังหวัด
เชียงใหม่. การคั่นคว้าแบบอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธงชัย สันติวงศ์. (2540). การบริหารงานบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

- บุญเลิศ บุญปกรณ์. (2546). ความพึงพอใจของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ต่อผู้บริหารเทศบาลนครเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (สาขาการเมืองการปกครอง)มหา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มาวิภา อัสวจำรูญ. (2552). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออุปกรณ์ประดับยนต์ในอำเภอเชียงใหม่. (สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิทย์ เทียงบุญธรรม (2541).ความพึงพอใจในการรับบริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิลาสินี พิมพ์ไพบูลย์. (2544). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรบัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรัตน์ ตูลยานันต์. (2546). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้าเครื่องโทรศัพท์มือถือในเขตจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์,ศุภร เสรีรัตน์,องอาจ ปทะวานิช และปริญู ลักษิตานนท์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด
- สายจิตร สุขสงวน. (2546). พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการหอสมุดกองทัพอากาศของข้าราชการทหารอากาศ. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุรัชย์ รัชตประทาน. (2546). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ สาขาสารภี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (สาขาการเมืองการปกครอง), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เสรี วงษ์มณฑา.(2542).กลยุทธ์การตลาด:วางแผนการตลาด.กรุงเทพฯ:ดวงกมลสมัย.
- อภิญา เขมวารภรณ์. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของลูกค้า บริษัท เค.พี.ฮอนด้า จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามงานวิจัย



แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง คุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย

คำแนะนำ

แบบสอบถามมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย และเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย ดังนั้น การให้ข้อมูลตามความเป็นจริงเกี่ยวกับความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์ในการนำไปปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้บริการประชาชน โดยข้อมูลของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำเสนอสรุปในภาพรวมเชิงวิชาการเท่านั้น

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามฉบับนี้

นายเอกศักดิ์ แกรงกระโทก

หลักสูตร การบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง หน้าข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ
 1. ชาย
 2. หญิง

2. อาชีพ

1. <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2. <input type="checkbox"/> ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท
3. <input type="checkbox"/> ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ	4. <input type="checkbox"/> ค้าขาย/อาชีพอิสระ
5. <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา	6. <input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป
7. <input type="checkbox"/> เกษตรกร	8. <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ระดับการศึกษา

1. <input type="checkbox"/> ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	2. <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น
3. <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย	4. <input type="checkbox"/> อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
5. <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	6. <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี

4. ที่ผ่านมาท่านเคยไปรับบริการในส่วนขององค์การบริหารส่วนตำบลโชคชัย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. <input type="checkbox"/> สำนักปลัด	2. <input type="checkbox"/> กองคลัง
3. <input type="checkbox"/> กองช่าง	4. <input type="checkbox"/> ส่วนการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. องค์ประกอบของการให้บริการ (Service element)					
1.1 มีการให้บริการที่หลากหลาย					
1.2 ความถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ					
1.3 ขั้นตอนการให้บริการชัดเจน					
2. ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการเข้าใช้บริการ (Price)					
2.1 ค่าธรรมเนียมการเข้าใช้บริการ					
2.2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการ อบรม, วิชาชีพ					
3. สถานที่ให้บริการ (Place)					
3.1 สถานที่ตั้งของหน่วยงานสะดวกในการเดินทางมารับบริการ					
3.2 มีป้ายบอกทางเข้า อบรม, วิชาชีพ อย่างชัดเจน					
3.3 การเดินทางเข้าใช้บริการ อบรม, วิชาชีพ เช่น ถนนเข้า-ออกสะดวก					
3.4 ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ โรงอาหาร โทรศัพท์สาธารณะ ที่นั่งคอยรับบริการ					
4. ด้านส่งเสริมการตลาดบริการ (Promotion)					
4.1 มีป้ายประชาสัมพันธ์ ชัดเจนและเข้าใจง่าย					
4.2 ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย					
4.3 การให้บริการเคลื่อนที่ (อบรม, เคลื่อนที่)					
5. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (People)					
5.1 ความสุภาพ กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
5.2 ความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
5.3 เจ้าหน้าที่ให้บริการต่อผู้รับบริการเหมือนกันทุกราย โดยไม่เลือกปฏิบัติ					
5.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ เช่น การตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้					
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ (Physical Evidence and Presentation)					
6.1 พนักงานแต่งกายสุภาพตามความเหมาะสม					
6.2 มีการแบ่งส่วนงานชัดเจนในการให้บริการ					
6.3 การพูดจาไพเราะของพนักงานผู้ให้บริการ					
7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
7.1 ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีความคล่องตัว					
7.2 ความรวดเร็วในการให้บริการ					
7.3 ความชัดเจนในการอธิบาย ชี้แจง และแนะนำขั้นตอนในการให้บริการ					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

นายเอกศักดิ์ แกรงกระทอก เกิดวันที่ 24 กรกฎาคม 2526 ที่อยู่ 10/1 หมู่ที่ 2 ตำบลพลับพลา อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา ประวัติการศึกษา พ.ศ.2547 สำเร็จการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาช่างโยธา วิทยาลัยเทคนิคนครราชสีมา พ.ศ.2551 สำเร็จการศึกษาวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน (นครราชสีมา) พ.ศ.2556 ศึกษาต่อปริญญาโท สาขาบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ประวัติการทำงาน พ.ศ. 2551 รับราชการ ตำแหน่งนายช่างโยธา ระดับ 2 องค์กรบริหารส่วนตำบลมารวิชัย อำเภอสวน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ.2554 รับราชการ ตำแหน่งวิศวกรโยธา ระดับ 3 เทศบาลตำบลท่าเยี่ยม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา ปัจจุบัน รับราชการ ตำแหน่งวิศวกรโยธา ระดับ 5 องค์กรบริหารส่วนตำบลลำทะเมนชัย อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา

