



 **JBURUS** วารสารบริหารธุรกิจ
ราชภัฏเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
JOURNAL of Business Administration
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2

พฤษภาคม - สิงหาคม 2568

Vol. 2 No. 2

May - August 2025

ISSN 3088-1242 (Online)



คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ



jburus2@gmail.com



035-242-213



JBU**RUS**

วารสารบริหารธุรกิจ
ราชวมงคลสุวรรณภูมิ

JOURNAL of Business Administration
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2568)

Vol.2 No.2 (May – August 2025)

วัตถุประสงค์

วารสารบริหารธุรกิจราชวมงคลสุวรรณภูมิ เป็นวารสารราย 4 เดือน รับผิดชอบและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการในมิติด้านบริหารธุรกิจ การจัดการองค์กรภาครัฐและภาคธุรกิจ การจัดการอุตสาหกรรม การบริหารเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารการปฏิบัติการ การตลาด การตลาดดิจิทัล การบัญชี การเงินและการลงทุน เศรษฐศาสตร์ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทาน การจัดการนวัตกรรมบริการ รวมถึงการวิเคราะห์ปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ลักษณะของบทความที่จะนำลงตีพิมพ์ ได้แก่ บทความพิเศษ (Special Article) บทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) บทความปริทรรศน์ (Review Article)

บทความที่ได้รับการตีพิมพ์จะต้องได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการก่อนตีพิมพ์ ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Review) อย่างน้อย 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาการที่เกี่ยวข้อง ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind Peer Review) เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยรับพิจารณาตีพิมพ์ต้นฉบับของบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ผลงานที่ส่งมาจะต้องไม่เคยเสนอหรือกำลังตีพิมพ์ในวารสารวิชาการใดมาก่อน

ทัศนะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสารบริหารธุรกิจราชวมงคลสุวรรณภูมิ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น และไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

วารสารบริหารธุรกิจราชวมงคลสุวรรณภูมิ มีกำหนดออกเผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน

ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม

ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน-ธันวาคม

คณะกรรมการอำนวยการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์	เอ็มอักษร	คณบดี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
อาจารย์อโณทัย	ทิพนตร	รองคณบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุกัญญา	เจริญกิจฉนลาม	รองคณบดี
อาจารย์ปราชน์	พวงเงิน	รองคณบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นวพร	รัตนบุรี	รองคณบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภกิจ	พัชรประเสริฐ	รองคณบดี
อาจารย์ธันธร	จงศิริธิตศักดิ์	รองคณบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศินันท์	ศาสตร์สาระ	ผู้ช่วยคณบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร	ภาศิณาย	ผู้ช่วยคณบดี

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญาดา	รินสุข	บรรณาธิการ
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์	สำราญ	รองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศินันท์	ศาสตร์สาระ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐพันธ์	มีมุข

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นวพร	รัตนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร	ภาศิณาย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารารัตน์	โพธิ์ประจักษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์เพ็ญ วรรณารักษ์	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมา	ตรีมงคล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศินันท์	ศาสตร์สาระ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐพันธ์	มีมุข
นางสาวเกวรี	ทรัพย์ประเสริฐ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.จำเนียร	จวงตระกูล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์	สังข์รักษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กัลยารัตน์	ธีระชนชัยกุล	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร	บุญเลิศอุทัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนากร	ธนาธารชูโชติ	มหาวิทยาลัยชินวัตร
รองศาสตราจารย์ ดร.เนตรพัฒนา	ยาวิราช	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์	ศิริวงศ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.วิภาส	ทองสุทธิ	วิทยาลัยนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ	วิจิตรพัชรภรณ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.อนุวัฒน์	ภักดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
รองศาสตราจารย์ ญญ.ดร.อโณทัย	งามวิชัยกิจ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์	โสภณธรรมภาณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุสุมา	คำพิทักษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา	แสนสุข	นักวิชาการอิสระ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชิตชนุ	ภักดีวานิช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชูลีพร	ลักขณาพิพัฒน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐสพันธ์	เผ่าพันธ์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารารัตน์	สุขแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทนพ.นพดล	พันธุ์พานิช	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีป	พีชทองหลาง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผกามาศ	บุตรสาลี	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม	สุธาทร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรธนิภา	อนุรักษากรกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรวรรณ	นันทแพทย์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรัทยา	ชินกรรม	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์	เจษฎาลักษณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรักษ์	อริคมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ	บุญเจริญ	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ	ปรักทยานนท์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณา	สายรวมญาติ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรวรรณ	เชื้อเมืองพาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารยา	อิงไพบลุย์กิจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิธิพน	ทองวาสนาส่ง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
อาจารย์ ดร.ชูพงษ์	พันธุ์แดง	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
อาจารย์ ดร.เพ็ญศรี	บางบอน	มหาวิทยาลัยทักษิณ
อาจารย์ ดร.เอกรา	ทุมพล	มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก (ต่อ)

Asst. Prof. Dr. Jonathan Moss	Senior Lecturer, Quantitative Economics University of New England (UNE) Business School University of New England, Australia
Asst. Prof. Dr. Jonathan Moss	Senior Lecturer, Quantitative Economics University of New England (UNE) Business School University of New England, Australia

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวิทย์ เจริญกิจฉนลาภ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ สำราญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร ภาคิณาย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขตต์ เลิศวิวัฒน์พงษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์เพ็ญ วรรณารักษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารารัตน์ โพธิ์ประจักษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร รัตนบุรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมพงศ์ กุ๊กแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมา ตริ่มงคล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรเทพ แก้วเชื้อ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญดา รื่นสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วสุธิดา นุริตมนต์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริรัตน์ สัยวุฒิ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรนุช ฐิติวิริยะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อดิศักดิ์ วรรณะภูติ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐพันธ์ มีมุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

จัดเตรียมต้นฉบับ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไสรยา สุภาพล
นางสาวภาวิณี นาคชุม
นางสาวเกวรี ทรัพย์ประเสริฐ

ตรวจสอบบทความภาษาอังกฤษ

อาจารย์ ดร.นพมลลี	เตชาวัชรนันท์
อาจารย์กนกวีร์	เวียงสีมา
อาจารย์รุจิภา	ธรรมลักษณ์

ตรวจสอบรูปแบบและพิสูจน์อักษร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไสรยา	สุภาพล
นางสาวภาวิณี	นาคชุ่ม
นางสาวเกวรี	ทรัพย์ประเสริฐ

ดูแลระบบวารสาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐพันธ์	มีมุข
นางสาวเกวรี	ทรัพย์ประเสริฐ

ออกแบบปก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐพันธ์ มีมุข
 เจ้าของ : คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
 19 หมู่ 3 ถนนอุททอง ตำบลท่าวาสุกรี อำเภอพระนครศรีอยุธยา
 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000
 โทร. 035-242213
<https://www.bait.rmutsb.ac.th/>

บทบรรณาธิการ

วารสารบริหารธุรกิจราชชมงคลสุวรรณภูมิ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เป็นวารสารวิชาการมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเพื่อเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการแก่นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา บุคคลทั่วไป ในมิติด้านบริหารธุรกิจ การจัดการองค์การภาครัฐและภาคธุรกิจ การจัดการอุตสาหกรรม การบริหารเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารการปฏิบัติการ การตลาด การตลาดดิจิทัล การบัญชี การเงินและการลงทุน เศรษฐศาสตร์ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทาน การจัดการนวัตกรรมบริการ รวมถึงการวิเคราะห์ปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง วารสารบริหารธุรกิจราชชมงคลสุวรรณภูมิ จัดทำขึ้นปีละ 3 ฉบับ ฉบับนี้เป็นฉบับที่หนึ่งของปีที่สอง (ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2568) มีบทความประกอบด้วย บทความวิจัย จำนวน 5 เรื่อง การพิจารณาบทความวิชาการหรือบทความวิจัยวารสารมีผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อกลั่นกรอง ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ที่มาจากมหาวิทยาลัยที่มีความหลากหลาย พิจารณาบทความไม่น้อยกว่า 3 ท่าน บทความที่ส่งเข้ามาต้องไม่มีความซ้ำซ้อนของข้อความไม่เกินร้อยละ 20 จากการตรวจสอบด้วยโปรแกรม CopyCatch ของระบบ Thaijo และผู้พิมพ์ต้องยินยอมโอนลิขสิทธิ์ให้แก่วารสารก่อนการตีพิมพ์ และไม่นำบทความไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่นๆ หลังจากที่ได้รับการตีพิมพ์แล้ว

อนึ่ง ความคิดเห็นจากบทความวิชาการหรือบทความวิจัยแต่ละเรื่องที่น่าสนใจในวารสารฉบับนี้ เป็นความเห็นจากผู้เขียนหรือผู้วิจัย กองบรรณาธิการมีหน้าที่เผยแพร่เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการแก่สังคมเท่านั้น

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะมอบความรู้ที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่านและสามารถติดตามอ่านได้ทางเว็บไซต์ <https://so14.tci-thaijo.org/index.php/JBURUS/index> พร้อมนี้ ใครขอเชิญผู้สนใจส่งบทความตีพิมพ์กับวารสารบริหารธุรกิจราชชมงคลสุวรรณภูมิ (JBURUS Journal) ฉบับต่อไปเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการเผยแพร่ความรู้ร่วมกัน กองบรรณาธิการจะยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงการวิชาการอย่างต่อเนื่อง



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญาดา รื่นสุข
บรรณาธิการ

สารบัญ

บรรณาธิการ	(ข)
บทบรรณาธิการ	(ฉ)

บทความวิจัย : Research Article

● ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ลัดดาวัลย์ สำราญ, ฐิตาพร อินทรชิต, ณพัฒน์ดา ปาลวงษ์, วชิรินทร์ เหลาพรหม, สกฤษดิ์ เมืองจินดา, สุชฎทัย กาบบัวศรี, สุพัตรา กาฬภักดี, ปัญจพร พลายเพชร และโสธยา สุภาพล	1-19
● แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ในนิคมอุตสาหกรรม เขตภาคกลาง สุธิดา วัฒนอมวงษ์	20-37
● ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาลี อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ดารินทร์ อุ่อรุณ และสรวงศ์ เสวตวัฒนา	38-58
● ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษี ของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี วรรณวิษา ทองมี และจิราภรณ์ ชันทอง	59-73
● คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ รถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด กมลวิทย์ เตียววณิช และจิราภรณ์ ชันทอง	74-91

ภาคผนวก

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน	92
-----------------------	----

ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

MOTIVATIONAL FACTORS AND MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO USE LOCAL RESTAURANT SERVICES IN SUPHANBURI PROVINCE

ลัดดาวัลย์ สำราญ¹, ฐิตาพร อินทรชิต¹, ณพัตน์ตา ปาลวงษ์¹, วชรินทร์ เหลาพรหม¹, สกุรัตน์ เมืองจินดา¹
สุขฤทัย กาบบัวศรี¹, สุพัตรา กาฬภักดี¹, ปัญญพร พลายเพชร¹ และโสรัยา สุภาพล^{1*}

Laddawan Someran¹, Titaporn Intorachit¹, Napatta Palwong¹, Watcharin Laophom¹, Sakulrat Maunjinda¹,
Sookruethai Kapbuasri¹, Supattra Kalaphakdee¹, Panchaporn Plaipet¹, and Soraya Supaphol^{1*}

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ¹

Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi¹

*Corresponding Author E-mail: soraya.s@rmutsb.ac.th, 084-3838400

Received June 16, 2025; Revised July 23, 2025; Accepted Revised July 24, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ แรงจูงใจด้านอารมณ์ และแรงจูงใจด้านเหตุผล ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยแรงจูงใจ, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจใช้บริการ

Abstract

This research article aimed (1) to study the level of opinions regarding motivational factors, marketing mix factors, and the decision to use local restaurant services in Suphanburi Province, and (2) to examine the influence of motivational factors and marketing mix factors on the decision to use local restaurant services in Suphanburi Province. The sample group consisted of 400 consumers who used local restaurant services in Suphanburi Province, selected through accidental sampling. A questionnaire was employed as the data collection instrument. The statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results revealed that the respondents' opinions regarding motivational factors, marketing mix factors, and their decision to use local restaurant services in Suphanburi Province were, overall, at a high level. The hypothesis testing indicated that motivational factors—namely emotional and rational motivations—significantly influenced the decision to use local restaurant services. Furthermore, marketing mix factors—namely product, price, place, and promotion—significantly influenced the decision to use local restaurant services, at a statistical significance level of 0.05.

Keywords: Motivational factors, Marketing mix factors, Decision-making in service usage

บทนำ

อาหารถือเป็นปัจจัยที่สำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงชีวิตอยู่ของทุกคน เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน หากขาดไปก็必将ทำให้การดำรงชีวิตนั้นเป็นไปด้วยความยากลำบาก เพราะอาหารจะเป็นตัวช่วยสร้างพลังงานให้สามารถดำเนินชีวิตและทำกิจกรรมต่าง ๆ ต่อไปได้มนุษย์ทุกคนสามารถประกอบอาหารเพื่อรับประทานเองได้อีกทั้งยังสามารถหาซื้ออาหารจากที่อื่น ๆ เพื่อมารับประทานต่อได้อีกด้วย ร้านอาหารจึงถือเป็นทางเลือกอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกสบายในการแสวงหาอาหารมาเพื่อรับประทาน ร้านอาหารมีอยู่หลายประเภทแตกต่างกันไปตามความต้องการของแต่ละคน บางแห่งไม่ได้เป็นเพียงสถานที่บริการอาหารและเครื่องดื่มเท่านั้น แต่กลายเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์การติดต่อธุรกิจ การพักผ่อนหรือแสดงความยินดีในโอกาสต่าง ๆ ด้วยความหลากหลายของประเภทอาหารและบริการจึงทำให้ร้านอาหารจะต้องใส่ใจในทุกรายละเอียดของลูกค้าทุกคน จากผลสำรวจ พฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชากรไทย ในปี พ.ศ. 2560 สิ่งที่น่าสังเกตถึงเป็นอันดับแรกก่อนเลือกซื้ออาหาร คือ ความชอบมากที่สุด รองลงมาคือ

รสชาติความอยากทาน และความสะอาด คุณค่าทางโภชนาการ ความสะดวกรวดเร็ว และน้อยที่สุด คือ ราคา

จากการสำรวจธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ในปี 2561 การใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นที่มีอยู่ทั่วไปที่มุ่งตอบโจทย์การรับประทานอาหารในชีวิตประจำวัน อย่างร้านอาหารตามสั่ง ก๋วยเตี๋ยว และข้าวแกง ยังคงทรงตัว โดยร้านอาหารในกลุ่มนี้น่าจะยังคงมีรายได้หลักจากการให้บริการผู้คนทั่วไปที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับประทานอาหารในช่วงวันธรรมดา สำหรับร้านอาหารระดับบนรวมไปถึงร้านอาหารระดับกลาง อย่างร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ น่าจะยังคงมี ผู้ใช้บริการอย่างคึกคักในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์โดยผู้ประกอบการร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่ยังคงเป็นร้านอาหารที่มีการขยายสาขาร้านอาหารไปตาม ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ การขยายสาขาร้านอาหารยังเป็นการกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการ ร้านอาหารให้ความสำคัญ แม้การขยายสาขาจะเป็นการเสริมสร้างให้รายได้และภาพรวมของผู้ประกอบการขยายตัว แต่โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการขยายตัวมาจากรายได้ของสาขาที่เปิดใหม่ซึ่งเป็นผลมาจากลูกค้ามีแนวโน้มกระจายตัวใช้บริการสาขาใหม่ๆ และส่งผลต่อเนื่องให้รายได้ของสาขาเดิมลดลง หรือ เติบโตอย่างชะลอตัวลง ประกอบกับจำนวนสาขาของร้านอาหารแต่ละแบรนด์ที่เพิ่มสูงขึ้น ยังส่งผลให้การแข่งขันเป็นไปอย่างรุนแรงมากขึ้น และนำมาสู่การแข่งขันจัดโปรโมชั่นด้านราคา ซึ่งเป็นปัจจัยกดดันรายได้ตามมา สอดคล้องกับข้อมูลของเซ่นร้านอาหารที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนสาขาเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะที่ผ่านมา แต่รายได้เฉลี่ยต่อสาขายังไม่สามารถเพิ่มสูงขึ้นได้อย่างโดดเด่น

อาหารท้องถิ่นมีบทบาทในการแนะนำนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสัมผัสในรสชาติใหม่ ๆ และประเพณี วัฒนธรรมการบริโภคที่แตกต่างกันของสถานที่ท่องเที่ยว การบริโภคอาหารท้องถิ่นสามารถเป็นแรงผลักดันที่สำคัญให้กับสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นองค์กรและหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวควรมีการพิจารณาว่าอาหารเป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดโดยรวม ความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดสำหรับการบริโภคอาหารที่เป็นส่วนสำคัญในการท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับความเข้าใจในทางเลือกที่มีผลกระทบต่อแรงจูงใจด้านอาหารท้องถิ่น แต่การวิจัยส่วนน้อยได้กำหนดแรงจูงใจในสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเลือกอาหารท้องถิ่นและความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจที่เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นมีแนวความคิด 4 ประเภท ได้แก่ ด้านร่างกาย แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล สถานะและแรงจูงใจที่ได้การยกย่อง จากปัจจัยพื้นฐานที่กล่าวมาทั้ง 4 ประเภทรวมถึง 7 แรงจูงใจที่มีศักยภาพได้แก่ แสวงหาความตื่นเต้นกระแสวัฒนธรรมหนีจากสิ่งที่เป็นปฏิบัติเป็นประจำ ออกไปสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ เรียนรู้วัฒนธรรม ใส่ใจสุขภาพตนเอง ความสัมพันธ์ในครอบครัวและเพื่อน แสวงหาการยกย่องจากการท่องเที่ยวก่อนผู้อื่น การบริโภคอาหารในการท่องเที่ยวเป็นบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งในการบริโภคของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่มักถูกมองข้ามและ

ไม่ได้ถูกกล่าวถึงในวรรณกรรมการท่องเที่ยวเหตุที่ถูกละเลยเนื่องจากเป็นความคิดแบบดั้งเดิมที่ว่าอาหารเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเพราะการรับประทานอาหารเป็นกิจวัตรประจำวันของนักท่องเที่ยว จากงานวิจัยของ Fields (2002) พบว่าอาหารท้องถิ่นมีบทบาทในการผลักดันให้การท่องเที่ยวมีความสำคัญ องค์การด้านการท่องเที่ยวจึงพิจารณาใช้อาหารเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การตลาดในการท่องเที่ยว ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคอาหารและการท่องเที่ยวซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเหล่านี้คำนึงถึงในแง่ของลักษณะพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารในแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการด้านอาหารแก่นักท่องเที่ยวเป็นการบริการด้านหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นสิ่งจำเป็นที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวจะต้องบริโภคอาหารเพื่อการดำรงชีวิต ถ้าอาหารที่จัดไว้บริการไม่ปลอดภัยจนทำให้เกิดการเจ็บป่วยด้วยโรคที่เกิดจากอาหารและเครื่องดื่มจะมีผลกระทบเชิงลบอย่างรุนแรงต่อธุรกิจการท่องเที่ยวได้ และเนื่องจากจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวภายในจังหวัดได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการสำหรับธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านอารมณ์ และด้านเหตุผลประกอบด้วย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยแรงจูงใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจ คือ กระบวนการภายในที่กระตุ้นและผลักดันให้บุคคลเกิดพฤติกรรมบางอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของผู้บริโภค แรงจูงใจเป็นปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งแรงจูงใจเหล่านี้เกิดจากความต้องการหรือความปรารถนาที่ต้องการได้รับการตอบสนอง แรงจูงใจมีบทบาทสำคัญในการ กระตุ้นความสนใจ และ ชี้นำพฤติกรรมผู้บริโภค ไปสู่การ ค้นหา เลือกซื้อ และใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เช่น คุณภาพ ราคา ความสะดวก หรืออารมณ์ความรู้สึก ล้วนสามารถมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ (ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล, 2557; เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

โดยธรรมชาติแล้ว แรงจูงใจของผู้บริโภคสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ (พิบูล ทีปะपाल, 2545) 1. แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (Emotional Motivation) เช่น ความรู้สึกอยากลอง ความสุข ความคิดถึง หรือความผูกพัน 2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Motivation) เช่น ความคุ้มค่า คุณภาพสินค้า หรือประโยชน์ที่ได้รับ ซึ่งแรงจูงใจจึงเป็นแรงผลักดันภายในที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยสิ่งจูงใจภายนอก เช่น ลักษณะของสินค้า การตลาด หรือประสบการณ์ในอดีต ล้วนสามารถกระตุ้นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ เครื่องมือหรือกลยุทธ์ที่ธุรกิจใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาด โดยทั่วไปจะประกอบด้วย 4P ซึ่งได้แก่ 1. Product (ผลิตภัณฑ์) หมายถึง สินค้า หรือบริการที่นำเสนอแก่ลูกค้า อาจรวมถึงคุณภาพสินค้า รูปลักษณ์ ฟังก์ชันการใช้งาน ความหลากหลายของเมนู (ในกรณีของร้านอาหาร) บรรจุภัณฑ์ การบริการหลังการขาย 2. Price (ราคา) หมายถึง มูลค่าที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น ราคาขาย ส่วนลด การชำระเงินแบบผ่อน โปรโมชั่นพิเศษ การตั้งราคาตามกลุ่มเป้าหมาย 3. Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย) หมายถึง ช่องทางหรือวิธีที่สินค้าหรือบริการถูกส่งไปยังมือผู้บริโภค เช่น ท่าที่ตั้งของร้าน การสั่งซื้อผ่านแอปหรือออนไลน์ บริการเดลิเวอรี่ การจัดจำหน่ายผ่านตัวแทน และ 4. Promotion (การส่งเสริมการตลาด) หมายถึง วิธีการในการสื่อสารและกระตุ้นความต้องการของลูกค้า เช่น การโฆษณา (ออนไลน์หรือออฟไลน์) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การให้ส่วนลด การตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย การสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ของร้าน โดยส่วนประสมทางการตลาด คือการรวมกันของกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการขาย และการส่งเสริม ที่ช่วยให้ธุรกิจตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน และสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2549; ปรียานุช ศิริไพบูลย์ทรัพย์, 2560; ฌัชชา แงะสัมฤทธิ์ และ ชนิดา ยาระณะ, 2564)

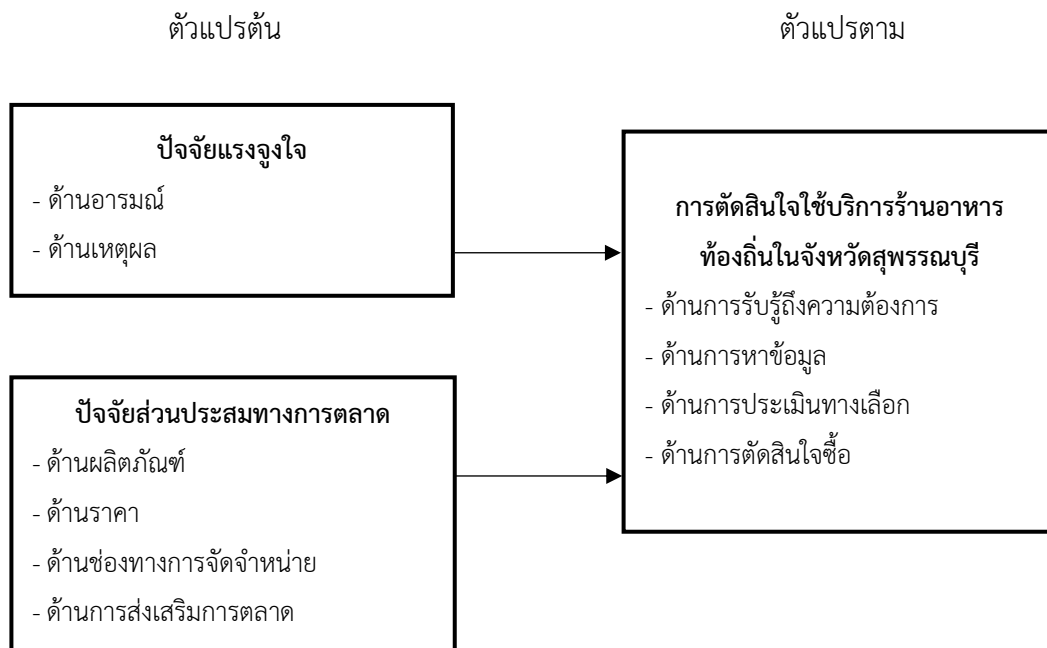
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการทางความคิดที่บุคคลใช้ในการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลายทางเลือกอย่างรอบคอบ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่ต้องการ โดยอาศัยข้อมูล ประสบการณ์ และเหตุผลประกอบกัน รวมทั้งอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในและภายนอกที่หลากหลาย และการตัดสินใจต้องอาศัยความละเอียด รอบคอบ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1. การตัดสินใจต้องมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งทาง 2. เป็นกระบวนการทางความคิดที่อาจได้รับอิทธิพลจากอารมณ์และจิตใต้สำนึก และ 3. เป็นการกระทำที่มีเป้าหมาย เพื่อให้ได้ผลสำเร็จที่ต้องการ (ธัญญธิดา รักชาติ, 2559; George, 1949; ชูชัย เทพสาร, 2546)

โดย Schiffman & Kanuk (1994) กล่าวว่า ตัวแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค (Model of Consumer Decision making) ตัวแบบนี้ จะรวมความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภค ประกอบด้วย 1. ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเผชิญกับปัญหา 2. ด้านการหาข้อมูล ขั้นตอนนี้จะเริ่มต้นเมื่อผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับความพอใจ จากการซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์ 3. ด้านการประเมินทางเลือก เป็นขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผู้บริโภคประเมินผลประโยชน์ที่จะได้รับจากแต่ละทางเลือกของผลิตภัณฑ์ที่กำลังพิจารณา และ 4. ด้านการตัดสินใจซื้อ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภครับผิดชอบการตัดสินใจตั้งแต่เริ่มต้นรู้สึกถึงความต้องการ จนถึงตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ และพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นลำดับขั้นตอนที่ซับซ้อน ซึ่งแต่ละขั้นตอนอาจได้รับอิทธิพลจากทั้งปัจจัยภายใน เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ และภายนอก เช่น สิ่งแวดล้อมทางสังคม การตลาด และประสบการณ์ที่ผ่านมา โดยความเข้าใจในกระบวนการนี้มีความสำคัญต่อธุรกิจในการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถเขียนกรอบแนวคิดในการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน เพื่อให้ข้อมูลที่ไดมามีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นผู้วิจัยเก็บจำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (Check List) ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ ด้านอารมณ์ และด้านเหตุผล (Rating Scale) จำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด (Rating scale) จำนวน 13 ข้อ จำนวน 12 ข้อ ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการตัดสินใจซื้อ (Rating scale) และส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Opened ended Question)

โดยมีเกณฑ์การวัดคะแนนแต่ละระดับความคิดเห็น คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) น้อยที่สุด (1) และการแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นที่แต่ละด้าน ดังนี้ 5.00 - 4.50 (มากที่สุด) 4.49 - 3.50 (มาก) 3.49 - 2.50 (ปานกลาง) 2.49 - 1.50 (น้อย) และ 1.49 - 1.00 (น้อยที่สุด) ทั้งนี้แบบสอบถาม มีค่าความตรงตามเนื้อหา โดยพิจารณาจากดัชนี ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index : IOC) พบว่า คำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 และแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นโดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า ทุกด้านมีความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.93-0.95 ซึ่งมากกว่า 0.70 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2553) และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.94 จึงจะถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ใช้สถิติในการนำเสนอข้อมูล คือ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ใช้สถิติในการนำเสนอข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ใช้สถิติในการนำเสนอข้อมูลโดยใช้การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 ส่วนมากอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 และมีรายได้ 10,001-20,000 บาทจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวม

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวม

ปัจจัยแรงจูงใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านอารมณ์	3.57	0.84	มาก
ด้านเหตุผล	3.77	0.83	มาก
รวม	3.67	0.46	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยแรงจูงใจในการใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัด โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย และด้านที่มีค่าสูงที่สุด คือ ด้านเหตุผล รองลงมาคือ ด้านอารมณ์

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวม

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.73	0.82	มาก
ด้านราคา	3.69	0.74	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.66	0.89	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55	0.78	มาก
รวม	3.66	0.72	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าสูงที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวม

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวม

การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่น ในจังหวัดสุพรรณบุรี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	3.82	0.75	มาก
ด้านการหาข้อมูล	3.58	0.86	มาก
ด้านการประเมินทางเลือก	3.60	0.86	มาก
ด้านการตัดสินใจซื้อ	3.62	0.84	มาก
รวม	3.66	0.75	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าสูงที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการหาข้อมูล ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

ในการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีการตรวจสอบจากปัญหา Multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมด จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัวด้วยค่าสถิติ Collinearity Statistics ผลที่ได้มี 2 ค่า คือ ค่า Tolerance เท่ากับ 0.48 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) เท่ากับ 2.09 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity และมีการตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 0.49 - 0.68 ทั้งนี้ควรมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 รวมทั้งความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน โดยพิจารณาจากค่า Durbin-Watson มีค่า 2.06 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50 - 2.50 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกัน เมื่อทดสอบเงื่อนไขข้างต้น สรุปได้ว่า ชุดข้อมูลเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด จึงวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่น
ในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยแรงจูงใจ	การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่น			t	P
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	0.43	0.11		3.92	0.00
ด้านอารมณ์	0.58	0.04	0.58	14.48*	0.00
ด้านเหตุผล	0.31	0.04	0.31	7.73*	0.00
R = 0.83 R Square = 0.69 Adjust R Square = 0.69 Durbin-Watson = 2.06					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4 ผู้วิจัยนำตัวแปรอิสระที่สามารถร่วมทำนายตัวแปรตาม ซึ่งผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ ด้านอารมณ์ และด้านเหตุผล ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีอำนาจทำนายร้อยละ 69.00 (Adjust R Square = 0.69) สามารถแสดงการทำนายได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบ คือ

$$\hat{Y} = 0.43 + 0.58(\text{ด้านอารมณ์}) + 0.31(\text{ด้านเหตุผล})$$

สมการคะแนนมาตรฐาน คือ

$$Z_y = 0.58(\text{ด้านอารมณ์}) + 0.31(\text{ด้านเหตุผล})$$

6. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

ในการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีการตรวจสอบจากปัญหา Multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมด จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัว ด้วยค่าสถิติ Collinearity Statistics ผลที่ได้มี 2 ค่า คือ ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.37-0.41 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ระหว่าง 2.45-2.70 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity และมีการตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 0.65-0.74 ทั้งนี้ควรมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 รวมทั้งความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน โดยพิจารณาจากค่า Durbin-

Watson มีค่า 2.13 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50 - 2.50 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกัน เมื่อทดสอบเงื่อนไขข้างต้น สรุปได้ว่า ชุดข้อมูลเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด จึงวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่น			t	P
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	0.24	0.08		3.01	0.00
ด้านผลิตภัณฑ์	0.13	0.03	0.13	3.93*	0.00
ด้านราคา	0.14	0.03	0.17	5.06*	0.00
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.34	0.03	0.38	11.41*	0.00
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.32	0.03	0.35	10.50*	0.00
R = 0.91 R Square = 0.83 Adjust R Square = 0.83 Durbin-Watson = 2.13					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 5 ผู้วิจัยนำตัวแปรอิสระที่สามารถร่วมทำนายตัวแปรตาม ซึ่งผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีอำนาจทำนายร้อยละ 83.00 (Adjust R Square = 0.83) สามารถแสดงการทำนายได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบ คือ

$$\hat{Y} = 0.24 + 0.13 (\text{ด้านผลิตภัณฑ์}) + 0.14 (\text{ด้านราคา}) + 0.34 (\text{ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย}) + 0.32 (\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด})$$

สมการคะแนนมาตรฐาน คือ

$$Z_y = 0.13 (\text{ด้านผลิตภัณฑ์}) + 0.17 (\text{ด้านราคา}) + 0.38 (\text{ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย}) + 0.35 (\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด})$$

7. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

ในการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีการตรวจสอบจากปัญหา Multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมด จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัวด้วยค่าสถิติ Collinearity Statistics ผลที่ได้มี 2 ค่า คือ ค่า Tolerance เท่ากับ 0.30 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) เท่ากับ 3.86 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity และมีการตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 0.75 - 0.78 ทั้งนี้ควรมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 รวมทั้งความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน โดยพิจารณาจากค่า Durbin-Watson มีค่า 2.19 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50 - 2.50 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553) แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกัน เมื่อทดสอบเงื่อนไขข้างต้น สรุปได้ว่า ชุดข้อมูลเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด จึงวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวแปร	การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่น			t	P
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	0.24	0.08		3.10	0.02
ปัจจัยแรงจูงใจ	0.59	0.04	0.61	16.47*	0.00
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	0.36	0.04	0.34	9.27*	0.00
R = 0.92 R Square = 0.84 Adjust R Square = 0.84 Durbin-Watson = 2.19					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 6 ผู้วิจัยนำตัวแปรอิสระที่สามารถร่วมทำนายตัวแปรตาม ซึ่งผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจใช้บริการ

ร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ มีอำนาจทำนายร้อยละ 84.00 (Adjust R Square = 0.84) สามารถแสดงการทำนายได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบ คือ

$$\hat{Y} = 0.24 + 0.59 (\text{ปัจจัยแรงจูงใจ}) + 0.36 (\text{ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด})$$

สมการคะแนนมาตรฐาน คือ

$$Z_y = 0.61 (\text{ปัจจัยแรงจูงใจ}) + 0.34 (\text{ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด})$$

อภิปรายผล

จากสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยแรงจูงใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ ด้านอารมณ์ และด้านเหตุผล ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะในด้านแรงจูงใจเกิดจากอารมณ์ที่ถูกคำอาจรู้สึกผูกพันกับวัฒนธรรม อาหาร หรือบรรยากาศของร้านที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่น รวมไปถึงการที่เคยมีประสบการณ์ที่ดีจากการรับประทานอาหารที่ร้านนั้น ทำให้เกิดความอยากกลับมาใช้บริการอีก และร้านอาหารท้องถิ่นมักให้ความรู้สึกเป็นกันเองหรืออบอุ่นเหมือนบ้าน ส่วนในด้านแรงจูงใจเกิดจากเหตุผล ลูกค้านัดสินใจใช้บริการจากคุณภาพอาหารที่ดีและความคุ้มค่า ราคาสมเหตุสมผล และยังรวมถึงการความสะดวกและการเข้าถึงร้าน ซึ่งตั้งอยู่ในทำเลสะดวก มีบริการที่รวดเร็ว หรือลูกค้าบางคนตัดสินใจเลือกเพราะต้องการส่งเสริมธุรกิจชุมชน สร้างรายได้ให้คนในท้องถิ่น จึงทำให้สอดคล้องกับงานวิจัยของจุติพร คำสงค์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารประเภทฟู้ดทรัคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล และแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้ออาหารประเภทฟู้ดทรัคในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับหทัยทิพย์ แดงปทิว (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทศนคติและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อผิวขาวของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า แรงจูงใจด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อผิวขาวของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชอลดา ศิริกุล และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย (2566) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อช่วยในการนอนหลับและคลายเครียดของผู้บริโภคคนไทยในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (อารมณ์และเหตุผล) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อช่วยในการนอนหลับและคลายเครียดของผู้บริโภคคนไทยในกรุงเทพมหานคร

จากสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

ร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะในด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญคุณภาพอาหาร เช่น รสชาติ ความสดใหม่ ความสะอาด ความหลากหลายของเมนูความเป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งบริการที่ดีของอาหารท้องถิ่น ทำให้มีแนวโน้มจะกลับมาใช้บริการซ้ำ และแนะนำผู้อื่น ในด้านราคา ลูกค้ามีความต้องการราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพหรืออาจจะโปรโมชั่นหรือส่วนลด ซึ่งลูกค้าจะเปรียบเทียบราคาอาหารกับประสบการณ์ที่ได้รับ เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจใช้บริการ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การที่ร้านมีทำเลที่ตั้ง เช่น ความสะดวกในการเดินทาง การมีที่จอดรถ หรืออยู่ใกล้แหล่งชุมชน หากเข้าถึงร้านได้ง่ายลูกค้าก็ตัดสินใจใช้บริการอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการขายแบบช่องทางออนไลน์ เช่น การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน การจองโต๊ะ หรือบริการเดลิเวอรี่ ก็เป็นอีกเหตุผลที่มีผลต่อการตัดสินใจ และด้านการส่งเสริมการตลาด หากร้านมีการโฆษณา เช่น ป้ายหน้าร้าน โปสเตอร์ในโซเชียลมีเดีย หรือรีวิวจากลูกค้า มีโปรโมชั่นวันพิเศษ เมนูใหม่ หรือโปรแบบชวนเพื่อน หรือการสร้างแบรนด์ เช่น เรื่องราวของร้าน หรือความเป็นท้องถิ่นที่สะท้อนผ่านบรรยากาศ จะช่วยให้ร้านอาหารเป็นที่รู้จัก และกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจหรืออยากลองใช้บริการสอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินทร์ โพธิสิทธิ์ และวัชร ย์สุนเทศ (2566) ศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรมล ทองแก้ว และคณะ (2566) ศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด 7 P's และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจร้านอาหารมุสลิมในเมืองทองเทียวเขตพญา ภูมิศึกษา ร้านนิตา ซาบู สาขาพญา ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารมุสลิมในเมืองทองเทียวเขตพญา และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเมธาวิ เป้าไธสง และ สัญธร นาคพิน (2566) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด นโยบายภาครัฐ และมาตรฐานด้านสาธารณสุขที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีของผู้บริโภคในยุคความปกติใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีของผู้บริโภคในยุคความปกติใหม่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของกริชญ์ เหมพรรณไพเราะ และคณะ (2565) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยดั้งเดิมของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยดั้งเดิมของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้คือการเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ ด้านอารมณ์ และด้านเหตุผล ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ดังนี้

1. ปัจจัยแรงจูงใจ การวิจัยพบว่า 1) ด้านอารมณ์ แรงจูงใจด้านนี้กระตุ้นการตัดสินใจโดยอาศัยความรู้สึกเป็นหลัก ทำให้ลูกค้าตัดสินใจโดยไม่จำเป็นต้องวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นเหตุเป็นผลมากนัก และ 2) ด้านเหตุผล แรงจูงใจด้านนี้เกิดจากการพิจารณาเชิงตรรกะหรือการเปรียบเทียบทางเลือกอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใช้บริการ โดยทั้งแรงจูงใจด้านอารมณ์และเหตุผล ล้วนมีอิทธิพลร่วมกันต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การวิจัยพบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจในคุณภาพ และรู้สึกคุ้มค่ากับประสบการณ์ที่ได้รับ 2) ด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคในท้องถิ่น 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า และขยายโอกาสในการเข้าถึงร้านอาหารมากขึ้น และด้านการส่งเสริมการตลาด ช่วยสร้างการรับรู้และกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคให้ตัดสินใจลงใช้บริการ ปัจจัยทั้ง 4 ด้านของส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ปัจจัยแรงจูงใจ

1.1.1 ด้านอารมณ์ ร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรีควรให้ความสำคัญกับบรรยากาศและประสบการณ์ของลูกค้า โดยการปรับปรุง การตกแต่งร้านให้มีความทันสมัย ทันต่อเทรนด์ และสะท้อนอัตลักษณ์ของร้าน เช่น ใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย เพิ่มแสงไฟตกแต่ง หรือจัดมุมถ่ายภาพที่น่าสนใจ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริการ เช่น ระบบสั่งอาหารผ่านแท็บเล็ต การแสดงเมนูแบบดิจิทัล หรือบริการ Wi-Fi เพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าให้มีความสะดวกสบายและน่าประทับใจ รวมทั้งการสร้างบรรยากาศที่ดีจะช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจและมีความสุขในการใช้บริการ ซึ่งเป็นแรงจูงใจเชิงอารมณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

1.1.2 ด้านเหตุผล ร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรีเพิ่มความหลากหลายของเมนูอาหาร เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย เช่น เมนูสุขภาพ เมนูอาหารท้องถิ่น เมนูพิเศษสำหรับเด็ก ฯลฯ รวมทั้งสร้างความแตกต่างด้วยเมนู

ที่แปลกใหม่และน่าสนใจ เช่น เมนูพิวชั่น เมนูประจำฤดูกาล หรือเมนูเฉพาะกิจ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าและสร้างความจดจำ และการเน้นที่คุณภาพ ความคิดสร้างสรรค์ และการพัฒนาเมนู จะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจจากเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพสินค้า โดยเฉพาะในกรณีที่ลูกค้าสั่งอาหารกลับบ้าน ร้านอาหารควรพิจารณาใช้ บรรจุภัณฑ์ที่สะอาด ปลอดภัย และสะดวกต่อการรับประทาน เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า อีกทั้งควรมี ความหลากหลายของเมนูอาหาร รวมถึงสามารถ ปรับเปลี่ยนส่วนประกอบหรือรสชาติให้สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะบุคคลของผู้บริโภค และรักษา มาตรฐานของรสชาติอาหารให้คงที่ เพื่อสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นในการใช้บริการซ้ำ

1.2.2 ด้านราคา ร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรีควรกำหนดราคาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับคุณภาพสินค้าร้านอาหารควรกำหนดราคาที่เหมาะสมสอดคล้องกับคุณภาพและปริมาณของอาหาร เพื่อสร้างความคุ้มค่าและความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค รวมทั้งร้านอาหารควรพิจารณาปรับราคาตามสถานการณ์ เช่น การเปลี่ยนแปลงต้นทุนวัตถุดิบ หรือฤดูกาล รวมถึงการใช้ราคาแบบกลุ่มเป้าหมาย (Price segmentation) เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน และควรแสดงราคาชัดเจน และไม่มีค่าใช้จ่ายแอบแฝง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในตัวร้านค้า ช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกปลอดภัยและพร้อมตัดสินใจซื้อ

1.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายควรพัฒนา ร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี มีระบบการสั่งอาหารออนไลน์ ให้สะดวกและหลากหลาย เช่น การสั่งผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ควรเพิ่ม ทางเลือกในการชำระเงินแบบออนไลน์ เช่น ผ่าน Mobile Banking, QR Code หรือ E-wallet เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่ที่นิยมการชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสด

1.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรีควรมีโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย อย่างต่อเนื่อง เช่น ส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อครบตามจำนวนที่กำหนด หรือจัดโปรโมชั่นในช่วงเวลาพิเศษ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ รวมถึงควร ใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram หรือ TikTok เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มโอกาสในการรับรู้แบรนด์ของร้านอาหาร

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เช่น ความภักดีในแบรนด์ ประสบการณ์ในการใช้บริการ หรือบทบาทของสื่อออนไลน์และรีวิวจากผู้ใช้ มาใช้ร่วมในการวิเคราะห์ เพื่อเพิ่มมิติความหลากหลายและความลึกของผลการวิจัย

2.2 ควรมีการขยายพื้นที่การศึกษาให้ครอบคลุมมากขึ้น งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรีเท่านั้น เพื่อให้ผลการวิจัยมีความครอบคลุมและสามารถนำไปใช้ได้ในวงกว้าง ควรขยายพื้นที่วิจัยไปยังจังหวัดอื่น ๆ หรือในระดับภูมิภาค เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคตามบริบททางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม

2.3 ควรใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) การวิจัยเชิงปริมาณสามารถให้ภาพรวมของแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน แต่หากเพิ่มเติมการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม จะช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนความคิดเห็น แรงจูงใจ และความรู้สึกของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรกมล ทองแก้ว, ธิรัตน์ กฤตยามงคลชัย, พีระวิชัย จันทร์ทรัพย์ และทักษกร สัมมะสุต.

(2566). ส่วนประสมทางการตลาด 7 P's และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจร้านอาหารมุสลิมในเมืองท่องเที่ยวเขตพญา ภูมิศึกษา ร้านนิดา ชามู สาขา พญา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 14(1), 181-191.

กริชญ์ เหมพรรณไพเราะ, เกียรติศักดิ์ วิริยะภัทรเดช, เจริญสุตา มานะกุล, และอัจฉรา ศรีลาชัย. (2567).

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยดั้งเดิมของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 18(1), 120-129.

กัลยา วานิชย์บัญชา (2553). *การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 16).

กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร จำกัด.

จุติพร คำสงค์. (2560). *แรงจูงใจและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารประเภทฟู้ดทรัคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). *การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ชอลดา ศิริกุล และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อช่วยในการนอนหลับและคลายเครียดของผู้บริโภคคนไทยในกรุงเทพมหานคร. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 17(53), 53-66.

ชูชัย เทพสาร. (2546). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกบริษัทรักษาความปลอดภัย: กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขายและเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ณัชชา แะงะสัมฤทธิ์ และ ชนิดา ยาระณะ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจ
จัดส่งอาหารในยุคโควิด-19. (โครงการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2564).
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร (100-113).
- ธัญญธิดา รักชาติ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร
ญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (ค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ปริญญช ศิริไพบูลย์ทรัพย์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ
ผู้ใช้บริการ Kerry Express ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (ค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- พิบูล ทีปะปาล. (2545). หลักการตลาด : ยุคใหม่ ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.
- เมธาวี เบ้าไธสง และ สิญาธร นาคพิน. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด นโยบายภาครัฐ และ
มาตรฐานด้านสาธารณสุขที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลในอำเภอ
เมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีของผู้บริโภคในยุคความปกติใหม่. วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 10(2), 377-404.
- ศิรินทร์ โพธิสิทธิ์ และวัชร ยี่สุนเทศ. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้
บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 6(3), 231-240.
- ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล. (2557). หลักการตลาด *Principles of Marketing*. กรุงเทพฯ : แสงดาว.
- เสรีวงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์จำกัด.
- หทัยทิพย์ แดงปทิว. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่คนคิดและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อผิวขาวของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร.
(การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Cochran, W.G. (1977). *Wiley: Sampling Techniques* (3rd ed). New York: John Wiley & Sons.
- Fields, Deirdre D. (2002). An Evaluation of the Texas City ISD Alternative Learning Cente
r. *Dissertation Abstracts International*, 62(11), 3636-A.
- George, R.T. (1949). *Consumer Behavior*. Chicago: University of Chicago.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). Englewood Cliffs,
N.J.: Prentice-Hall.

**แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพชีวิตในการทำงาน
ของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ในนิคมอุตสาหกรรม เขตภาคกลาง
GUIDELINES FOR HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AND QUALITY OF
WORKING LIFE OF EMPLOYEES IN ELECTRONIC COMPANIES IN
THE INDUSTRIAL ESTATES IN THE CENTRAL REGION**

สุธิดา ถนอมวงศ์^{1*}

Suthida Tanomwong^{1*}

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ¹

Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi¹

*Corresponding Author E-mail: suthida.tanom@gmail.com, 086-9742591

Received June 24, 2025; Revised August 5, 2025; Accepted August 8, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของพนักงาน บริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง 2) ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง 3) ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง และ 4) ศึกษาแนวทางในการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง จำนวน 400 คน และผู้บริหาร จำนวน 15 คน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา สถิตาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในทัศนะของพนักงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานในทัศนะของพนักงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพนักงาน บริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง และ 4) แนวทางในการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน พบว่า สภาพแวดล้อมภายนอกมีผลสำคัญที่มีผลต่อการกำหนดคุณภาพชีวิตการทำงาน of พนักงานบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย สภาพเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี เพื่อหาแนวทางการบริหารและการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน และจากการแสดงแนวความคิดของผู้บริหารหลายองค์กรต่างให้ความคิดเห็นในแนวทางเดียวกันว่า บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในคุณภาพชีวิตการทำงาน of พนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งไม่ขัดต่อนโยบายหลักการบริหารงานที่องค์กรแต่ละองค์กรกำหนดไว้ โดยเน้นทั้งคุณภาพของพนักงานและประสิทธิผลของงานที่ได้เป็นสำคัญ

คำสำคัญ: การบริหารทรัพยากรมนุษย์, การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, คุณภาพชีวิตในการทำงาน

Abstract

This research aimed to 1) study the human resource management of employees in electronic companies in industrial estates in the central region; 2) study the quality of work life of employees in electronic companies in industrial estates in the central region; 3) study the human resource development of employees in electronic companies in industrial estates in the central region; and 4) study approaches to human resource management and development to improve the quality of life of employees in electronic companies in industrial estates in the central region. The sample consisted of 400 employees of electronic companies in industrial estates in the central region and 15 executives. Data were collected using questionnaires. Descriptive statistics, percentages, means, standard deviations, and multiple regression analysis were used.

The results revealed that: 1) employees' overall perceptions of human resource management were high; 2) employees' perceptions of employees' quality of work life were high. The overall level of feedback was high. 3) The level of opinions regarding human resource development of employees in electronic companies in the Central Region industrial estates; and 4) the approach to managing and developing human resources to improve employee quality of life. It was found that the external environment plays a significant role in determining the quality of work life of employees in electronic companies, including economic, social, and technological conditions. This was to identify management and development approaches to employee quality of work life. Executives from various organizations expressed the same viewpoint: the company recognizes the importance of quality of work life for employees in the electronic industry, which does not conflict with the management policies and principles established by each organization, emphasizing both employee quality and work effectiveness.

Keyword: Human Resource Management, Human Resource Development, Quality of Working Life

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคมการเมืองได้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรที่สามารถช่วงชิงความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันมีโอกาที่จะประสบความสำเร็จได้ดีกว่าซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จล้วนเป็นปัจจัยมาจากความเร็ว (speed) การตอบสนองความต้องการกลุ่มผู้รับบริการ และการมีนวัตกรรม (innovation) ของผลิตภัณฑ์และบริการความสามารถลดต้นทุนให้ต่ำและความสามารถในการปรับตัว (adaptability) และการมีบุคลากรที่มีทักษะในการปฏิบัติงานและการเรียนรู้ ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จเหล่านี้ล้วนเกิดจากความรู้และทักษะที่มีอยู่ในตัวบุคลากรขององค์กร โดยในบรรดา

ทรัพยากรการบริหารจัดการอันประกอบด้วย องค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่ คน (man) เงิน (money) วัสดุ (material) และการจัดการ (management)

ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการจัดการ บุคคลคือผู้จุดประกายความคิดสร้างสรรค์สร้างสิ่งต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นในองค์กร รวมถึงการวางแผนกลยุทธ์ทั้งหมด ซึ่งหมายถึงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กรด้วย ทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นหัวใจสำคัญที่สุดในองค์กร เป้าหมายของผลลัพธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์แบ่งออกเป็น 2 เป้าหมาย คือ บุคลากรและองค์กร เนื่องจากการลงทุนด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะทำให้บุคลากรมีความสามารถในการทำงาน และช่วยให้องค์กรประสบผลสำเร็จ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา กระแสการบริหารทรัพยากรมนุษย์แนวใหม่ คือ การรักษาบุคลากรให้อยู่กับองค์กรต่อไป (ทศวรรณ เอี่ยมวิม้งสา และเกียรติชัย เวชฎาพันธ์, 2558: 2) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารคนในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ และการควบคุมบุคคลที่เข้ามาทำงานและในส่วนของการจัดคนเข้าทำงานนั้น ได้มีการพัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาการที่เรียกว่า การบริหารงานบุคคล (Personal Administration) และมีการพัฒนาต่อเนื่องมาเป็นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยได้รวมการพัฒนา การประเมินผลพัฒนางาน การธำรงรักษา การจ่ายค่าตอบแทน การจัดสวัสดิการ และการจูงใจในการทำงานด้วยวิธีการต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน ดังนั้น การบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสำคัญกับองค์กร และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยมีบทบาทสำคัญในการค้นหาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่ามาทำงานกับองค์กร และมุ่งพัฒนาเพื่อธำรงรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่า และส่งเสริมให้ทรัพยากรมนุษย์มุ่งมั่นทำงานอย่างทุ่มเทให้กับองค์กร และในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้น จะมีลักษณะของการใช้การฝึกอบรม (Training) การพัฒนาองค์การ (Organization Development) และการพัฒนาอาชีพ (Career Development) อย่างบูรณาการเพื่อที่จะเพิ่มประสิทธิภาพของบุคคล กลุ่มงาน และองค์กรโดยรวม ซึ่งในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะช่วยพัฒนาสมรรถนะสำคัญที่จะทำให้บุคคลในองค์กรสามารถปฏิบัติงานทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้เป็นอย่างดี โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่มีการวางแผนล่วงหน้า ในอันที่จะช่วยทำให้กลุ่มงานในองค์กรสามารถริเริ่มสร้างสรรค์และมีการจัดการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้มีการประสานกันระหว่างความต้องการขององค์กรกับบุคลากร (จิตติมา อัครนิติพงศ์, 2556: 12)

ในการดำเนินงานขององค์กรให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์นั้น เป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถของผู้บริหารองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ใช้การบริหารงานแบบเดิม ๆ ในลักษณะตั้งรับ คอยแก้ปัญหาไปวันๆ จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเป็นเชิงรุก เพื่อความอยู่รอดและเตรียมความพร้อมสู่การแข่งขัน จึงมีการกำหนดนโยบาย แผนงาน และโครงการเชิงกลยุทธ์นำเทคนิคและวิธีการใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงาน เช่น การปรับโครงสร้างองค์กร การจัดการคุณภาพ การบริหารแบบมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม การจูงใจคนและอื่นๆ เป็นต้น โดยมุ่งหวังให้องค์กรได้เปรียบการแข่งขัน (Competitive Advantage) และเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ดังนั้น คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน เป็นหลักเกณฑ์หนึ่งที่ผู้บริหารให้ความสำคัญและจัดอยู่ในระดับต้นๆ ของการพิจารณาการคงอยู่ในองค์กรหรือการมาสมัครงานกับองค์กร เพราะมนุษย์ทุกคนเห็นว่าการมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีจะทำให้เขารู้สึกว่ามีความพึงพอใจในงาน เช่น การได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและสุขอนามัยดี เป็นต้น และการมีคุณภาพชีวิตการทำงานทำให้คนมีความสุขกับงานที่ได้รับมอบหมาย ซื่อสัตย์และรัก

องค์การ ดังนั้น คุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีนอกจากทำให้คนทำงานอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังเป็นแรงจูงใจให้คนที่มีความสามารถเข้ามาทำงานในองค์การด้วย (Gioia, 2004: 13)

ดังนั้น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์จึงต้องการทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน เพราะพนักงานกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์เป็นบุคคลที่ทำงานทางเทคนิคภายใต้การแนะนำ และควบคุมของวิศวกรไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ หรือทำงานทางเทคนิคไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการพัฒนา การติดตั้ง และการใช้ระบบอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการตรวจสอบปรากฏการณ์ทางไฟฟ้า หรืออิเล็กทรอนิกส์ทั้งในห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์ และในโรงงาน ซึ่งเป็นงานที่ต้องใช้ผู้ที่มีความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติขั้นสูงพอที่จะสามารถออกแบบพัฒนา หรือแก้ไขการทำงานผิดปกติของระบบหรืออุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อาจควบคุมช่างและคนงานอื่น ๆ ที่ทำงานเกี่ยวกับการสร้างติดตั้ง และซ่อมระบบหรืออุปกรณ์ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ได้ ซึ่งสามารถจำแนกลักษณะงานได้ ดังนี้ 1) เป็นนักวิชาการหรือช่างเทคนิค ที่ปฏิบัติงานในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ งานอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ งานระบบสื่อสาร วิทยุ 2) บำรุงรักษา และตรวจสอบซ่อมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เครื่องระบบสื่อสาร 3) ควบคุมเครื่องและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อสารโทรคมนาคมด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง และเฉพาะงาน 4) วิเคราะห์ วางแผน ควบคุมโครงการทางด้านเครื่องมือและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการประเมินผลงาน และการเขียนรายงานได้อย่างเป็นระบบ 5) เป็นผู้ประสานงานระหว่างวิศวกร และช่างฝีมือในการสั่งการ การควบคุมการตรวจสอบ และวิเคราะห์ปัญหาในงานอิเล็กทรอนิกส์ และ 6) ตรวจสอบคุณภาพชิ้นส่วน หรือเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์จากงานการผลิต ก่อนนำบรรจุส่ง ออกตลาด และสภาพการทำงานของพนักงานกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์นี้ ต้องทำงานทั้งในและนอกสถานที่ทำงานในการตรวจ ซ่อม และบริการระบบควบคุมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในงานอุตสาหกรรมสภาพการทำงานหนักปานกลาง ต้องใช้ความอดทนต่อสภาพความร้อนเสียง กลิ่นของสารเคมี ทำความสะอาดอุปกรณ์ และบางโอกาสทำงานตามลำพัง ต้องใช้ความระมัดระวัง และรอบคอบสูงพอสมควร เพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน และบางครั้งต้องทำงานกินเวลา ในส่วนของการวิเคราะห์ วางแผน หรือตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาจจะทำงานในห้องทดลอง ซึ่งจะมีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ สำหรับการทดลองหรือทดสอบ ต้องใช้ความระมัดระวังและรอบคอบสูง เนื่องจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อาจต้องใช้พลังงานไฟฟ้าในการทดสอบหากไม่ระมัดระวังโอกาสที่จะประสบปัญหาไฟฟ้าดูดหรือไฟฟ้าช็อตเป็นไปได้สูง อาจจะต้องใช้อุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคล (กองส่งเสริมการมีงานทำ กรมการจัดหางาน, 2559) หากการได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดี ถือเป็นการลงทุนในระยะยาวที่ผู้บริหารองค์กรที่ประสบความสำเร็จทุกคนต้องให้ความสำคัญและใส่ใจ เพราะการได้มีความสุขในการทำงานถือเป็นสิ่งที่ปรารถนาของคนทำงานทุกคน ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความสุขและความพึงพอใจในการทำงาน ได้แก่ การอยู่ในสถานที่ทำงานที่มีสิ่งแวดล้อมและสภาพการทำงานที่สร้างสุขภาพอนามัยที่ดีมีการวางมาตรการควบคุม ป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงาน ตลอดจนการได้รับการดูแลสวัสดิการด้านความปลอดภัยในการทำงาน สิ่งเหล่านี้มีส่วนช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เพราะปัจจุบันอิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามามีบทบาทและเป็นส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์หรือเรียกได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบของปัจจัย 4 เช่น อาหาร มนุษย์บริโภคอาหาร สิ่งที่ทำให้เกิดเป็นอาหารได้ ต้องใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ช่วย

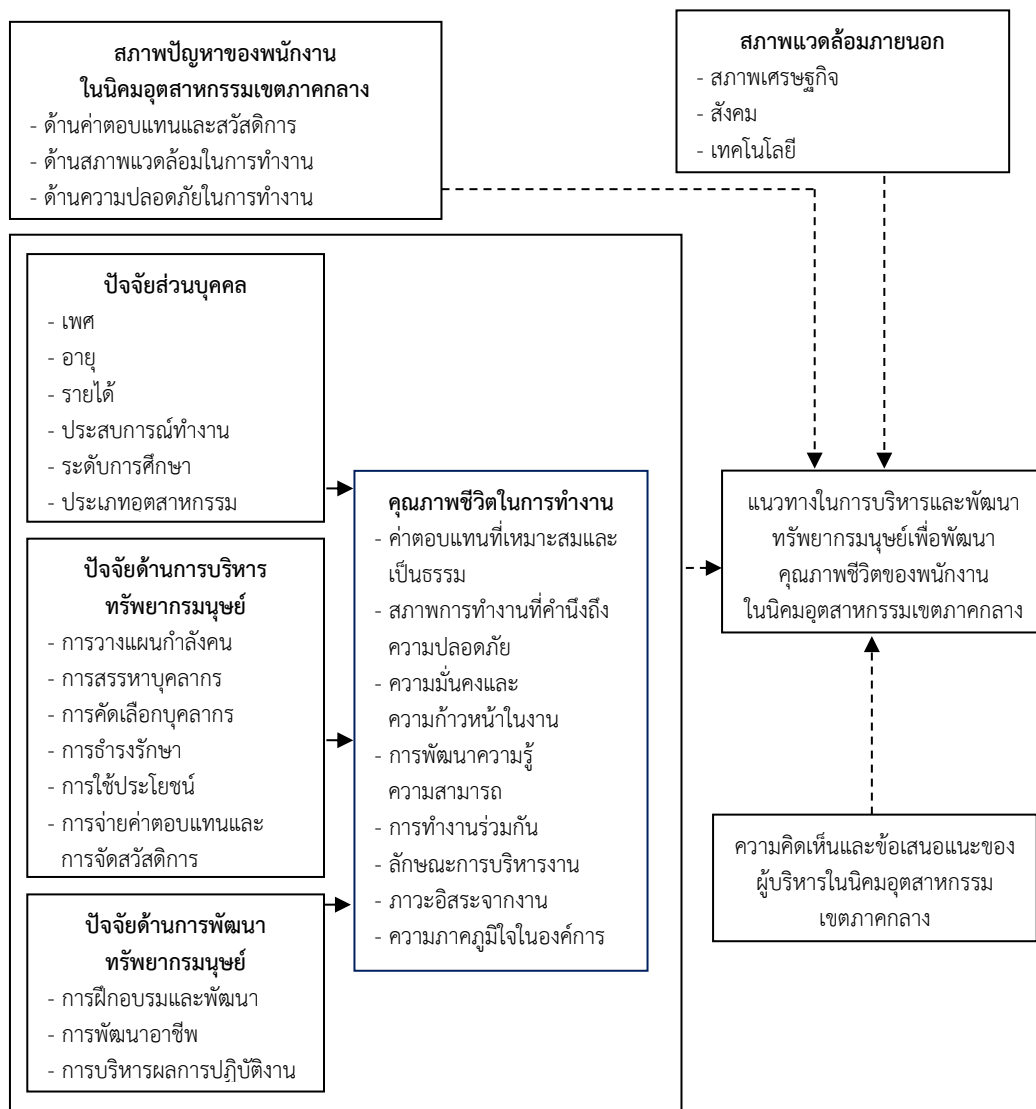
ในการประกอบอาหาร คือ ไมโครเวฟ กระทะไฟฟ้า เป็นต้น ที่อยู่อาศัยการจะสร้างที่อยู่อาศัยได้ ก็ต้องใช้ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ช่วย เช่น สว่านไฟฟ้า เลื่อยไฟฟ้า การออกแบบแปลนบ้านโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ช่วย เป็นต้น ส่วนเครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค มนุษย์ได้นำอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยเช่นกัน จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาแนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพชีวิตในการทำงานของ พนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง จากปัจจัยการบริหารและพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ โดยเลือกกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของพนักงาน บริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรม เขตภาคกลาง
2. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขต ภาคกลาง
3. เพื่อศึกษาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรม เขตภาคกลาง
4. เพื่อศึกษาแนวทางในการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน บริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้อาศัยแนวคิดทฤษฎีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และ คุณภาพชีวิตในการทำงาน ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมในเขตภาคกลาง โดยได้ สังเคราะห์จากแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ 1) การวางแผนกำลังคน 2) การสรรหาบุคลากร 3) การคัดเลือกบุคลากร 4) การธำรงรักษา 5) การใช้ประโยชน์ และ 6) ค่าตอบแทนและ สวัสดิการ ส่วนคุณภาพชีวิตในการทำงานทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ 1) ค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม 2) สภาพ การทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย 3) ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน 4) การพัฒนาความรู้ ความสามารถ 5) การทำงานร่วมกัน 6) ลักษณะการบริหารงาน 7) ภาวะอิสระจากงาน และ 8) ความ ภาคภูมิใจในองค์กร ส่วนปัจจัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) การฝึกอบรมและ พัฒนา 2) การพัฒนาอาชีพ และ 3) การบริหารผลการปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิด ในการศึกษา ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง ซึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตแผงวงจรไฟฟ้าหรือประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์หรือผลิตเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ และอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมในเขตภาคกลาง ซึ่งประกอบไปด้วย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดปทุมธานี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสระบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นพนักงานบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมในเขตภาคกลาง จำนวน 400 คน จากการใช้สูตรคำนวณของ เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมีลักษณะการวิจัยเป็นแบบผสม (Mixed Methods Design) ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Research) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) ในกรณีที่มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้มี 2 กลุ่ม และในการเปรียบเทียบของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนชนิดทางเดียว (One-way analysis of variance) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Bonferroni และ Multiple Regression Analysis (MRA) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Person Product Moment Correlation Coefficient)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. วิเคราะห์ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย การวางแผนกำลังคน การสรรหาบุคลากร การคัดเลือกบุคลากร การดำรงรักษา การใช้ประโยชน์ และการจ่ายค่าตอบแทนและการจัดสวัสดิการ
2. วิเคราะห์ปัจจัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย การฝึกอบรมและพัฒนา การพัฒนาอาชีพ และการบริหารผลการปฏิบัติงาน
3. วิเคราะห์ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน ประกอบด้วย ค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม สภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน การพัฒนาความรู้ความสามารถ การทำงานร่วมกัน ลักษณะการบริหารงาน ภาวะอิสระจากงาน และความภาคภูมิใจในองค์กร โดยการพรรณนาผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง ผลการวิจัยมีดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุมากที่สุด ระหว่าง 26 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาคือมีอายุมากกว่า 35 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26.00 ส่วนมากมีรายได้ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.20 รองลงมาคือ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.80 มีประสบการณ์ทำงานมากที่สุดอยู่ในช่วงระหว่าง 2 - 5 ปี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.20 รองลงมาอยู่ในช่วงระหว่าง 6 - 10 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 การศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพมากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 รองลงมา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 และส่วนใหญ่อยู่ในประเภทอุตสาหกรรมกลางน้ำ จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมาประเภทอุตสาหกรรมต้นน้ำ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00

การวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน บริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง เพื่อวัดระดับความคิดเห็นของพนักงาน บริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ โดยการพิจารณาจากปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผนกำลังคน ด้านการสรรหาบุคลากร ด้านการคัดเลือกบุคลากร ด้านการดำรงรักษา ด้านการใช้ประโยชน์ และด้านการจ่ายค่าตอบแทน และการจัดสวัสดิการ ได้ผลสรุปดังตาราง 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยรวม

ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการวางแผนกำลังคน	3.646	0.461	มาก
2. ด้านการสรรหาบุคลากร	3.661	0.549	มาก
3. ด้านการคัดเลือกบุคลากร	3.604	0.510	มาก
4. ด้านการดำรงรักษา	3.572	0.598	มาก
5. ด้านการใช้ประโยชน์	3.424	0.471	ปานกลาง
6. ด้านการจ่ายค่าตอบแทนและการจัดสวัสดิการ	3.564	0.413	มาก
รวม	3.578	0.405	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.578$) และแยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสรรหาบุคลากร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.661$) รองลงมา ด้านการวางแผนกำลังคน ($\bar{X} = 3.646$) ด้านการดำรงรักษา ($\bar{X} = 3.572$) และด้านการจ่ายค่าตอบแทนและการจัดสวัสดิการ ($\bar{X} = 3.564$) ตามลำดับ ส่วนด้านการใช้ประโยชน์ ($\bar{X} = 3.424$) อยู่ในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน เพื่อวัดระดับความคิดเห็นของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ โดยการพิจารณาจากปัจจัย 8 ด้าน ได้แก่ ค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม สภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน การพัฒนาความรู้ความสามารถ การทำงานร่วมกัน ลักษณะการบริหารงาน ภาวะอิสระจากงาน และความภาคภูมิใจในองค์กร ได้ผลสรุปดังตารางที่ 2

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.559$) และแยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ ($\bar{X} = 3.685$) บุคลากรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก รองลงมาด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.617$) ด้านลักษณะการบริหารงาน ($\bar{X} = 3.583$) ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ($\bar{X} = 3.562$) ด้านการทำงานร่วมกัน ($\bar{X} = 3.539$) ด้านภาวะอิสระจากงาน ($\bar{X} = 3.519$) และด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ($\bar{X} = 3.507$) ตามลำดับ ส่วนด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ($\bar{X} = 3.462$) อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยรวม

ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม	3.507	0.525	มาก
2. ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย	3.617	0.466	มาก
3. ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน	3.462	0.528	ปานกลาง
4. ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ	3.685	0.961	มาก
5. ด้านการทำงานร่วมกัน	3.539	0.499	มาก
6. ด้านลักษณะการบริหารงาน	3.583	0.507	มาก
7. ด้านภาวะอิสระจากงาน	3.519	0.532	มาก
8. ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร	3.562	0.543	มาก
รวม	3.559	0.422	มาก

ตารางที่ 3 สรุปปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์และปัจจัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน

ปัจจัย	คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน							
	ค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม	สภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย	ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน	การพัฒนาความรู้ความสามารถ	การทำงานร่วมกัน	ลักษณะการบริหารงาน	ภาวะอิสระจากงาน	ความภาคภูมิใจในองค์กร
การบริหารทรัพยากรมนุษย์								
การวางแผนกำลังคน	-	-	*	*	*	-	-	*
การสรรหาบุคลากร	-	-	-	**	*	*	-	-
การคัดเลือกบุคลากร	**	-	**	-	**	*	**	**
การอำนวยการ	-	-	*	**	*	-	*	*
การใช้ประโยชน์	-	*	-	-	*	-	**	**
ค่าตอบแทนและสวัสดิการ	**	-	-	-	*	-	-	-
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	-	-	-	-	-	-	-	-
การฝึกอบรมและพัฒนา	**	**	**	-	**	**	**	-
การพัฒนาอาชีพ	*	-	*	*	-	-	**	*
การบริหารการปฏิบัติงาน	**	*	*	**	-	*	-	-

หมายเหตุ: มีผล * $p < .05$, ** $p < .01$

ไม่มีผล (-)

จากตาราง 3 สรุปได้ว่า ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ พบว่า ปัจจัยการวางแผนกำลังคน มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้นด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านลักษณะการบริหารงาน และด้านภาวะอิสระจากงาน ส่วนปัจจัยการสรรหาบุคลากร มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ส่วนปัจจัยการคัดเลือกบุคลากร มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย และด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ ส่วนปัจจัยการธำรงรักษา ผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย และด้านลักษณะการบริหารงาน ส่วนปัจจัยการใช้ประโยชน์ ผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ และด้านลักษณะการบริหารงาน ส่วนปัจจัยค่าตอบแทนและสวัสดิการ ผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ ด้านลักษณะการบริหารงาน ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านความภาคภูมิใจในองค์กร

ส่วนปัจจัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พบว่า ปัจจัยด้านการฝึกอบรมและพัฒนา มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน ในด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการทำงานร่วมกัน ด้านลักษณะการบริหารงาน และด้านภาวะอิสระจากงาน ส่วนปัจจัยการพัฒนาอาชีพ มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน ในด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ยกเว้นด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านการทำงานร่วมกัน ด้านและลักษณะการบริหารงาน ส่วนปัจจัยการบริหารการปฏิบัติงาน มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้นด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน ด้านการทำงานร่วมกัน ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านความภาคภูมิใจในองค์กร

การศึกษาแนวทางในการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง

แนวทางส่งเสริมคุณภาพชีวิตการทำงาน สรุปได้ดังนี้

1. บริษัทจัดให้มีการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานเป็นระยะ ๆ โดยอาจกำหนดเป็น 3 เดือน 6 เดือน โดยนำวิทยากรจากบุคลากรภายในหน่วยงาน หรืออาจเป็นบุคคลที่ทำงานในองค์กรนั้น ๆ มาเป็นระยะเวลา มากกว่า 5 ปี และมีประสบการณ์ มาเป็นผู้บรรยายให้ความรู้ ถ่ายทอดให้แก่พนักงานใหม่ ๆ และผู้ที่ไม่เคยผ่านเข้ารับการอบรมมาก่อน เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น

2. บริษัทได้ดำเนินการจัดการกำลังคนได้สมดุลกันระหว่างปริมาณงานกับจำนวนพนักงาน . โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้าทำงานในแต่ละตำแหน่ง กำหนดขอบเขตภาระหน้าที่ในการทำงาน และจัดทำคู่มือ ระเบียบการปฏิบัติงานให้แก่พนักงานก่อนปฏิบัติงาน
3. บริษัทใช้หลักความเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีการทดสอบความรู้ความสามารถเฉพาะทาง เฉพาะตำแหน่ง ในกรณีที่องค์กรมีตำแหน่งว่าง และต้องการบุคลากรภายในที่มีความรู้ความสามารถ มีความรับผิดชอบต่องาน การสร้างผลงานหรือพัฒนางานอยู่ตลอดเวลา
4. บริษัทจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม มีสวัสดิการนอกเหนือจากเงินเดือนที่ได้รับ อาทิเช่น มีเครื่องแบบ หรือยูนิฟอร์มในการทำงาน มีบริการรถรับส่ง การได้รับโบนัสประจำปี เป็นต้น
5. บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานมีโอกาสเติบโตและก้าวหน้าในงาน โดยประเมินจากประเมินศักยภาพของพนักงาน การรักในองค์กร มีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ไม่เกียจคร้าน มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบใหม่
6. การให้สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นต่องาน เพื่อให้ทราบงานที่ได้รับมอบหมาย หรืองานอื่นๆ มีปัญหาอะไรบ้าง แล้วนำบอกต่อผู้บังคับบัญชา เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไข หรือป้องกันปัญหาต่อไป เป็นการสร้างความสามัคคี มีความรักต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น
7. บริษัทมีการติดตามผลการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาผลตอบแทนความดี ความชอบแก่ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งสร้างแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบ มีความขยัน อดทนต่องานที่ได้รับมอบหมาย

สรุปผลการวิจัย

สภาพแวดล้อมภายนอก จัดได้ว่าเป็นหนึ่งในหลาย ๆ ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญที่มีผลต่อการกำหนดคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยจากสภาพแวดล้อมดังกล่าวประกอบด้วย สภาพเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ทั้งสามประเด็นมีบทบาทสำคัญและมีความสัมพันธ์กันต่อพนักงานทุกคน รวมทั้งผู้บริหารในองค์กร แนวคิดใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นทำให้ไม่อาจใช้เงินอย่างเดียวเป็นสิ่งจูงใจให้พนักงานทำงานอยู่ต่อได้ แต่จำเป็นต้องอาศัยเรื่องเกียรติยศความมั่นคงในการปฏิบัติงานประกอบด้วย โดยเฉพาะภาวะการแข่งขันระหว่างธุรกิจทำให้บทบาทหรือความสำคัญของบุคลากรแต่ละคนมีอิสระที่จะตัดสินใจเลือกปฏิบัติงานที่ตรงกับความรู้ ความสามารถของตนมากยิ่งขึ้น การนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในกระบวนการทำงาน ก่อให้เกิดประโยชน์ในการลดความซ้ำซ้อนของงาน ประหยัดค่าใช้จ่ายในการบริหารข้อมูลระบบงานด้านเอกสารลดลง มีความสะดวก รวดเร็ว และข้อมูลมีความถูกต้องทันสมัย มีระบบวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ผู้บริหารตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้น

จากสมมติฐานข้อ 1 พนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลางที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ประสบการณ์ ต่าง ๆ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานทั้ง 8 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการทำงานร่วมกัน และด้านภาวะอิสระจากงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และประเภทอุตสาหกรรมต่างกัน มีความ

แตกต่างกันในด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการทำงานร่วมกัน ด้านการทำงานร่วมกัน ด้านลักษณะการบริหาร ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านความภาคภูมิใจในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากสมมติฐานข้อ 2 ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง พบว่า ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการวางแผนกำลังคน มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านลักษณะการบริหารงาน และด้านภาวะอิสระจากงาน ส่วนปัจจัยการสรรหาบุคลากร มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ส่วนปัจจัยการคัดเลือกบุคลากร มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย และด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ ส่วนปัจจัยการธำรงรักษา ผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย และด้านลักษณะการบริหารงาน ส่วนปัจจัยการใช้ประโยชน์ ผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรมด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ และด้านลักษณะการบริหารงาน ส่วนปัจจัยค่าตอบแทนและสวัสดิการ ผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน

จากสมมติฐานข้อ 3 ปัจจัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง พบว่า ปัจจัยด้านการฝึกอบรมและพัฒนา มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน ในด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการทำงานร่วมกัน ด้านลักษณะการบริหารงาน และด้านภาวะอิสระจากงาน ส่วนปัจจัยการพัฒนาอาชีพ มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน ในด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านความภาคภูมิใจในองค์กร

แนวทางในการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง ผู้วิจัยสรุปประเด็นได้ ดังนี้

1. บริษัทจัดให้มีการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานเป็นระยะ ๆ โดยอาจกำหนดเป็น 3 เดือน 6 เดือน โดยนำวิทยากรจากบุคลากรภายในหน่วยงาน หรืออาจเป็นบุคคลที่ทำงานในองค์กรนั้น ๆ มาเป็นระยะเวลา มากกว่า 5 ปี และมีประสบการณ์ มาเป็นผู้บรรยายให้ความรู้ ถ่ายทอดให้แก่พนักงานใหม่ ๆ และผู้ที่ไม่เคยผ่านเข้ารับการอบรมมาก่อน เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น

2. บริษัทได้ดำเนินการจัดการกำลังคนได้สมดุลกันระหว่างปริมาณงานกับจำนวนพนักงาน โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้าทำงานในแต่ละตำแหน่ง กำหนดขอบเขตภาระหน้าที่ในการทำงาน และจัดทำคู่มือ ระเบียบการปฏิบัติงานให้แก่พนักงานก่อนปฏิบัติงาน

3. บริษัทใช้หลักความเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีการทดสอบความรู้ความสามารถเฉพาะทาง เฉพาะตำแหน่ง ในกรณีที่องค์กรมีตำแหน่งว่าง และต้องการบุคลากรภายในที่มีความรู้ความสามารถ มีความรับผิดชอบต่องาน การสร้างผลงานหรือพัฒนางานอยู่ตลอดเวลา

4. บริษัทจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม มีสวัสดิการนอกเหนือจากเงินเดือนที่ได้รับ อาทิเช่น มีเครื่องแบบหรือยูนิฟอร์มในการทำงาน มีบริการรถรับส่ง การได้รับโบนัสประจำปี จัดให้มีที่พักอาศัยให้กับพนักงาน เป็นต้น

5. บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานมีโอกาสเติบโตและก้าวหน้าในงาน โดยประเมินจากประเมินศักยภาพของพนักงาน การรักในองค์กร มีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ไม่เกียจคร้าน มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

6. การให้สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นต่องาน เพื่อให้ทราบว่าจะงานที่ได้รับมอบหมาย หรืองานอื่นๆ มีปัญหาอะไรบ้าง แล้วนำบอกต่อผู้บังคับบัญชา เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไข หรือป้องกันปัญหาต่อไป เป็นการสร้างความสามัคคี มีความรักต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น

7. บริษัทมีการติดตามผลการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาผลตอบแทนความดีความชอบแก่ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งสร้างแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบ มีความขยัน อดทนต่องานที่ได้รับมอบหมาย

อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง พบว่า ปัจจัยการวางแผนกำลังคน มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้นด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านลักษณะการบริหารงาน และด้านภาวะอิสระจากงาน ดังที่ Hicks (1981: 248) ซึ่งได้สรุปว่า การวางแผนเป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหารที่กระทำเพื่อกิจกรรมหนึ่งโดยเฉพาะ การที่จะวางแผนได้สำเร็จผลนั้น จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ด้านลักษณะการบริหารงาน และด้านภาวะอิสระจากงาน ส่วนปัจจัยการสรรหาบุคลากร มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ส่วนปัจจัยการสรรหาบุคลากร มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ส่วนปัจจัยการคัดเลือกบุคลากร มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้นด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย และด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ สอดคล้องกับ Bernadin & Russell (1993) ได้กล่าวว่า การสรรหาเป็นกระบวนการของการค้นหาและชักจูงผู้สมัครที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งงานที่ว่างให้เข้ามาสมัครงานกับองค์กร ส่วนปัจจัยการคัดเลือกบุคลากร มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ส่วนปัจจัยการดำรงรักษา มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ

คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย และด้านลักษณะการบริหารงาน ซึ่ง Carrell, Kuzmits & Elbert (1992) กล่าวว่า การได้ผู้สมัครที่ดีจะทำให้ผลการทำงานนั้น ๆ ดีขึ้นด้วย ส่วนปัจจัยการใช้ประโยชน์ มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ และด้านลักษณะการบริหารงาน ส่วนปัจจัยค่าตอบแทนและสวัสดิการ ผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้น ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ ด้านลักษณะการบริหารงาน ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Geraldo (1999) ได้ศึกษาการประเมินหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพในการใช้ระบบงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน ในฟลอริดา พบว่า หน่วยงานประสบความสำเร็จได้บนพื้นฐานของข้อมูลที่ดี หรือการตัดสินใจบนฐานแห่งความจริง เป็นสภาพเงื่อนไขที่เหมาะสมที่สุดสำหรับหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ยังบ่งชี้ถึงแนวคิดในการวิเคราะห์นโยบายของงบประมาณต้องประกอบด้วยตัวแปรทั้งสภาพแวดล้อมและระดับขององค์กร

ผลการศึกษาปัจจัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขต ภาคกลาง พบว่า ปัจจัยด้านการฝึกอบรมและพัฒนา มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน ในด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการทำงานร่วมกัน ด้านลักษณะการบริหารงาน และด้านภาวะอิสระจากงาน ส่วนปัจจัยการพัฒนาอาชีพ มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน ในด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ยกเว้นด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านการทำงานร่วมกัน ด้านและลักษณะการบริหารงาน ส่วนปัจจัยการบริหารการปฏิบัติงาน มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน ยกเว้นด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน ด้านการทำงานร่วมกัน ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านความภาคภูมิใจในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ingthamjitr (2007) ที่ศึกษากิจกรรมการจัดการทรัพยากรมนุษย์และประสิทธิภาพงานในสหกรณ์” พบว่า กิจกรรมการจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ซึ่งได้แก่ การฝึกอบรมและการพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมของพนักงาน และการให้รางวัลตอบแทน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Paloutzian (2003) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการอยู่ดีมีสุขของพนักงานและพบว่า การอยู่ดีมีสุขเป็นผลพลอยได้ เราคงไม่ได้รับรู้ถึงความรู้สึกของการอยู่ดีมีสุขโดยตรง องค์กรจะดูยิ่งใหญ่ขึ้นได้ก็ต้องอาศัยสติปัญญาควบคู่ไปกับการดูแลพนักงาน มีการสื่อสารเป้าหมายขององค์กรและคุณค่าของงานให้กับพนักงาน โดยสามารถเพิ่มเติมแง่มุมด้านการบริหารในระบบอื่น ๆ ดังนั้น เมื่อมองในภาพรวมสำหรับองค์กรพบว่า ประสิทธิภาพของการอยู่ดีมีสุขขององค์กร เช่น การสามารถบรรลุเป้าหมายและการประสบความสำเร็จเป็นผลพลอยได้จากการดำเนินนโยบายเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพกายและสุขภาพจิตของพนักงานด้วย ส่วนปัจจัยการพัฒนาอาชีพ มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน ในด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม ด้านความมั่นคงและ

ความก้าวหน้า ในงาน ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านความภาคภูมิใจ ในองค์กร ยกเว้นด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้านการทำงานร่วมกัน และลักษณะการบริหารงาน ส่วนปัจจัยการบริหารผลการปฏิบัติงาน มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานทุกด้าน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Krieger et al. (2013) ศึกษาเกี่ยวกับสถานที่ทำงาน มีความยืดหยุ่น เพิ่มขีดความสามารถและคุณภาพชีวิตเสริมสร้างศักยภาพของผู้หญิงที่มีส่วนร่วมในชีวิตทางเศรษฐกิจ เป็นวิธีหนึ่งในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของสตรี ครอบครัว และชุมชน ซึ่งพบว่า สถานที่ทำงานที่ได้รับการออกแบบ มีความยืดหยุ่น มีผลกระทบในเชิงบวกต่อการเสริมสร้าง ส่วน Cummings & Worley (2005) กล่าวว่าคุณภาพชีวิตการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุขในการทำงาน เนื่องจากคุณภาพชีวิตการทำงานเป็นความรู้สึกพึงพอใจในงานและมีสุขภาพจิตที่ดีที่พนักงานจะได้รับจากประสบการณ์ในการทำงาน โดยใช้ผลตอบแทน ความปลอดภัยในการทำงาน ความก้าวหน้า เป็นต้น มาเป็นตัววัดได้ ดังนั้น การให้การสนับสนุนคุณภาพชีวิตของพนักงาน ทั้งในเรื่องของค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม สภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน การพัฒนาความรู้ความสามารถ การทำงานร่วมกัน ลักษณะการบริหารงาน ภาวะอิสระจากงาน และความภาคภูมิใจในองค์กร จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารจะมองข้ามไม่ได้

ผลการศึกษาสภาพและปัญหาคุณภาพชีวิตของพนักงานบริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง จำแนกจาก 1) ปัญหาด้านสภาพเศรษฐกิจ พบว่า สภาพปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งได้รับผลกระทบมาจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงผู้นำทางการเมือง ส่งผลให้นานาประเทศยังไม่กล้าตัดสินใจเข้ามาลงทุน ในส่วนของภาคอุตสาหกรรมและภาคเกษตรกรรม ยังมีจำนวนผู้ว่างงานเพิ่มขึ้น จากกลุ่มผู้ที่เคยทำงานในอุตสาหกรรมและกลุ่มผู้จบการศึกษาใหม่ อีกทั้งค่าครองชีพสูงขึ้น ผลมาจากภาวะผันผวนทางเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ส่งผลต่อรายได้ ทำให้คนปรับพฤติกรรมการบริโภคลดการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น 2) ปัญหาด้านสังคมในองค์กร พบว่า สังคมในนิคมอุตสาหกรรมส่วนใหญ่แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติหรือกลุ่มลูกจ้าง การจะได้รับโอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถ เป็นไปได้ค่อนข้างน้อย เนื่องจากจำนวนพนักงานในบริษัทมีจำนวนมาก ส่วนใหญ่แล้วจะเน้นเฉพาะผู้บริหารหรือผู้ที่ปฏิบัติงานในหน้าที่เฉพาะทางเท่านั้น จึงทำให้พนักงานหลาย ๆ คนขาดโอกาสในการพัฒนาตนเอง และ 3) ปัญหาด้านเทคโนโลยี พบว่า ในนิคมอุตสาหกรรมได้มีการนำอุปกรณ์เครื่องใช้มาใช้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ทันสมัย เกิดผลผลิตที่ดีมีคุณภาพ ปัญหาที่พบ คือ อุปกรณ์ที่จะนำมาใช้มีราคาสูง ทำให้ไม่สามารถซื้อมาใช้ในการทำงานเป็นจำนวนมากได้ อีกทั้งยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gavin & Mason (2004) ซึ่งได้ศึกษาความเครียดในการทำงานส่งผลต่อความสุขในการทำงาน พบว่า เมื่อระดับความเครียดในการทำงานเพิ่มขึ้น จะก่อให้เกิดอุปสรรคในความสำเร็จของเป้าหมาย ซึ่งความเครียดเกิดจากปัจจัย 2 ปัจจัย คือ ลักษณะงาน เช่น ชั่วโมงการทำงานที่ยาวนาน ปริมาณงานมีจำนวนมาก ความไม่ชัดเจนของงาน และปัจจัยจากองค์กร เช่น ความมั่นคงในงาน สภาพการเปลี่ยนแปลงในงาน ความขัดแย้ง ระหว่างเพื่อนร่วมงาน บุคลากรที่มีสุขภาพดีและมีความสุข จะมีแนวโน้มที่จะสร้างผลงานที่ดี มีการสร้างสรรค์สินค้าและบริหารได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้น บุคลากรที่มีความสุขในชีวิตจะมีความสุขในการทำงาน

ผลการศึกษาแนวทางในการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน บริษัทกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมเขตภาคกลาง พบว่า บริษัทได้มีการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานเป็นระยะ ๆ โดยนำวิทยากรจากบุคลากรภายในหน่วยงาน หรืออาจเป็นบุคคลที่ทำงานในองค์กรนั้น ๆ มาเป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปี และมีประสบการณ์ มาเป็นผู้บรรยายให้ความรู้ ถ่ายทอดให้แก่พนักงานใหม่ ๆ และผู้ที่ไม่เคยผ่านเข้ารับการอบรมมาก่อน เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น มีการจัดกำลังคนได้สมดุลกันระหว่างปริมาณงานกับจำนวนพนักงาน โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้าทำงานในแต่ละตำแหน่ง กำหนดขอบเขตภาระหน้าที่ในการทำงาน และจัดทำคู่มือ ระเบียบการปฏิบัติงานให้แก่พนักงานก่อนปฏิบัติงาน มีการนำหลักความเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีการทดสอบความรู้ความสามารถเฉพาะทาง เฉพาะตำแหน่ง ในกรณีที่องค์กรมีตำแหน่งว่าง และต้องการบุคลากรภายในที่มีความรู้ความสามารถ มีความรับผิดชอบต่องาน การสร้างผลงานหรือพัฒนางานอยู่ตลอดเวลา การจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม มีสวัสดิการนอกเหนือจากเงินเดือนที่ได้รับ อาทิเช่น มีเครื่องแบบหรือยูนิฟอร์มในการทำงาน มีบริการรถรับส่ง การได้รับโบนัสประจำปี เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานมีโอกาสดำเนินการและก้าวหน้าในงาน โดยประเมินจากประเมินศักยภาพของพนักงาน การรักในองค์กร มีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ไม่เกียจคร้าน มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ให้สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นต่องาน เพื่อให้ทราบว่าจะงานที่ได้รับมอบหมาย หรืองานอื่น ๆ มีปัญหาอะไรบ้าง แล้วนำบอกต่อผู้บังคับบัญชา เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไข หรือป้องกันปัญหาต่อไป เป็นการสร้างความสามัคคี มีความรักต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น และมีการติดตามผลการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาผลตอบแทนความดีความชอบแก่ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งสร้างแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบ มีความขยัน อดทนต่องานที่ได้รับมอบหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล ศรีแก้ว (2554) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา พบว่า การดำเนินการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของภาครัฐ กลายเป็นสิ่งที่ทุกส่วนราชการให้ความสำคัญ และได้้นำแนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์แนวใหม่มาใช้โดยมีเป้าหมายสูงสุด คือ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มศักยภาพและมีประสิทธิภาพเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ และตอบสนองความต้องการของประชาชน ทำให้จุดมุ่งหมายในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของภาคราชการในปัจจุบัน คือ การสร้างความเข้มแข็งให้กับส่วนราชการ และเพื่อให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นระบบที่เกื้อหนุนต่อการทำงานเชิงยุทธศาสตร์ที่ช่วยให้ส่วนราชการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ผลจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางให้บริษัทหรือสถานประกอบการใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจและกำหนดทิศทางในการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานอันจะส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของบริษัทหรือสถานประกอบการนั้นๆ และเป็นประโยชน์ต่อพนักงาน เมื่อพนักงานได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งผลให้พนักงานมีความรักและซื่อสัตย์ต่อองค์กร ส่งผลดีในเรื่องของประสิทธิภาพและประสิทธิผลของบริษัทหรือสถานประกอบการนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการวิเคราะห์กำลังคนที่เหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติ หรือการวิเคราะห์งานตามจำนวนความต้องการกำลังคนขององค์กร ประเภทของพนักงานที่มีความเหมาะสมที่จะมาปฏิบัติงานให้เพียงพอกับการเปลี่ยนแปลง
2. ควรให้ออกาสพนักงานได้รับการอบรม ศึกษาดูงานนอกสถานที่ เพื่อเป็นการพัฒนาความรู้ความสามารถ เป็นการดัดนิสัยภาพมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. บริษัทหรือสถานประกอบการ ต้องประเมินและวิเคราะห์องค์กรว่ามีสภาพและลักษณะการบริหารเป็นอย่างไร เพราะการประเมินสมรรถนะขององค์กรถือว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างความยั่งยืนในการบริหารบุคลากรในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพ
2. บริษัทหรือสถานประกอบการ ควรมีการจัดระบบการส่งเสริมความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงานที่ชัดเจน ที่มองเห็นการพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม มีการจัดตั้งนโยบายเรื่องระเบียบการปฏิบัติงาน และเรื่องการพัฒนาความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานได้มีส่วนร่วมและสามารถเข้าถึงได้
3. ผู้บริหารและคณะผู้บริหาร ต้องร่วมกันพิจารณาถึงความจำเป็นในการเพิ่มบุคลากร โดยคำนึงถึงปริมาณงาน ผลผลิต รายได้ ซึ่งมีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานในเรื่องของการได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม
4. ผู้บริหารและคณะผู้บริหาร ต้องร่วมกันกำหนดการวางแผนอัตรากำลังและกำหนดระยะเวลาในการปฏิบัติงานของพนักงานให้ชัดเจน

ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติการ

1. ผู้บริหารควรมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ ตรงตามความถนัดและความเหมาะสมกับการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยจัดการให้มีการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาใช้ในการพัฒนางานของตนเอง เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยรวมทั้งตัวบุคลากรและองค์กรอีกด้วย
2. ผู้บริหารและคณะผู้บริหาร ควรจัดให้มีกิจกรรมสนทนาร่วมกันระหว่างพนักงานกับผู้บริหารหรือพนักงานระหว่างแผนก เพื่อเป็นการสร้างความสามัคคีในองค์กร
3. พนักงานควรมีการศึกษานโยบาย ระเบียบการปฏิบัติงานภายในองค์กรให้เข้าใจถึงเงื่อนไขข้อจำกัด และโอกาสต่าง ๆ ที่จะสามารถใช้ในการพัฒนาความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงานของตนเองได้
4. พนักงานควรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงแนวทางนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงานเมื่อมีโอกาสพัฒนาตนเอง โดยการหาความรู้เพิ่มเติมไม่ว่าจะในส่วนงานที่ตนเองรับผิดชอบหรือศึกษาหาความรู้ใหม่ๆ แบบไม่หยุดนิ่ง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน และเป็นการเพิ่มโอกาสความก้าวหน้าในการทำงานให้กับตนเองเมื่อมีโอกาส

เอกสารอ้างอิง

- กองส่งเสริมการมีงานทำ กรมการจัดหางาน. (2559). *ช่างเทคนิคอิเล็กทรอนิกส์*. สืบค้น 15 ตุลาคม 2559, จาก <http://jobnorththailand.com/learning/100work/work110.php>
- จิตติมา อัครดิพงษ์. (2556). *เอกสารประกอบการสอน รหัส 3563404 วิชาการพัฒนาศักยภาพคน*. พระนครศรีอยุธยา: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ทศวรรณ เอี่ยมวิม้งสา และเกียรติชัย เวชภูพานธุ์. (2558). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยมหิดล. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 5(1), 275-282.
- พรพิมล ศรีแก้ว. (2554). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Bernadin, H. J. & Russell, J. E. (1993). *Research in Education*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Carrell, M. R. Kuzmits, F. E. & Elbert, N. F. (1992). *Personnel/Human Resource Management* (4th ed.). NY: McMillan.
- Cummings, T. G. & Worley, C. G. (2005). *Organizational Development and Change*. Cincinnati: OH: South-Western College.
- Gavin, J. H. & Mason, R. O. (2004). The Virtuous Organization: The Value of Happiness in the Workplace. *Organization Dynamics*, 33(4), 379-392.
- Geraldo, E. F. (1999). *An Evaluation of The Effect of Agency Conditions on The Implementation of Florida's Performance-Based Program Budgeting* (Doctoral Dissertation). Tallahassee, FL: The Florida State University.
- Gioia. (2004). *Boosting Quality of Work Life for Your Employees*. Retrieved June 5, 2004, from <http://www.nacsonline.com>.
- Hicks, H. G. (1981). *Management of organizations: A systems and human resources approach*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Ingthamjit, S. (2007). *Analysis of idiomatic expressions in the editorial columns of the Bangkok post and the nation*. Bangkok: Kasetsart. University.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Krieger, N., Chen, J. T., Waterman, P. D., Rehkopf, D. H., & Subramanian, S. V. (2003). Race/ethnicity, gender, and monitoring socioeconomic gradients in health: A comparison of area-based socioeconomic measures—the public health disparities geocoding project. *American Journal of Public Health*, 93(10), 1655–1671.
- Paloutzian, R. F. (2003). The Psychology of Religion. *Annual Review of Psychology*, 54(1), 377-403.

ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ
อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี
PEOPLE'S SATISFACTION WITH THE SERVICES OF THE SALI SUBDISTRICT
ADMINISTRATIVE ORGANIZATION IN BANG PLA MA DISTRICT
SUPHANBURI PROVINCE

ดารินทร์ อุ่อรุณ^{1*}, และสรวงศ์ เสวตวัฒนา¹

Darin Uarun^{1*}, and Sawang Swetwattana¹

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี¹

Faculty of Business Administration and Accounting, Pathumthani university¹

*Corresponding Author E-mail: darin.da.1214@gmail.com

Received October 2, 2024; Revised August 9, 2025; Accepted August 13, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคล 2) ระดับความพึงพอใจ และ 3) เปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้มาจากการคำนวณด้วยสูตรของทาร์โร ยามาเน่ และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา รายด้าน พบว่าด้านที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือด้านช่องทางการให้บริการ รองลงมาคือด้านกระบวนการ/ ขั้นตอนการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร ตามลำดับ ส่วนด้านที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้าน สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพทางครอบครัวและระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่เพศและรายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อความแตกต่างของ ความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า อบต.สาละควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุง ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษ ควบคู่ไปกับการรักษามาตรฐานด้านช่องทางการสื่อสารและ กระบวนการบริการ เพื่อยกระดับความพึงพอใจของประชาชนทุกกลุ่มให้สูงขึ้นอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ประชาชน, การให้บริการ, องค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

Abstract

This quantitative research aimed to 1) examine personal factors, 2) assess the level of public satisfaction, and 3) compare the satisfaction levels of citizens regarding the services provided by the Sali Subdistrict Administrative Organization (SAO) in Suphanburi Province. The sample group consisted of 400 participants, determined using Taro Yamane's formula. A questionnaire was employed as the research instrument, and the data were analyzed using descriptive statistics, t-test, and One-way ANOVA.

The findings revealed that the overall public satisfaction with the services was at a very high level. When considering individual aspects, service channels received the highest satisfaction score, followed by service process/procedures and staff/personnel. The aspect with the lowest satisfaction score was location and facilities. The comparative analysis indicated that differences in marital status and educational level resulted in statistically significant differences in service satisfaction at the .05 level. Conversely, gender and monthly income did not have a statistically significant impact on satisfaction levels. These findings suggest that the Sali SAO should prioritize the improvement of its location and facilities while maintaining high standards in its service channels and processes to sustainably enhance the satisfaction of all citizen groups.

Keywords: Satisfaction, People, Service Provision, Sali Subdistrict Administrative Organization Bang Pla Ma District Suphanburi

บทนำ

การจัดบริการสาธารณะถือเป็นภารกิจหลักขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของประชาชน การให้บริการที่มีประสิทธิภาพนำไปสู่ความพึงพอใจของประชาชน ซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดคุณภาพการปฏิบัติงานขององค์กร กระแสการปฏิรูประบบราชการ ประกอบกับความคาดหวังของประชาชนที่สูงขึ้น ได้สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาในการให้บริการที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ประเด็นท้าทายสำคัญ ได้แก่ การดำเนินงานที่ขาดประสิทธิภาพ มีความล่าช้าซับซ้อน ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างทันท่วงที นอกจากนี้ ข้อจำกัดด้านกฎระเบียบที่ขาดความยืดหยุ่นและระบบการทำงานที่ไม่โปร่งใส ยังเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันสูงได้ เมื่อเทียบกับภาคเอกชน (ชมภูนุช พูนนาค, 2568)

องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) มีสถานะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดับฐานรากซึ่งใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด มีอำนาจหน้าที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาและตอบสนองต่อความต้องการเบื้องต้นของประชาชนในพื้นที่ การจัดตั้งและโครงสร้างการบริหารของ อบต. กำหนดขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยแบ่งโครงสร้างออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ สภาองค์การบริหารส่วนตำบล ทำหน้าที่ฝ่ายนิติบัญญัติ ประกอบด้วยสมาชิกซึ่งมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชน และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ทำหน้าที่ฝ่ายบริหารในท้องถิ่น (วิชาญ ฤทธิธรรม และ บำรุงดา วีรศักดิ์ บำรุงดา, 2564) แต่จากการศึกษาเบื้องต้นและจากสถานการณ์ทั่วไปของการปกครองส่วนท้องถิ่นพบว่าอาจมีปัญหบางประการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของ อบต. สาลีถึงแม้ว่า อบต. จะเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดและมีอำนาจหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ แต่ในทางปฏิบัติ การให้บริการอาจยังไม่ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างทันท่วงที อาจมีความล่าช้าในการดำเนินงาน เอกสารซับซ้อน หรือขั้นตอนที่ไม่ชัดเจน ซึ่งนำไปสู่ความไม่พึงพอใจของผู้มาติดต่อรับบริการ

งานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้บริการของหน่วยงาน เพื่อให้ ผู้มาขอใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในคุณภาพของการให้บริการ ลดความล่าช้า ความซับซ้อนของงานในการให้บริการ และเพิ่มความน่าเชื่อถือในการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของการให้บริการ โดยพนักงานในหน่วยงานต้องมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลได้ทุกหน้าที่ของในหน่วยงานได้เป็นอย่างดี และถูกต้อง มีความรวดเร็วและมีทักษะในการให้บริการประชาชน ได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล
3. เปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ

อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

การศึกษานี้พิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาธิต อำเภอบางพลาม จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีสมมติฐานดังนี้

H₀: ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาธิต อำเภอบางพลาม จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน

H₁: ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาธิต อำเภอบางพลาม จังหวัดสุพรรณบุรี แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบลสาธิต อำเภอบางพลาม จังหวัดสุพรรณบุรี

จากลักษณะทั่วไปของ ตำบลสาธิต อำเภอบางพลาม จังหวัดสุพรรณบุรี มีรากฐานการตั้งถิ่นฐานย้อนกลับไปในอดีตกาล เมื่อ กลุ่มชาวบ้านได้อพยพมาจับจองที่ดินทำกินและสร้างบ้านเรือนรวมกันเป็นกลุ่ม ก่อนจะขยายตัวเป็นชุมชนขนาดใหญ่ขึ้นตามลำดับ การเลือกทำเลที่ตั้งนี้มีปัจจัยสำคัญมาจากลักษณะทางภูมิประเทศที่เป็น ที่ราบลุ่ม ซึ่งเอื้ออำนวยต่อการประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ เพาะปลูกข้าว ที่เป็นอาชีพหลักของราษฎรในอดีต หัวใจสำคัญที่หล่อเลี้ยงชีวิตและวิถีเกษตรกรรมของชาวตำบลสาธิต คือ คลองสาธิต ซึ่งเป็นคลองที่แยกสาขามาจากคลองเจ้าเจ็ด-บางยี่หน ลำคลองแห่งนี้มีความโดดเด่นทางภูมิศาสตร์เนื่องจากเป็น ลำคลองที่มีความคดเคี้ยวมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งน้ำสำคัญสำหรับการเพาะปลูกเท่านั้น แต่ยังเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำนานาชนิด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปลาจำนวนมากที่อาศัยอยู่บริเวณหน้าวัดสาธิต ซึ่งสะท้อนถึงความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศในอดีต นอกจากนี้ ในสมัยโบราณ คลองสาธิตที่แต่เดิมเป็นเพียง ลำรางสาธิต ยังมีบทบาทเป็น แหล่งน้ำสำหรับนายควาญช้างนำช้างที่ใช้ลากซุงมาพักและดื่มน้ำ ซึ่งบ่งชี้ถึงความเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการคมนาคมในอดีต (องค์การบริหารส่วนตำบลสาธิต, ม.ป.ป.)

ลักษณะทั่วไปของของตำบลสาธิต มีที่มาจากลักษณะทางพืชพรรณและการเพาะปลูกในท้องถิ่น กล่าวคือ ในอดีตบริเวณนี้เป็น แหล่งเพาะปลูกข้าวชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายข้าวสาธิต กระจายอยู่ทั่วทั้งตำบล จึงเป็นที่มาของชื่อ “ตำบลสาธิต” ที่ใช้เรียกขานกันสืบมา นอกจากนี้ การปรากฏของ ต้นตระกูลนามสกุล “สาธิตผล” ยังเป็นอีกหนึ่งหลักฐานเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นว่าพื้นที่แห่งนี้เคยเป็น “อู่ข้าวอู่น้ำ” ที่มีความอุดมสมบูรณ์และเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของภูมิภาค (องค์การบริหารส่วนตำบลสาธิต, ม.ป.ป.)

การบริหารจัดการและเขตการปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ในอดีต ตำบลสาละประกอบด้วย 5 หมู่บ้านหลัก ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านสาละ, หมู่ที่ 2 บ้านสาละ, หมู่ที่ 3 บ้านลาดน้ำขาว, และหมู่ที่ 4 บ้านทรงกระเทียม ด้วยการเพิ่มขึ้นของประชากรและการขยายตัวของชุมชน ทำให้มีการปรับปรุงการแบ่งเขตการปกครองในเวลาต่อมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หมู่ที่ 5 บ้านบึงคา ที่มีประชากรเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้มีการแยกหมู่บ้านออกเป็น หมู่ที่ 6 บ้านเสาธงทอง และยังมีการแยกพื้นที่ออกจากหมู่เดิมเพื่อจัดตั้งหมู่บ้านใหม่เพิ่มเติม คือ หมู่ที่ 7 บ้านทรงกระเทียม ซึ่งแยกมาจากหมู่ที่ 4 บ้านทรงกระเทียม และ หมู่ที่ 8 บ้านสาละ ซึ่งแยกมาจากหมู่ที่ 2 บ้านสาละ (องค์การบริหารส่วนตำบลสาละ, ม.ป.ป.)

ยุทธศาสตร์ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

เพื่อตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป องค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ได้กำหนด มีวิสัยทัศน์ อันเป็นเป้าหมายเชิงอุดมคติที่มุ่งหวังให้เกิดขึ้นในอนาคต โดยวิสัยทัศน์เพื่อตอบสนองต่อท้องถิ่นในอนาคตที่พึงประสงค์อย่างรอบด้านภายใต้วิสัยทัศน์ว่า “สาธารณูปโภคพร้อมสิ่งแวดล้อมดี ตามวิถีเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนเข้มแข็ง สืบสานประเพณีวัฒนธรรม” จากวิสัยทัศน์นี้บ่งชี้ถึงความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์พื้นที่ที่เพียบพร้อมด้วยปัจจัยพื้นฐาน มีระบบนิเวศที่ยั่งยืน ดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และอนุรักษ์สืบสานมรดกทางวัฒนธรรมอันดีงาม

จากการกำหนดวิสัยทัศน์ดังกล่าว คณะกรรมการพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบล ร่วมกับ ประชาคมท้องถิ่น ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง ได้ร่วมกันจัดทำ ยุทธศาสตร์ การพัฒนาซึ่งประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก เพื่อเป็นแนวทางในการบรรลุวิสัยทัศน์ที่วางไว้ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

(องค์การบริหารส่วนตำบลสาละ, 2562)

แนวคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

Giese and Cote (2000) ได้คำนิยามความพึงพอใจของผู้บริโภคมีองค์ประกอบร่วมกัน 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการตอบสนอง (Response) เป็นการตอบสนองทางอารมณ์ (Affective) หรือการรับรู้ (Cognitive) โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้การตอบสนองทางอารมณ์ในการอธิบายความพึงพอใจ และการตอบสนองนี้มีความเข้มข้นที่แตกต่างกันไป

2. ด้านการเน้นของการตอบสนอง (Focus) การเกิดความพึงพอใจ ซึ่งมักจะเกี่ยวข้องกับการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกับมาตรฐานบางอย่าง จุดเน้นอาจหลากหลาย เช่น ผลลัพธ์ ประสิทธิภาพการบริการ การตัดสินใจซื้อ พนักงานขาย หรือสถานที่ซื้อ

3. ช่วงเวลาของการตอบสนอง (Timing) เป็นช่วงเวลาที่เกิดการตอบสนอง โดยทั่วไปถือว่าเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นหลังการซื้อ (post purchase) แต่ก็อาจเกิดขึ้นก่อนการเลือกซื้อ หรือแม้กระทั่งในกรณีที่ไม่มีการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นก็ได้

จากการนิยามดังกล่าว หากนำมาเปรียบเทียบกับนำมาใช้ให้บริการของภาครัฐนั้น เมื่อประชาชนได้รับบริการจากภาครัฐ การตอบสนองก็คือปฏิกิริยาหรือความรู้สึกที่เกิดขึ้น เช่น รู้สึกพึงพอใจมาก จะสะท้อนถึงอารมณ์เชิงบวก แต่หากรู้สึกหงุดหงิด เป็นการสะท้อนอารมณ์เชิงลบ หรือการประเมินว่าบริการนั้น “มีประสิทธิภาพ” “รวดเร็ว” “สะดวก” หรือ “ไม่โปร่งใส” ซึ่งเป็นการสะท้อนถึงการตอบสนองด้านการรับรู้

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ

Parasuraman et al. (1985) ได้อธิบายถึงแนวคิดของคุณภาพการบริการ (Service Quality) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เข้าใจยากและยังไม่มีนักวิจัยมากนักเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า โดยผู้เขียนระบุว่า บริการมีความแตกต่างจากสินค้าในด้าน ความรู้ตัวตน ความหลากหลาย และการผลิตกับการบริโภคที่แยกจากกันไม่ได้ ทำให้การประเมินคุณภาพการบริการเป็นเรื่องที่ท้าทายกว่า เพื่อแก้ไขปัญหานี้ งานวิจัยเชิงสำรวจได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารและจัดกลุ่มโฟกัสกับผู้บริโภค เพื่อพัฒนา แบบจำลองคุณภาพการบริการ ที่เสนอว่าคุณภาพที่รับรู้ขึ้นอยู่กับ ช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับการบริการที่ได้รับจริง รวมถึง ช่องว่างอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ การตลาด และการส่งมอบบริการ การวิจัยนี้ยังระบุ ปัจจัยสำคัญ 10 ประการ (Servqual Dimensions) ได้แก่

1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถขององค์กรในการให้บริการที่ตรงตามคำมั่นสัญญาอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอในทุกครั้งที่ให้บริการ เป็นหัวใจสำคัญของบริการที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงสุด รวมถึงการส่งมอบบริการที่ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก และการปฏิบัติตามสัญญา เช่น การส่งมอบตามกำหนดเวลา หรือการแก้ไขปัญหาตามที่ตกลงไว้

2. การตอบสนอง (Responsiveness) ความเต็มใจและความรวดเร็วของพนักงานในการให้บริการ แก่ลูกค้าอย่างทันท่วงที รวมถึงการให้ความช่วยเหลือทันทีเมื่อลูกค้าต้องการ การตอบสนองต่อคำถามหรือข้อร้องเรียนอย่างรวดเร็ว และการไม่ปล่อยให้ลูกค้ารอนานเกินไป

3. ความสามารถ (Competence) การที่พนักงานผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ที่จำเป็นและความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณภาพตามที่ลูกค้าคาดหวัง รวมถึงความสามารถในการตอบคำถาม แก้ปัญหา และให้คำแนะนำที่ถูกต้องแก่ลูกค้า

4. การเข้าถึง (Access) ความง่ายและความสะดวกที่ลูกค้าจะสามารถเข้าถึงบริการ หรือติดต่อกับผู้ให้บริการได้ เช่น ช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย ผ่านทางโทรศัพท์ ช่องทางออนไลน์ หรือที่จุดบริการ ชั่วโมงการให้บริการที่เหมาะสม และสถานที่ตั้งที่เดินทางสะดวก

5. ความสุภาพ (Courtesy) ความสุภาพอ่อนน้อม การให้เกียรติ และความเป็นมิตรของบุคลากร ที่ให้บริการต่อลูกค้า รวมถึงการทักทายด้วยรอยยิ้ม การใช้คำพูดที่เหมาะสม และการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเอาใจใส่

6. การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารข้อมูลที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และถูกต้องแก่ลูกค้า รวมถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ ขั้นตอน ราคา และเวลาที่คาดว่าจะได้รับบริการ นอกจากนี้ยังรวมถึงการรับฟังความคิดเห็น คำถาม หรือข้อกังวลของลูกค้าอย่างตั้งใจ

7. ความน่าเชื่อถือทางใจ (Credibility) การที่ผู้ให้บริการเป็นที่ไว้วางใจ ซื่อสัตย์ และมีความน่าเชื่อถือในสายตาของลูกค้า ซึ่งมาจากการมีชื่อเสียงที่ดี ความตั้งใจที่จะรักษาสัญญา และการแสดงออกถึงความสนใจในผลประโยชน์ของลูกค้าอย่างแท้จริง

8. ความปลอดภัย (Security) การทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยจากความเสี่ยงหรืออันตราย ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงทางกายภาพ ความปลอดภัยในสถานที่ให้บริการ ความเสี่ยงทางการเงินที่ต้องมีการปกป้องข้อมูลส่วนตัว หรือทางจิตใจ เช่นการไม่รู้สึกอึดอัดหรือถูกคุกคาม

9. ความเข้าใจลูกค้า (Understanding or Knowing the Customer) ความพยายามของผู้ให้บริการ ในการทำความเข้าใจความต้องการและความคาดหวังเฉพาะบุคคลของลูกค้าแต่ละราย รวมถึงการจดจำลูกค้าประจำ การให้บริการที่ปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์เฉพาะ และการแสดงออกถึงความห่วงใยในปัญหาของลูกค้า

10. จับต้องได้ (Tangibles) องค์ประกอบทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ ซึ่งเป็นตัวแทนสะท้อนคุณภาพของบริการ เช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และรูปลักษณ์ของพนักงาน อย่างเช่น เครื่องแบบที่สะอาดและเหมาะสม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปาริชาติ ชุมพงศ์ และธีรยุทธ ชะนิล (2568) ศึกษา การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการจาก องค์การบริหารส่วนตำบล ปากนคร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความ พึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลปากนคร อำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช และ ศึกษาปัญหา อุปสรรคและแนวทางพัฒนาการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล ปากนคร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากประชาชน

ในพื้นที่จำนวน 371 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด 5,120 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ผลด้วยค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน งานด้านพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม ซึ่งมีความพึงพอใจสูงสุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.78 (คิดเป็นร้อยละ 95.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้รับความพึงพอใจสูงสุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.79 (ร้อยละ 95.83) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.78, ร้อยละ 95.65) ด้านช่องทางการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.77, ร้อยละ 95.44) และ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.77, ร้อยละ 95.36) ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม การวิจัยยังพบว่า ปัญหาและอุปสรรค ในการให้บริการหลายประการ ได้แก่ ระบบและขั้นตอนการให้บริการที่ซับซ้อนและเข้าถึงยาก บุคลากรที่ยังมีความรู้ความเข้าใจในงานไม่ทั่วถึง สถานที่ให้บริการที่ไม่เอื้ออำนวย และช่องทางการให้บริการที่ยังไม่ครอบคลุมเพียงพอ

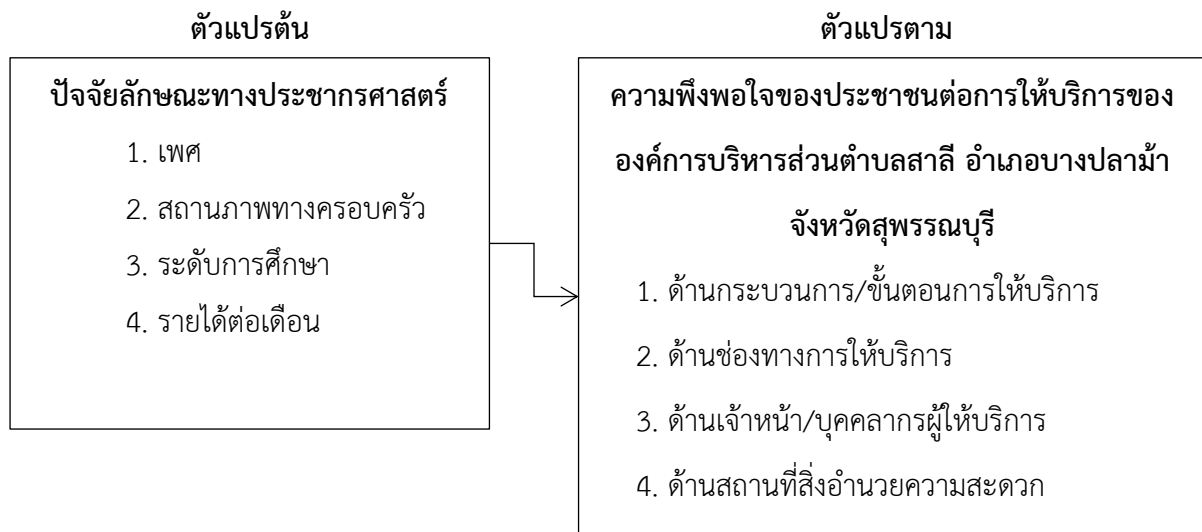
ดนัย ลามคำ และคณะ (2568) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในพื้นที่ต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองบัวบาน อำเภอหนองบัวขง จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในพื้นที่ต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองบัวบาน 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนในพื้นที่ต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองบัวบาน ที่จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ 3) ศึกษาหาแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองบัวบาน อำเภอหนองบัวขง จังหวัดอุดรธานี โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างประชาชน 378 คน คำนวณตามสูตรของทาโร ยามาเน่ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงสถิติเชิงอนุมาน (t-test และ F-test) ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชน ต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองบัวบาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.62 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้มารับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.72) รองลงมาคือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (3.71) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (3.37) สำหรับการเปรียบเทียบความพึงพอใจตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ประชาชนที่มีลักษณะแตกต่างกันไม่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองบัวบานที่แตกต่างกัน ซึ่งขัดแย้งกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลลัพธ์นี้ยังคงเป็นจริงเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน งานวิจัยนี้เสนอแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองบัวบานว่า ควรมีนโยบายในการจัดหาอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้เพียงพอ ต่อความต้องการใช้งาน และ พัฒนาทักษะของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานด้านเครือข่ายสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการประชาชน

อมรเทพ วงศ์ตลาด และปริญญารณ โนภาส (2568) ได้ศึกษาการประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลโพธิ์ชัย อำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด งานวิจัยนี้มี

วัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการ ของเทศบาลตำบลโพธิ์ชัย อำเภอนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด และ ศึกษาปัญหาข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการให้บริการดังกล่าว โดยได้ทำการสำรวจประชากร 374 คน จากประชากรทั้งหมด 5,759 คน ในเขตเทศบาล เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการด้านงานพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 4.39 หรือคิดเป็นร้อยละ 87.80 โดยพิจารณาจาก 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านกระบวนการช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และ ด้านกระบวนการสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ ประชาชนยังมี ข้อเสนอแนะ เพื่อการพัฒนาการให้บริการ ซึ่งควรตระหนักถึงความสำคัญของผู้สูงอายุ และจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง ควรให้ความสำคัญกับการป้องกันและควบคุมโรคระบาด ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และการดำเนินงานโครงการหรือกิจกรรมควรรักษามาตรฐานการบริการไว้ และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับมาตรฐานบริการให้สูงขึ้น พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากประชาชน

พิมพ์พัชรา หยิมการุณ และอรุณ ไชยนิษฐ์ (2567) ศึกษาการประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลทิววัฒนา อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดนนทบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของ อบต.ทิววัฒนา 2) ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะ และ 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือประชาชนผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที (t-test) ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยคือ อบต. ควรเพิ่มช่องทางการบริการออนไลน์ เสริมสร้างศักยภาพเจ้าหน้าที่ และพัฒนาบริการเชิงรุกเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิด



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชาชนผู้รับบริการในเขตพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาธิต อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 9,066 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้แก่ประชากรผู้รับบริการในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลสาธิต อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาร์ยามาเน่ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาธิต อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open- ended Questionnaire)

การประเมินความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

การหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบวัด (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบและพิจารณา หลังการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบวัด พบว่าข้อคำถามวัดได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 1.00

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับที่ผ่านการประเมินของผู้เชี่ยวชาญตามผลการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) แล้วนำไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษาในองค์การบริหารส่วนตำบลกฤษณา อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 30 คน

นำผลที่ได้จากการทดลองใช้ (Try-Out) มาวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าที่เหมาะสมควรมีค่าตั้งแต่ .70 ขึ้นไป (Cronbach, 1951) หลังการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .98 ซึ่งมากกว่า .70 จึงถือได้ว่าแบบสอบถามของงานวิจัยนี้ มีความถูกต้องและเชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากประชาชนผู้รับบริการที่อาศัยในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อธิบายคุณลักษณะของตัวแปรต่าง ๆ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

สำหรับการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพื่อหาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้สถิติ คือ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ด้วยการวิเคราะห์ที่ Independent

Sample t test และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไปด้วย วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.50 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51.25 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.75 และมีรายได้ต่อเดือน \ 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.25

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ : ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ				
1. ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความคล่องตัว	4.46	.806	มากที่สุด	3
2. มีการให้บริการด้วยความครบถ้วน ถูกต้อง ง่าย และเป็นธรรม	4.41	.821	มากที่สุด	4
3. การให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว และทันเวลา	4.33	.862	มากที่สุด	5
4. การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง มีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน	4.50	.779	มากที่สุด	1
5. มีการแจ้งระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการในแต่ละเรื่องอย่างชัดเจน	4.46	.803	มากที่สุด	2
รวม	4.43	.764	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง มีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ($\bar{X} = 4.50$)

รองลงมา คือ มีการแจ้งระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการในแต่ละเรื่องอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.46$) ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความคล่องตัว ($\bar{X} = 4.46$) มีการให้บริการด้วยความครบถ้วน ถูกต้อง ง่าย และเป็นธรรม ($\bar{X} = 4.41$) การให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว และทันเวลา ($\bar{X} = 4.33$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี : ด้านช่องทางการให้บริการ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ด้านช่องทางการให้บริการ				
1. การประกาศข่าว หรือ ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ชัดเจน เหมาะสม เข้าใจง่าย	4.49	.813	มากที่สุด	1
2. มีช่องทางการประสานงาน ติดต่อ ที่สะดวก และหลากหลาย เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต คณะกรรมการหมู่บ้าน เป็นต้น	4.45	.773	มากที่สุด	3
3. มีการออกหน่วยเคลื่อนที่เพื่อให้บริการนอกสถานที่	4.37	.800	มากที่สุด	4
4. มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบและเข้าใจในการดำเนินงาน	4.49	.792	มากที่สุด	2
รวม	4.45	.729	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ การประกาศข่าว หรือ ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ชัดเจน เหมาะสม เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.49$) รองลงมา คือ มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบและเข้าใจในการดำเนินงาน ($\bar{X} = 4.49$) มีช่องทางการประสานงานติดต่อ ที่สะดวก และหลากหลาย เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต คณะกรรมการหมู่บ้าน เป็นต้น ($\bar{X} = 4.45$) และ มีการออกหน่วยเคลื่อนที่เพื่อให้บริการนอกสถานที่ ($\bar{X} = 4.37$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหาร ส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี: ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหาร ส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรผู้ให้บริการ				
1. เจ้าหน้าที่แต่งกายเรียบร้อย และเหมาะสม	4.40	.630	มากที่สุด	1
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ และเป็นกันเอง	4.37	.638	มากที่สุด	3
3. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น เอาใจใส่ และมี ความพร้อมในการให้บริการ	4.30	.665	มากที่สุด	6
4. เจ้าหน้าที่บริการด้วยความถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว	4.31	.668	มากที่สุด	5
5. เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ สามารถ ตอบคำถาม ชี้แจงหรือสงสัย ให้คำแนะนำช่วยแก้ปัญหาได้ อย่างถูกต้อง น่าเชื่อถือ และได้รับบริการที่ดี	4.38	.664	มากที่สุด	2
6. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่รับสิ่งของ ตอบแทน หรือสินบน และไม่หาประโยชน์ ในทางมิชอบ	4.33	.686	มากที่สุด	4
รวม	4.35	.581	มากที่สุด	

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรผู้ให้บริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ แต่งกายเรียบร้อย และเหมาะสม ($\bar{x} = 4.40$) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถในการ ให้บริการ สามารถตอบคำถาม ชี้แจงหรือสงสัย ให้คำแนะนำช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง น่าเชื่อถือ และได้รับบริการที่ดี ($\bar{x} = 4.38$) เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ และเป็นกันเอง ($\bar{x} = 4.37$) เจ้าหน้าที่ ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่รับสิ่งของตอบแทน หรือสินบน และไม่หาประโยชน์ ในทางมิชอบ ($\bar{x} = 4.33$) เจ้าหน้าที่บริการด้วยความถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.31$) และเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วย ความกระตือรือร้น เอาใจใส่ และมีความพร้อมในการให้บริการ ($\bar{x} = 4.30$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ที่ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี: ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ตั้งของหน่วยงาน สะดวกในการเดินทางมารับบริการ	4.45	.643	มากที่สุด	1
2. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ โทรศัพท์ สาธารณะ ที่นั่งรอรับบริการ มีความเพียงพอ	4.40	.675	มากที่สุด	2
3. ป้าย ข้อความที่แสดงถึงขั้นตอนการให้บริการ มีความชัดเจน เข้าใจง่าย	4.35	.680	มากที่สุด	3
4. มีการกำหนดเอกสารประกอบการพิจารณาที่เหมาะสม ชัดเจน	4.30	.697	มากที่สุด	4
5. มีตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์มที่ชัดเจน	4.02	.611	มากที่สุด	5
รวม	4.30	.611	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งของหน่วยงาน สะดวกในการเดินทางมารับบริการ ($\bar{x} = 4.45$) รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ โทรศัพท์สาธารณะ ที่นั่งรอรับบริการ มีความเพียงพอ ($\bar{x} = 4.40$) ป้าย ข้อความที่แสดงถึงขั้นตอนการให้บริการ มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ($\bar{x} = 4.35$) มีการกำหนดเอกสารประกอบการพิจารณาที่เหมาะสม ชัดเจน ($\bar{x} = 4.30$) และมีตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์มที่ชัดเจน ($\bar{x} = 4.02$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ที่ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวม

ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	4.43	.764	มากที่สุด	2
2. ด้านช่องทางการให้บริการ	4.45	.729	มากที่สุด	1
3. ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรผู้ให้บริการ	4.35	.581	มากที่สุด	3
4. ด้านสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวก	4.30	.611	มากที่สุด	4
รวม	4.38	.424	มากที่สุด	

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด จัดเรียงอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการให้บริการ ($\bar{X} = 4.45$) ด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.43$) ด้านเจ้าหน้าที่ / บุคลากรผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 4.35$) ด้านสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.30$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 6 ที่ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี	เพศ		สถานภาพทางครอบครัว		ระดับการศึกษา		รายได้ต่อเดือน	
	t	Sig	F	Sig	F	Sig	F	sig
1. ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	1.272	0.204	7.894	0.001*	3.260	0.04*	0.209	0.812
2. ด้านช่องทางการให้บริการ	0.926	0.355	5.875	0.003*	1.555	0.213	0.052	0.950
3. ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรผู้ให้บริการ	-0.515	0.607	0.732	0.483	0.021	0.979	0.600	0.550
4. ด้านสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวก	1.610	0.108	0.748	0.475	0.630	0.533	1.140	0.321
รวม	1.375	0.170	3.353	0.038*	1.156	0.316	0.114	0.892

จากตารางที่ 6 ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรีเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า สถานภาพทางครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมที่แตกต่างกัน สำหรับด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ และด้านช่องทางการให้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ในขณะที่ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า ด้านในขณะที่เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้ศึกษาสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ จากการศึกษาค้นคว้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง มีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน รองลงมา คือ มีการแจ้งระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการในแต่ละเรื่องอย่างชัดเจน ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความคล่องตัว มีการให้บริการด้วยความครบถ้วน ถูกต้อง ง่าย และเป็นธรรม การให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว และทันเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาวี คำวงศ์ (2563: 9) ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง การทำให้ความรู้สึกของบุคคลที่ได้รับบริการในสิ่งที่ดีเป็นที่ประทับใจ ตามที่ผู้รับบริการตั้งใจไว้หรือมากกว่าที่คิดไว้ การจะทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจ หน่วยให้บริการต้องวางระบบโครงสร้างที่ดี สอดคล้องสัมพันธ์กันทุกฝ่าย เช่น ด้านบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้าใจในหน้าที่ ต้องมีใจรักในการให้บริการ มีความเชื่อมั่นและมั่นใจเมื่อบริการ ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย และด้านสถานที่สะอาดพื้นที่เหมาะสมกับการให้บริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งจากองค์ประกอบอีกหลาย ๆ ด้านที่จะนำไปสู่จุดสูงสุดในเรื่องความพึงพอใจ ตามลำดับ

2. ด้านช่องทางการให้บริการ จากผลการศึกษาค้นคว้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก การประกาศข่าว หรือประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ชัดเจน เหมาะสม เข้าใจง่าย มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบและเข้าใจในการดำเนินงาน มีช่องทางการประสานงาน ติดต่อ ที่สะดวก และหลากหลาย เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต คณะกรรมการหมู่บ้าน เป็นต้น มีการออกหน่วยเคลื่อนที่เพื่อให้บริการนอกสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปาณิสรา ประจุทะศรีและคณะ (2560) ได้ศึกษาการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลคือได้ อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร

3. ด้านเจ้าหน้าที่/บุคคลากรผู้ให้บริการ จากผลการศึกษา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการเจ้าหน้าที่แต่งกายเรียบร้อย และเหมาะสม เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่รับสิ่งของตอบแทน หรือสินบน และไม่หาประโยชน์ในทางมิชอบเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ และเป็นกันเอง เจ้าหน้าที่บริการด้วยความถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ สามารถตอบคำถาม ชี้แจงหรือสงสัย ให้คำแนะนำช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง น่าเชื่อถือ และได้รับบริการที่ดี เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น เอาใจใส่ และมีความพร้อมในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนารี แสนพยุห์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสาธารณะของเทศบาล ตำบลโพธิ์ทอง อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการสาธารณะของเทศบาลตำบลโพธิ์ทอง อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านพบว่าด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ทั้ง 4 ด้านดังกล่าวนี้ประชาชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความแตกต่างด้านเพศมีความพึงพอใจแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า เทศบาลควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นให้มากยิ่งขึ้น และเทศบาลควรจัดระบบประมาณการพัฒนาคโครงสร้างพื้นฐานให้เพียงพอกับความต้องการของประชาชน และผู้บริหาร พนักงานเทศบาลควรมาปฏิบัติงานให้ตรงต่อเวลา

4. ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เพศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ พิมพ์พัชชา หยิมการุณ และอรุณ ไชยนิษฐ์ (2567) ที่พบว่าปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลทิวพัฒนา ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสาละ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย อบต.หุ่มเทการจัดกิจกรรมส่งเสริมท่องเที่ยวหรือเพิ่มรายได้อย่างจริงจัง ปรับปรุงถนนบางเส้นทางให้ดีขึ้น ประชาชนต้องการบ่อบาดาลเพื่อใช้ในการเกษตร ปรับปรุงในเรื่องการเก็บขยะเพิ่มไฟฟ้าตามท้องถนน ปรับปรุงน้ำ เนื่องจากเป็นตึกตะกอน การให้บริการแก้ไขเรื่องน้ำขัง น้ำเน่าเสีย

เพิ่มกล้องวงจรปิดในจุดเปลี่ยนและเสี่ยงอันตราย เพิ่มราคาสินค้าเกษตร และ หาวิธีการเอาน้ำจากแหล่งน้ำมาใช้เพื่อการเกษตรช่วยเหลือชาวบ้านในยามภัยแล้ง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยเฉพาะด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จากงานวิจัยนี้แม้ว่าโดยภาพรวมประชาชนจะมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกด้านก็ตาม แต่พบว่าด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ การวิจัยครั้งต่อไปสามารถมุ่งเน้นไปที่การศึกษาด้านนี้โดยเฉพาะ เพื่อระบุปัญหาและอุปสรรคที่อาจซ่อนอยู่ รวมถึงสำรวจความต้องการและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากประชาชนเพื่อปรับปรุงด้านนี้ให้ดียิ่งขึ้น

2. ศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสนับสนุนในงานวิจัยให้มีลักษณะเชิงยืนยัน ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยในอนาคตสามารถใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group) กับประชาชน เพื่อทำความเข้าใจถึงสาเหตุเบื้องหลังของระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน โดยเฉพาะในประเด็นที่คะแนนความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ หรือเพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมมากขึ้นนอกเหนือจากที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิด

องค์ความรู้ใหม่

1. จากงานวิจัยนี้พบว่า ช่องทางการให้บริการ เป็นด้านที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็น การประกาศข่าว หรือ ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางต่างๆ ชัดเจน เหมาะสม เข้าใจง่าย ซึ่งได้คะแนนสูงสุดในทุกข้อย่อย สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่า ประชาชนให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่ เข้าถึงและเข้าใจง่ายมากที่สุด การสื่อสารจึงไม่ใช่แค่การแจ้งให้ทราบ แต่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น หรือ อปท. ควรลงทุนและให้ความสำคัญกับการสื่อสารหลายช่องทาง (Omni-channel) ทั้งแบบดั้งเดิม ที่ใช้อยู่ เช่น เสียงตามสาย คณะกรรมการหมู่บ้าน และในรูปแบบดิจิทัล ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ผ่านทาง Facebook หรือผ่านทาง Line Official โดยเน้นการทำความเข้าใจ กระชับ เข้าใจง่าย และตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

2. ประชาชนรับรู้คุณภาพบริการผ่านสิ่งที่มองเห็นและสัมผัสได้ ทั้งในเชิงกายภาพ (Physical) และเชิงบุคลากร (Personnel) ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ และภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่เปรียบเสมือนเป็น “ประตูบานแรก” ของการสร้างภาพประทับใจ อปท. ไม่ควรมองข้ามความสำคัญของกายภาพ ตั้งแต่ป้ายบอกทางที่ชัดเจน ที่จอดรถที่เพียงพอ ไปจนถึงการกำหนดมาตรฐานการแต่งกายของบุคลากรที่ให้บริการ เพื่อสร้างภาพลักษณ์แห่งความเป็นมืออาชีพ

3. หัวใจสำคัญที่ประชาชนที่สะท้อนจากงานวิจัยนี้คือ การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง มีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน เป็นการสะท้อนถึงประสิทธิภาพของกระบวนการไม่ได้วัดที่ความเร็วเพียงอย่าง

เดียว แต่ถูกวัดด้วย ความชอบธรรม และ ความเป็นธรรม ที่ประชาชนรับรู้ได้ ความรู้สึกว่าตนเองได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม เป็นรากฐานสำคัญของความพึงพอใจในระบบราชการ อบต. ต้องมีระบบการจัดการคิวที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ ขั้นตอนการบริการต้องเป็นมาตรฐานเดียวกันสำหรับทุกคน และควรสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจถึงหลักเกณฑ์ต่างๆ อย่างชัดเจน เพื่อลดข้อกังขาและสร้างความรู้สึกเป็นธรรมให้กับประชาชนที่เข้ามาใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชมภูณัฐ หุ่นนา. (2568). แนวทางการพัฒนาระบบราชการในประเทศไทยตามทฤษฎีการจัดการภาครัฐแนวใหม่. *วารสารนวัตกรรมธุรกิจ การจัดการ และสังคมศาสตร์*, 6(1), 72-86.
- ดนัย ลามคำ, ทองคำ เกษจันทร์ และพระครูสุนทรวิชัย. (2568). ความพึงพอใจของประชาชนในพื้นที่ต่อการให้บริการของเทศบาลตำบล หอนงบัวบาน อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี. *วารสารเมธีวิจัย*, 2(1), 88-101.
- ปาณิสรา ประจวบาศรี, ดวงพร เทียนถาวร, พนิดา ไครลามเมา และจักรเศ เมตตะธำรงค์. (2560). *การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลค้อใต้ อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร* (รายงานการวิจัย). สกลนคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร.
- ปาริชาติ ชุมพงศ์ และธีรยุทธ ชะนิล. (2568). การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบล ปากนคร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ*, 8(1), 25-36.
- พิมพ์พัชชา หยิมการุณ และอรุณ ไชยนิทย์. (2567). การประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยพัฒนา อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 13(6), 398-410.
- วิชาญ ฤทธิธรรม และ บำรุงตา วีระศักดิ์ บำรุงตา. (2564). องค์การบริหารส่วนตำบล: บริบททั่วไป, สภาพปัญหา และแนวคิดที่ควรปฏิรูป. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม*, 8(5), 1-16.
- วิภาวี คำวงศ์. (2563). *การศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนในการใช้บริการโรงอาหาร โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ ปทุมธานี* (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.

- สุนารี แสนพยุห์. (2557). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสาธารณะของเทศบาล ตำบลโพธิ์ทอง อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด* (สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). ร้อยเอ็ด: มหาวิทยาลัยมหาภูมิ-
ราชวิทยาลัย.
- องค์การบริหารส่วนตำบลสาเลี. (2562). *ยุทธศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาเลี อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี*. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2568
จาก <https://www.sali.go.th/plan/strategic/content/274>
- องค์การบริหารส่วนตำบลสาเลี. (ม.ป.ป.). *ประวัติ/สภาพทั่วไป*. SALI. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2568
จาก <https://www.sali.go.th/tambon/general>
- อมรเทพ วงศ์ตลาด และปริญญาภรณ์ โนนาศ. (2568). การประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพ
การให้บริการของเทศบาลตำบลโพธิ์ชัย อำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารครุพัฒนาปริทรรศน์*,
2(1), 59–73. สืบค้น จาก <https://so14.tci-thaijo.org/index.php/JEDRS/article/view/1648>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 1
6, 297-334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>.
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of marketing scienc
e review*, 1(1), 1-22.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality
and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.

ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษี ของเทศบาลเมืองลาด
สวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
PEOPLE'S SATISFACTION WITH TAX COLLECTION SERVICES OF LAT SAWAI
MUNICIPALITY, LAM LUK KA DISTRICT, PATHUM THANI PROVINCE

วรรณวิษา ทองมี^{1*}, และจิราภรณ์ ชันทอง¹

Wanvisa Tongmee^{1*}, and Jiraphon Kanthong¹

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี¹

Faculty of Business Administration and Accounting, Pathumthani University¹

*Corresponding Author E-mail: wanvisatongmee295@gmail.com

Received October 2, 2024; Revised August 20, 2025; Accepted August 22, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษี และ 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจดังกล่าวในบริบทของเทศบาลเมืองลาดสวาย ซึ่งเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตปริมณฑลที่มีการขยายตัวสูง การวิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 364 คน ซึ่งได้มาจากการคำนวณด้วยสูตรของทาร์โรว์ ยามาเน่ และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมมติฐานสัมพัทธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งความพึงพอใจต่อ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งได้รับคะแนนสูงสุด สำหรับปัจจัยด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับความพึงพอใจโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการจัดหาข้อมูลให้ครบถ้วนตามความประสงค์ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์สูงในระดับร้อยละ 80.90 งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ในยุคดิจิทัลที่กฎหมายภาษีมีความซับซ้อน ประสิทธิภาพของการให้บริการจัดเก็บภาษีไม่สามารถแยกขาดจากคุณภาพของการให้บริการข้อมูลข่าวสารได้อีกต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถของบุคลากรในการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้อง ได้กลายเป็นปัจจัยขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Driver) ที่สำคัญที่สุดในการสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจของประชาชนต่อบริการภาครัฐ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, การให้บริการจัดเก็บภาษี, เทศบาลเมืองลาดสวาย, อำเภอลำลูกกา, จังหวัดปทุมธานี

Abstract

This quantitative research aimed to 1) study the level of people's satisfaction with tax collection services and 2) analyze the relationship between information service provision and the aforementioned satisfaction in the context of Lat Sawai Municipality, a rapidly urbanizing suburban local government organization. A survey research design was employed, collecting data via questionnaires from a sample of 364 individuals, determined by Taro Yamane's formula and selected through convenience sampling. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson's correlation coefficient.

The findings revealed that overall public satisfaction was at the highest level, particularly the satisfaction towards service personnel, which received the highest score. Information service factors had a strong positive correlation with overall satisfaction at a .01 significance level, with the ability of officers to provide complete information as requested being the factor with the highest correlation ($r = .809$). This study highlights that in a digital era with complex tax laws, the effectiveness of tax collection services is inseparably linked to the quality of information service provision. Specifically, the capacity of personnel to deliver complete and accurate information has become the most critical strategic driver in enhancing public satisfaction and trust in government services.

Keywords: Satisfaction, Tax collection services, Lat Sawai Municipality, Lam Luk Ka District, Pathum Thani Province

บทนำ

เทศบาลเมืองเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง จัดตั้งขึ้นโดยประกาศกระทรวงมหาดไทย ภายใต้อำนาจแห่งพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 และมีสถานะเป็นนิติบุคคล เทศบาลเมืองมีโครงสร้างองค์กรที่ประกอบด้วยสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรีซึ่งมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชน การจัดตั้งเทศบาลเมืองเป็นผลมาจากหลักการกระจายอำนาจการปกครองของรัฐ ซึ่งมุ่งหมายให้ประชาชนในท้องถิ่นมีอำนาจในการปกครองตนเอง มีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำบริการสาธารณะและพัฒนาท้องถิ่นในเขตพื้นที่รับผิดชอบซึ่งไม่อยู่ในเขตขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น หน้าที่ดังกล่าวครอบคลุมการพัฒนาทั้งในมิติ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยกฎหมายได้กำหนดอำนาจหน้าที่ที่ต้องทำและที่อาจจัดทำ(เรื่องศักดิ์ เศรษฐกุล สมปอง สีสัมพ, 2561) การปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ของเทศบาลเมือง จะต้องเป็นประโยชน์ และความสุขแก่ประชาชน โดยใช้วิธีการธรรมาภิบาลที่ดี และคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำ แผนพัฒนาเทศบาล การจัดทำงบประมาณ การจัดซื้อจัดจ้าง การตรวจสอบ และการประเมินผลการปฏิบัติงาน และการเปิดเผยข้อมูล ทั้งนี้จะต้องเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ข้อบังคับเกี่ยวกับเรื่องนั้น นอกจากอำนาจ

หน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดข้างต้นแล้ว เทศบาลยังรับโอนภารกิจหลายภารกิจจากหน่วยงานระดับภูมิภาคด้วย ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา สาธารณสุข การส่งเสริมผู้สูงอายุ ซึ่งภารกิจนี้เพิ่มภารกิจด้านการบริหารและการบริการของเทศบาลเมือง

อย่างไรก็ตาม องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) จำนวนมากในประเทศไทยยังคงเผชิญกับปัญหาเชิงโครงสร้างในการบริหารการจัดเก็บภาษี ซึ่งปัญหาที่พบได้บ่อยครั้งครอบคลุมตั้งแต่ระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ไม่ทันสมัยและขาดประสิทธิภาพ การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ไปจนถึงระดับความรู้ความเข้าใจและความร่วมมือจากภาคประชาชนที่ยังอยู่ในระดับต่ำ เป็นผลกระทบโดยตรงต่อความสามารถในการจัดเก็บรายได้ให้เป็นไปตามเป้าหมาย และส่งผลกระทบต่อระดับโครงสร้างของท้องถิ่นเพราะ การถูกบั่นทอนด้วยศักยภาพในการพัฒนาท้องถิ่นในระยะยาว (เอกพงษ์ ศิริพันธ์ และสมบุญณ์ ศิริสรหิรัญ, 2567)

เทศบาลเมืองลาดสวาย เป็นเทศบาลเมืองซึ่งมีอาณาเขตครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เดิมเคยมีฐานะเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลลาดสวาย แล้วจึงได้รับการจัดตั้งเป็นเทศบาลเมืองใน พ.ศ. 2554 มีประชากรทั้งหมด 68,010 คน ความหนาแน่น 2,061 คน/ตารางกิโลเมตร เทศบาลได้ดำเนินงาน เพื่อบริการประชาชนตามบทบาทหน้าที่ของเทศบาลตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งในแต่ละวันมีประชาชนมาติดต่อราชการเป็นจำนวนมาก เทศบาลเมืองลาดสวาย พบปัญหาในงานจัดเก็บภาษี ปัญหาในการให้บริการเนื่องจากบุคลากรมีไม่เพียงพอกับงาน ระบบการจัดเก็บข้อมูลภาษีส่วนใหญ่ใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูลด้วยมือ ทำให้เกิดความยุ่งยากในการค้นหา ตรวจสอบข้อมูลเมื่อต้องการใช้งาน และบางครั้งข้อมูลอาจเกิดความผิดพลาดได้เนื่องจากเอกสารมีจำนวนมากขาดระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นระเบียบ รวมถึงประชาชนในเขตเทศบาลขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดเก็บภาษี อัตราที่ต้องเสียภาษี และยังไม่ให้ความร่วมมือในการจัดเก็บภาษี ซึ่งปัจจุบันการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ ได้มีการนำแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการจัดเก็บภาษี และช่วยให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นทราบได้ว่าผู้ใดเป็นเจ้าของทรัพย์สินประเภทใดบ้าง และช่วยในการเร่งรัด ตรวจสอบ และจัดเก็บภาษีได้อย่างถูกต้องและสมบูรณ์ แต่อย่างไรก็ตาม การทำงานก็ยังไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร ทำให้รายได้จากการเก็บภาษีไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (เทศบาลเมืองลาดสวาย, 2566)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัยความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ให้มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างครบถ้วนและมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
2. ศึกษาความสัมพันธ์การให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดระหว่างความพึงพอใจกับคุณภาพบริการ

Taylor and Baker (1994) ได้ศึกษาหัวข้อ การประเมินความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและความพึงพอใจลูกค้าในการสร้างความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer's Purchase Intentions) พบว่า คุณภาพบริการ และ ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความตั้งใจซื้อ (purchase intentions) ของผู้บริโภค นั้นหมายความว่า หากลูกค้าได้รับบริการที่มีคุณภาพและเกิดความพึงพอใจ จะมีแนวโน้มสูงที่จะกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำในอนาคต

Gronroos (1984) ได้เสนอแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) โดยระบุว่าคุณภาพการบริการเป็นผลลัพธ์ของกระบวนการประเมินที่ผู้บริโภคใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่รับรู้ (Perceived Service) กับบริการที่คาดหวัง (Expected Service) ผู้บริโภคมักจะประเมินคุณภาพการบริการจากความสอดคล้องหรือความแตกต่างระหว่างสิ่งที่พวกเขาได้รับจริงกับสิ่งที่พวกเขาคาดหวังไว้ก่อนหน้านี้ อีกทั้งคุณภาพการบริการยังได้รับการนิยามว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของทัศนคติ (Attitude) โดยสะท้อนถึงการตัดสินใจโดยรวมของผู้บริโภคต่อความเป็นเลิศหรือความเหนือกว่าของบริการที่องค์กรจัดหาให้ ซึ่งเกิดจากความคาดหวังก่อนที่จะมาใช้บริการมาตัดสินใจ

Bloemer et al. (1998) ยังได้เสริมว่าลูกค้าจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าตนเองมีความพึงพอใจหรือไม่ โดยพิจารณาจากระดับคุณภาพของบริการที่ตนได้รับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลลัพธ์โดยตรงจากการประเมินประสบการณ์ที่ได้รับ และเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่บ่งบอกถึงความสำเร็จขององค์กรในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

แนวคิดของคุณภาพการบริการได้กลายเป็นประเด็นสำคัญและเป็นจุดสนใจของการศึกษาวิจัยจำนวนมากนับตั้งแต่มีการนำเสนอแนวคิดนี้ขึ้นในช่วงแรกเริ่ม ความสำคัญของการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการเนื่องมาจากการที่องค์กรที่สามารถส่งมอบคุณภาพการบริการในระดับที่เป็นบวกหรือดีเยี่ยมจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ให้กับตนเองได้ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ความภักดี และผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว (Clemes et al., 2014)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่า การศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมักมุ่งเน้นในภาพรวม ซึ่งยังขาดการศึกษาที่เน้นการเฉพาะเจาะจงในบริบทของเทศบาลเมืองลาดสวาย ซึ่งมีปัญหาเฉพาะด้านการจัดเก็บภาษีดังที่กล่าวมาข้างต้น อีกทั้งงานวิจัยส่วนใหญ่ยังไม่ได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจในการจัดเก็บภาษีอย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงนำตัวแปร ทั้งสี่ด้านได้แก่ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านขั้นตอนกระบวนการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มาศึกษาหาความสัมพันธ์เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางองค์ความรู้นำไปสู่งานวิจัยนี้

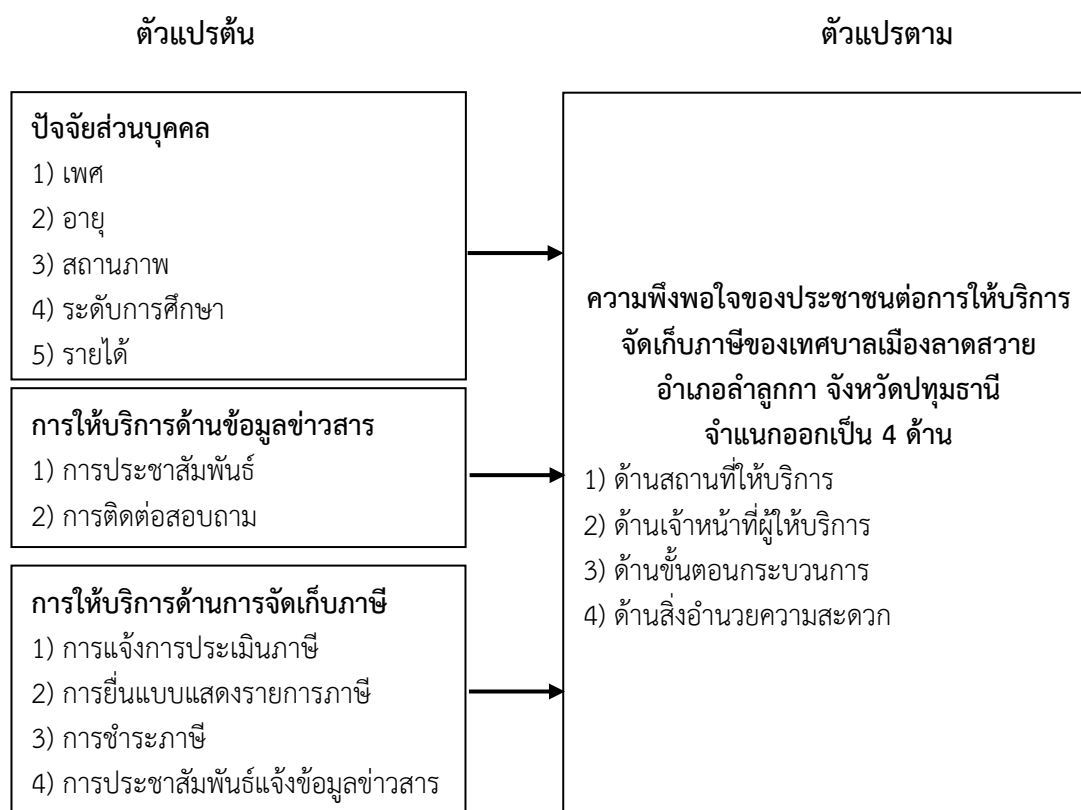
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยะพร ไชยประภา และคณะ (2568) ศึกษา ความพึงพอใจและความคาดหวังของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่น กับเทศบาลเมืองคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจและ

ความคาดหวังของประชาชนผู้ชำระภาษีท้องถิ่นต่อเทศบาลเมืองคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์หลักสามประการ ได้แก่ การเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวังของประชาชน การเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจและความคาดหวัง และการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความคาดหวัง ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าประชาชนผู้ชำระภาษีท้องถิ่นให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อ สิ่งอำนวยความสะดวก เจ้าหน้าที่ให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการ และ ช่องทางการให้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทั้งความพึงพอใจและความคาดหวัง ในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่า อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ในขณะที่ระดับการศึกษา ไม่ได้ส่งผลให้เกิดความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ นอกจากนี้ ผู้ชำระภาษีที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันยังมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีที่ต่างกันอีกด้วย ที่สำคัญที่สุดคือ คุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของประชาชน โดยพบว่า ด้านขั้นตอนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมากที่สุด ตามมาด้วย ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านช่องทางการให้บริการ ตามลำดับ ผลการวิจัยนี้จึงเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับเทศบาลเมืองคอหงส์ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของประชาชนผู้ชำระภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดนัย ลามคำ และคณะ (2568) ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนในพื้นที่ต่อการให้บริการของเทศบาลตำบล หนองบัวบาน อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจที่มุ่งวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนในพื้นที่ต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองบัวบาน อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี โดยมีวัตถุประสงค์หลักสามประการ ได้แก่ การศึกษาภาพรวมความพึงพอใจ การเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และการเสนอแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการ การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลหนองบัวบาน จำนวน 378 คน ซึ่งคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของทาโร ยามาเน่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test และ F-test (One Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนโดยภาพรวมต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองบัวบานอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้มารับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.72 ตามมาด้วย ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ที่มีค่าเฉลี่ย 3.71 ในขณะที่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดที่ 3.37 อย่างไรก็ตาม ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั้ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลับพบว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันไม่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองบัวบานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งผลลัพธ์นี้ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านก็ยังคงพบผลที่ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

กรอบแนวคิด



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบ การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เหตุผลที่เลือกใช้รูปแบบการวิจัยนี้เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยมุ่งเน้นการวัดระดับความพึงพอใจของประชาชนซึ่งเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ การทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับความพึงพอใจ และต้องการสรุปอ้างอิงผลลัพธ์จากกลุ่มตัวอย่างไปยังประชากรเป้าหมาย ซึ่งการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลสามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพที่สุด โดยมีรายละเอียดของรูปแบบการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนที่ยื่นแบบชำระภาษีและมีชื่อปรากฏในบัญชีผู้แจ้งรายการ เพื่อเสียภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง และภาษีป้าย กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของยามาเน (Taro Yamane) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2540) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 364 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ประกอบด้วยเครื่องมือสำหรับคำถาม

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ทั้ง 4 ด้าน คือ 1) ด้านสถานที่ให้บริการ 2) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ 3) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

2.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ทั้ง 2 ด้าน คือ 1) การประชาสัมพันธ์ 2) การติดต่อสอบถาม

2.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการด้านการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ทั้ง 4 ด้าน คือ 1) การแจ้งการประเมินภาษี 2) การยื่นแบบแสดงรายการภาษี 3) การชำระภาษี และ 4) การประชาสัมพันธ์แจ้งข้อมูลข่าวสาร

การประเมินความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบวัด (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบและพิจารณา หลังการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบวัด พบว่าข้อคำถามวัดได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับที่ผ่านการประเมินของผู้เชี่ยวชาญตามผลการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) แล้วนำไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษาในเขตเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 คน

นำผลที่ได้จากการทดลองใช้ (Try-Out) มาวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าที่เหมาะสมควรมีค่าตั้งแต่ .70 ขึ้นไป (Cronbach, 1951) หลังการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .99 ซึ่งมากกว่า .70 จึงถือได้ว่าแบบสอบถามของงานวิจัยนี้ มีความถูกต้องและเชื่อถือได้

เก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามแบบออนไลน์โดยใช้ Google Form แล้วสร้าง QR-code และให้กลุ่มตัวอย่างแ่ก่นทำแบบสอบถาม เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 364 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 66.76 อายุอยู่ระหว่าง 41-60 ปี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 57.42 สถานภาพสมรส จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15 ระดับการศึกษาปริญญาตรี /เทียบเท่าปริญญาตรี จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 66.48 รายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 40.38

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นความพึงพอใจโดยรวมของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ความพึงพอใจโดยรวม	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.44	0.66	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	4.39	0.68	มากที่สุด
ด้านสถานที่ให้บริการ	4.28	0.73	มากที่สุด
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.28	0.75	มากที่สุด
รวม	4.22	0.75	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงระดับความคิดเห็นความพึงพอใจโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 4.22

2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นความพึงพอใจโดยรวมของประชาชนต่อการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นถึงระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 4.22

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
การประชาสัมพันธ์	4.28	0.76	มากที่สุด
การติดต่อสอบถาม	4.29	0.76	มากที่สุด
รวม	4.22	0.74	มากที่สุด

2.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการด้านการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การให้บริการด้านการจัดเก็บภาษี	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
การแจ้งการประเมินภาษี	4.29	0.73	มากที่สุด
การยื่นแบบแสดงรายการภาษี	4.21	0.83	มากที่สุด
การชำระภาษี	4.34	0.72	มากที่สุด
การประชาสัมพันธ์แจ้งข้อมูลข่าวสาร	4.28	0.70	มากที่สุด
รวม	4.28	0.72	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นถึงระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการด้านการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 4.28

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย

ผลการศึกษาการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

จากตารางที่ 4 พบว่าการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ (r อยู่ระหว่าง .689 ถึง .809) เรียงตามลำดับ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหาข้อมูลให้ครบถ้วนตามความประสงค์ ($r = .809$) ความพึงพอใจในภาพรวมของการประชาสัมพันธ์ ($r = .726$) การให้ข้อมูลเพิ่มเติม การตอบข้อซักถาม ($r = .722$) การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว ($r = .718$) ช่องทางบริการ การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หลากหลาย ($r = .704$) และได้รับข้อมูลที่ขอทันทีหรือภายในระยะเวลาที่กำหนด ($r = .689$)

ตารางที่ 4 แสดงการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว, ช่องทางบริการการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหลากหลาย, ความพึงพอใจในภาพรวมของการประชาสัมพันธ์, เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหาข้อมูลให้ครบถ้วนตามความประสงค์, การให้ข้อมูลเพิ่มเติม การตอบข้อซักถาม และได้รับข้อมูลที่ขอทันทีหรือภายในระยะเวลาที่กำหนด ของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

ตัวแปร	r	P-value
การสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว	.718	.000*
ช่องทางบริการการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหลากหลาย	.704	.000*
ความพึงพอใจในภาพรวมของการประชาสัมพันธ์	.726	.000*
เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหาข้อมูลให้ครบถ้วนตามความประสงค์	.809	.000*
การให้ข้อมูลเพิ่มเติม/การตอบข้อซักถาม	.722	.000*
ได้รับข้อมูลที่ขอทันทีหรือภายในระยะเวลาที่กำหนด	.689	.000*

** p < .01

อภิปรายผล

ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

ระดับความพึงพอใจโดยรวมของประชาชนอยู่ในระดับ มากที่สุด ในทุกมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ซึ่งได้รับคะแนนสูงสุด ผลลัพธ์นี้เป็นเครื่องยืนยันเชิงประจักษ์ที่หนักแน่นของ ทฤษฎีการเปรียบเทียบความคาดหวัง (Expectancy-Disconfirmation Theory) ของ Oliver (1980) ซึ่งเป็นทฤษฎีแกนหลักในการอธิบายความพึงพอใจ โดยระบุว่าความพึงพอใจไม่ได้เกิดจากคุณภาพของบริการแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลลัพธ์ของการที่บริการที่ได้รับจริง (Perceived Performance) สามารถทำได้ดีกว่า บริการที่คาดหวังไว้ (Prior Expectations) การที่ประชาชนให้คะแนนในระดับสูงมาก จึงสะท้อนว่าการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และกระบวนการของเทศบาลเมืองลาดสวายนั้น สามารถส่งมอบบริการที่เหนือกว่าความคาดหวังของประชาชนได้สำเร็จ อีกทั้งผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานของ ดนัย ลามคำ และคณะ (2568) ที่ศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองบัวบาน และพบว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้มารับบริการ เป็นด้านที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเช่นกัน เป็นการอธิบายถึงความพึงพอใจที่แม้ในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น แต่ทางด้านปัจจัยมนุษย์ (Human Factor) ซึ่งเป็นองค์ประกอบด้วยความเอาใจใส่ การให้เกียรติ และความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ ยังคงเป็นหัวใจที่สำคัญที่สุดในการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกและความพึงพอใจในบริการภาครัฐ สอดคล้องกับ วาสิตา เกิดผล ประสพศักดิ์ และ ปรียาภรณ์ ใจสอาด (2566) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลท่าศาลา และได้ข้อสรุปว่าคุณภาพการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยหนึ่งในมิติที่สำคัญคือด้านบุคลากรผู้ให้บริการ การที่ผลการวิจัยของ

ท่านชี้ว่า ด้านเจ้าหน้าที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง A Study of People's Satisfaction with Public Services of Tha Sala Subdistrict Administrative Organization ของ Chow alit et al. (2024) พบว่าความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการสาธารณะอยู่ในระดับสูงสุด โดยเฉพาะในด้านการเข้าถึงบริการ เวลาในการตอบสนอง และความเอาใจใส่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบระดับความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด เป็นการสะท้อนถึงกระบวนการทางภาษาที่มีความซับซ้อนและอาจสร้างความกังวลให้แก่ประชาชน แต่การมีเจ้าหน้าที่ที่สามารถให้บริการด้วยความเป็นมืออาชีพ เอาใจใส่ และตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว สะท้อนมิติด้าน Assurance, Empathy และ Responsiveness จากแนวคิด SERVQUAL นั้นเอง

ศึกษาความสัมพันธ์การให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

จากผลการวิจัยที่พบว่า การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจต่อการให้บริการจัดเก็บภาษี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยทางด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหาข้อมูลให้ครบถ้วนตามความประสงค์มีค่าสหสัมพันธ์สูงที่สุดถึงร้อยละ 80.9 เป็นการอธิบายบริบทของการบังคับใช้กฎหมายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างฉบับใหม่ ที่มีสร้างความสับสนและความไม่แน่นอนให้แก่ประชาชน ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ในสภาวะดังกล่าว การลดความไม่แน่นอน (Uncertainty Reduction) ผ่านการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ได้กลายเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับ Welch et al. (2005) ซึ่งศึกษาการใช้เว็บไซต์ของรัฐบาลและพบว่า การที่ประชาชนรับรู้ข้อมูลที่ได้รับมีความโปร่งใส (Transparency) และครบถ้วนจะนำไปสู่ความไว้วางใจ (Trust) ในหน่วยงานภาครัฐที่สูงขึ้น และส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจ ดังนั้นจึงสามารถอธิบายได้ว่า บทบาทของการให้บริการข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันได้เปลี่ยนสถานะจากเพียงมีหน้าที่ในการสนับสนุน (Supporting Function) ไปสู่การเป็นปัจจัยการขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Driver) ที่ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จในการจัดเก็บภาษีและความสัมพันธ์อันดีระหว่างเทศบาลกับประชาชน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชจรี คนทา และไพโรจน์ รัตนบุรี (2562) คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าคุณภาพการให้บริการในด้านการตอบสนอง ความเป็นรูปธรรม ความเข้าใจ และการให้ความมั่นใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกในทุกตัวแปร หากพิจารณาตัวแปรด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหาข้อมูลให้ครบถ้วนตามความประสงค์ มีความสัมพันธ์สูง สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของ ความสมบูรณ์ของข้อมูล (Information Completeness) และ ความสามารถในการตอบสนองของเจ้าหน้าที่ (Responsiveness) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจในบริการภาครัฐ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร เห็นได้ว่าด้านการประชาสัมพันธ์ประชาชนมีช่องทางบริการ การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหลากหลาย และการสื่อสารที่รวดเร็ว ความพึงพอใจของประชาชน ในภาพรวมของการประชาสัมพันธ์ระดับดีมาก ส่วนการติดต่อสอบถาม มีเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการข้อมูลครบถ้วน ตามความต้องการของประชาชนดี สิ่งที่ต้องปรับปรุงในด้านข้อมูลที่ขอทันทีหรือภายในระยะเวลาที่กำหนด ยังต้องรอนานเกินไป ควรมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลทันทีเมื่อเกิดการร้องขอ

2. การให้บริการด้านการจัดเก็บภาษี เห็นได้ว่า ด้านการแจ้งการประเมินภาษี เทศบาลเมืองลาดสวาย มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในการแจ้งการประเมินภาษีให้ประชาชนทราบทุกครั้ง เป็นสิ่งที่ดี แต่ควร ปรับปรุงด้านเจ้าหน้าที่อธิบายตอบข้อสงสัยยังมีถ้อยคำ น้ำเสียงยังไม่ค่อยสุภาพและไม่ตรงประเด็น ส่วนด้าน การยื่นแบบแสดงรายการภาษี มีขั้นตอนการยื่นแบบแสดงรายการภาษีสะดวก รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย ไม่ต้องรอนาน ส่วนด้านการชำระภาษี เห็นได้ว่าสถานที่ในการชำระภาษีมีเพียงพอเหมาะสมต่อการใช้บริการ ของประชาชนระดับดีมาก เช่น ที่นั่งรอรับบริการ มีน้ำดื่มไว้บริการ และการคิดคำนวณอัตราภาษีถูกต้องมี ความเหมาะสมตามกฎหมายกำหนด ด้านการประชาสัมพันธ์แจ้งข้อมูลข่าวสารเรื่องภาษี ควรมีเอกสาร แนะนำ เผยแพร่ความรู้ของการจัดเก็บภาษีแต่ละประเภทให้มากขึ้นและมีรูปแบบเอกสารที่สวยงาม สะดุดตา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของ ประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เพื่อจะได้ นำผลการวิจัยไปส่งเสริม และพัฒนาการบริการสาธารณะของเทศบาลต่อไป

2. ควรสำรวจความต้องการของประชาชนทางด้านการบริการอื่น ๆ ในงานจัดเก็บ รายได้ของของ เทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เพื่อที่จะนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนการจัดการ ใน การให้บริการในอนาคตต่อไป

3. ควรมีการศึกษาและพัฒนานำระบบการให้บริการทาง Electronic เพื่อให้ ผู้รับบริการสามารถ ดำเนินการได้ด้วยตนเอง และเพื่อเพิ่มทางเลือกในการใช้บริการ เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และสอดคล้องกับ สถานการณ์ความก้าวหน้าของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของ โลกในปัจจุบัน

4. ควรมีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research = PAR) วิจัยเรื่องการ ประยุกต์หลักการบริหารมาใช้ในการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัด ปทุมธานี เพื่อนำผลการวิจัยสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาท้องถิ่นให้ดีขึ้นต่อไป

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้ได้ให้องค์ความรู้ใหม่ด้านการจัดการภาครัฐ โดยชี้ให้เห็นว่า ในบริบทขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นยุคดิจิทัลนั้น ประสิทธิภาพของการให้บริการด้านการจัดเก็บภาษี (Tax Collection Service) ไม่สามารถแยกขาดออกจากคุณภาพของการให้บริการข้อมูลข่าวสาร (Information Service) ได้อีกต่อไป ซึ่งทำให้เห็นว่าความพึงพอใจของประชาชนไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการชำระภาษีเพียงอย่างเดียว แต่มี

ความสัมพันธ์อย่างยิ่งยวดกับความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและรวดเร็วอีกด้วย เหตุด้วยองค์ความรู้นี้ได้มีความแปลกจากแนวคิดเดิมที่มักจะแยกศึกษาการให้บริการเป็นส่วน ๆ จึงเสนอว่า การบูรณาการกระบวนการสื่อสารเข้ากับกระบวนการหลัก คือหัวใจสำคัญของการสร้างความพึงพอใจในบริการภาครัฐสมัยใหม่ เป็นการนำทฤษฎีความพึงพอใจต่อบริการ (Service Satisfaction Theory) จำเป็นต้องพิจารณามิติของ ความหลากหลายของพื้นที่ เป็นตัวแปรกำกับที่สำคัญในการอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวต่อไป

ข้อจำกัดในงานวิจัย

1. ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคที่สูงถึง .99 บ่งชี้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและความสอดคล้องภายในที่สูงมาก ทั้งนี้ค่าที่สูงอาจจะสะท้อนถึงความซ้ำซ้อนของข้อความบางส่วน ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องพึงระวังในการตีความ
2. เนื่องจากการวิจัยนี้เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ผลการวิจัยที่ได้ อาจไม่ได้สะท้อนถึงการอ้างอิงไปสู่ประชากรทั้งหมดของเทศบาลเมืองลาดสวาย

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2540). *หลักสถิติ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตตินันท์ กระจ่างพันธ์, นพวรรณ วิเศษสินธุ์ และสิทธิชัย ฝรั่งทอง. (2565). ประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: บทเรียนจากต่างประเทศและแนวทางสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 4(2), 11-29
- ณัฐอร เจือจันทร์ (2563). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลยางอุ้ม อำเภอท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน*, 1(1), 60-66.
- ดนัย ลามคำ, ทองคำ เกษจันทร์ และพระครูสุนทรวิชัยรส. (2568). ความพึงพอใจของประชาชนในพื้นที่ต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองบัวบาน อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี. *วารสารเมธีวิจัย*, 2(1), 87-101.
- เทศบาลเมืองลาดสวาย. (2566). *แผนการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566 เพิ่มเติม ครั้งที่ 3 เทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี*. สืบค้น 17 มิถุนายน 2568, จาก <https://ladsawai.go.th/public/list/data/detail/id/3003/menu/1196/page/1/catid/1>
- นพณัฐ แดงแสงทองและพัฒน์พันธ์ เขตต์กัน. (2563). การศึกษาคุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวณภูมิของแหวกพุทธศาสตร์ปริทรรศน์*, 7(2), 15-26

- นภาพร จิตาบุตร (2557). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลโพธิ์ทอง อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด (สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม). สืบค้นจาก <http://phothong101.go.th/data/Knowledge/Research/RESIDENTS%20SATISFACTION.pdf>
- นุชจรี คณหา และไพโรจน์ รัตนบุรี. (2562). คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 2(3), 101-114.
- ปิยะพร ไชยประภา, เพ็ญสุข เกตุมณี และวรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล. (2568). ความพึงพอใจและความคาดหวังของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่น กับเทศบาลเมืองคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสาร มจร. อุบลปริทรรศน์*, 10(1), 1443-1454.
- ภูริชา ฉวีวรรณ (2563). คุณภาพการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าไม้ อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร (งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา). สืบค้นจาก <https://webopac.lib.buu.ac.th/bibitem?bibid=b00262535>
- เรืองศักดิ์ เดชอนุกุล และสมปอง สีชมพู. (2561). ความเหลื่อมล้ำด้านการคลังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 20(2), 11-23.
- วาสิตา เกิดผล ประสพศักดิ์, และปรียาญจน์ ใจสอาด. (2566). คุณภาพการให้บริการตามทัศนะของประชาชนเขตเทศบาลตำบลท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 28(4), 161-178.
- วิรัตน์ ชนะสิมมา และทตมัล แสงสว่าง. (2564). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ กรณีศึกษาตำบลบ้านโคก อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(2), 15-28.
- อรุณ ไชยนิทย์, เมธี ทรัพย์ประสพโชค, ศิวริน แสงอาวุธ, ภราดร กาญจนสุธรรม, พิมพ์ขวัญ บุญจิตต์พิมล, ณัฐกร วัชรสินธุ์, ไชยอนันต์ ตรีไพบูลย์ และแพรวภัสส์ เลิศรัฐพัชร. (2566). การประเมินความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลทิววัฒนา อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี. *วารสารศิลปการจัดการ*, 7(2), 804-826.
- เอกพงษ์ ศิริพันธ์ และสมบูรณ์ ศิริสรหิรัญ. (2567). ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างกับการยกระดับการกระจายอำนาจการคลังท้องถิ่นในประเทศไทย. *วารสารการบริหารปกครอง มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 13(1), 225-245.
- Bloemer, J., De Ruyter, K., & Peeters, P. (1998). Investigating drivers of bank loyalty: the complex relationship between image, service quality and satisfaction. *International Journal of bank marketing*, 16(7), 276-286.
- Chowalit, A., Krivart, K., & Sookhom, A. (2024). A Study of People's Satisfaction with Public Services of Tha Sala Subdistrict Administrative Organization, Tha Sala District, Nakhon Si Thammarat Province. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews*, 4(6), 377-388.

- Clemes, D. M., Shu, X., & Gan, C. (2014). Mobile communications: a comprehensive hierarchical modelling approach. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(1), 114-146.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. *Journal of retailing*, 70(2), 163-178.
- Welch, E. W., Hinnant, C. C., & Moon, M. J. (2005). Linking citizen satisfaction with e-government and trust in government. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 15(3), 371-391.

**คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ
รถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด**
**SERVICE QUALITY THAT AFFECTS SATISFACTION WITH TOUR BUS
SERVICE AIR MUANG LOEI COMPANY LIMITED**

กมลวิทย์ เตี้ยววนิชย์^{1*}, และจิราภรณ์ ชันทอง¹

Yuwarin Choti^{1*}, and Jiraphon Kanthong¹

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี¹

Faculty of Business Administration and Accounting, Pathumthani University¹

*Corresponding Author E-mail: kamolwit4539@gmail.com

Received October 2, 2024; Revised August 22, 2025; Accepted August 27, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพการบริการของรถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด 2) ศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ของบริษัท แอร์เมืองเลย จำกัด และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ของบริษัท แอร์เมืองเลย จำกัด กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการจำนวน 400 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบสะดวก และใช้สูตรของโคชรานในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ 4 ด้าน ได้แก่ การเข้าใจและรู้จักลูกค้า การตอบสนองต่อลูกค้า ความเป็นรูปธรรมของบริการ และการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งจะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนของบริษัท

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ, การใช้บริการ, รถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด

Abstract

This is an academic quantitative research study with three main objectives: 1) to investigate the service quality of Air Muang Loei Co., Ltd. tour bus services, 2) to examine customer satisfaction with these services, and 3) to analyze the relationship between service quality and customer satisfaction. The sample group consisted of 400 service users, selected through convenience sampling, with the sample size determined using Cochran's formula. Data was collected via a questionnaire and analyzed using descriptive statistics, including percentage, mean, and standard deviation. The hypothesis was tested using Pearson's product-moment correlation coefficient.

The research findings indicate that four dimensions of service quality-namely empathy and understanding of the customer, responsiveness, tangibility, and assurance-all have a statistically significant effect on service satisfaction at the .01 level. These results highlight the importance of developing service quality to maximize user satisfaction, which in turn will lead to a sustainable competitive advantage for the company.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Service Use, Tour Buses of Air Muang Loei company limited

บทนำ

ระบบการคมนาคมขนส่งนับเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาประเทศในหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือสิ่งแวดล้อม ภาคส่วนย่อยของการคมนาคมขนส่ง อาทิ การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ล้วนมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ ของประเทศ การพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งให้มี ประสิทธิภาพ ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และต้นทุนที่เหมาะสม ย่อมส่งผลโดยตรงต่อการยกระดับ ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของประเทศ ในระดับมหภาค (กรมการจัดหางาน, 2566) การขนส่งผู้โดยสารภายในประเทศถือเป็นกลไกสำคัญที่มีอิทธิพลต่อเสถียรภาพและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ระบบการขนส่งผู้โดยสารที่เปี่ยมด้วย ประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว การเข้าถึง ที่ง่ายดาย และการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ย่อมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางที่เพิ่มขึ้น ซึ่งนำมาซึ่งผลลัพธ์เชิงบวกหลายประการประการแรก การที่ผู้คนสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบายและทั่วถึง ก่อให้เกิด การกระจายความเจริญ ไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศอย่างเป็นรูปธรรม การเดินทางที่คล่องตัวยังกระตุ้นให้เกิด การท่องเที่ยวภายในประเทศที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการสร้างรายได้และการจ้างงานในภาคบริการและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ระบบขนส่งที่ดีจะช่วยอำนวยความสะดวกในการ ซื้อขายสินค้าและการเคลื่อนย้ายแรงงาน ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและมี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผลพวงที่ตามมาคือ การไหลเวียนของเงินลงทุนและรายได้ ที่กระจายตัวไปสู่พื้นที่ต่างๆ ตามขอบเขตที่ระบบขนส่งผู้โดยสารสามารถเข้าถึงได้ ในบริบทของประเทศไทยนั้น การขนส่งผู้โดยสาร

ทางบก นับเป็นแกนหลักของระบบการขนส่งผู้โดยสารทั้งหมด ด้วยเครือข่ายเส้นทางที่ครอบคลุมและเชื่อมโยงพื้นที่ทุกส่วนของประเทศได้อย่างทั่วถึง (สิทธา คำประสิทธิ์, 2559)

สำหรับระบบขนส่งสาธารณะระหว่างจังหวัดภายในประเทศไทยประกอบด้วย การขนส่งทางอากาศ โดยการโดยสารด้วยเครื่องบิน การขนส่งทางถนน ด้วยการบริการรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถทัวร์และรถตู้โดยสาร และการขนส่งทางรางที่เป็น การโดยสารด้วยรถไฟ ด้วยรูปแบบการขนส่งทั้งสามประเภทนี้มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ซึ่งสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างโดดเด่น ทั้งนี้เป็นผลมาจากความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่ในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สายการบินต้นทุนต่ำนำเสนอทางเลือกราคาที่หลากหลาย พร้อมด้วยกลยุทธ์ส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นสะสมไมล์เพื่อแลกของรางวัลหรือใช้เป็นส่วนลดค่าโดยสาร นอกจากนี้ ยังมีตารางเที่ยวบินให้เลือกใช้บริการจำนวนมาก และที่สำคัญที่สุดคือความรวดเร็วในการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง ซึ่งสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและทำให้สายการบินกลุ่มนี้กลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการรถโดยสารสาธารณะและการรถไฟแห่งประเทศไทย (ธวัช เลหาอรุณทัย และชิตพงษ์ อัยสานนท์, 2567)

สำหรับจังหวัดเลยเป็นจังหวัดชายแดนที่มีความสำคัญต่อการเชื่อมต่อกับ สปป.ลาว ผ่านโครงการโครงสร้างพื้นฐาน “Loei 2 – Xayaburi” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความร่วมมือด้านการขนส่งระหว่างไทย-ลาว (Asian Development Bank, 2013; Van Loi & Vongsavanthong, 2025) ซึ่งในแผนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหลักของประเทศไทย ปี 2568-2569 กำลังมุ่งเน้นการพัฒนาระบบขนส่งเพื่อเชื่อมต่อภูมิภาค จึงได้รับประโยชน์จากแผนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าว (กรมประชาสัมพันธ์, 2568) แต่ด้วยข้อจำกัดที่ยังเป็นพื้นที่ชนบทซึ่งยังคงเผชิญปัญหาการขนส่งที่เกี่ยวข้อง และการบริการที่ไม่เพียงพอหรือมีต้นทุนการให้บริการที่สูงจึงต้องการการพัฒนาบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของชุมชนท้องถิ่นของในจังหวัดเลย (Saeed & Kurauchi, 2015).

ดังนั้น ในธุรกิจการให้บริการขนส่งผู้โดยสารโดยเฉพาะพื้นที่การให้บริการที่ห่างไกล บริษัทจำเป็นต้องสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้ การทำความเข้าใจถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ข้อมูลที่ได้รับจากความพึงพอใจของลูกค้าจะช่วยให้บริษัทสามารถนำมาปรับปรุงบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความแตกต่างในการบริการและก่อให้เกิดความประทับใจ ลูกค้าจะยินดีจ่ายค่าบริการเพื่อรับบริการที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการ นอกจากนี้ การเปิดช่องทางให้ผู้ใช้บริการสามารถแจ้งข้อร้องเรียนหรือความไม่พอใจต่าง ๆ ได้โดยตรง ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ช่วยให้บริษัทรับทราบข้อมูลและนำไปปรับปรุงแก้ไขได้อย่างทันท่วงที (วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย และคณะ, 2562)

งานวิจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ รถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด นี้มุ่งศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถทัวร์ของบริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด โดยผู้วิจัยเล็งเห็นว่าในสภาพการแข่งขันทางธุรกิจบริการรถทัวร์ในปัจจุบัน คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบ การที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย ของบริการ นับเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ การปฏิบัติตามมาตรฐานบริการของพนักงาน รวมถึงความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว ตลอดจนทักษะในการทำงานและ

มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ล้วนมีส่วนช่วยสร้างความมั่นใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน เมื่อลูกค้าเกิดความเชื่อถือและความมั่นใจในความปลอดภัย โอกาสที่ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการซ้ำย่อมสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพการบริการของบริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด จึงเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการยกระดับการให้บริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การนำเสนอแนวปฏิบัติใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของลูกค้า จะช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและขยายฐานผู้บริโภคให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขวางยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของรถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ของบริษัท แอร์เมืองเลย จำกัด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ของบริษัท แอร์เมืองเลย จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

Sharmin et al. (2016) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของลูกค้าที่เกิดจากการประเมินผล โดยเป็นการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับจากบริการหรือสินค้ากับความคาดหวังของตนเอง ความพึงพอใจจึงเป็นเรื่องของการที่ลูกค้าตัดสินว่าสินค้าและบริการนั้น ๆ สามารถตอบสนองความคาดหวังและความต้องการได้ตรงตามที่คิดไว้ และมอบประสบการณ์การบริโภคที่น่าพึงพอใจในระดับที่เหมาะสม ความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพขององค์กรที่สะท้อนถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการวัดคุณภาพบริการอีกด้วย การเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับด้านบริการจะช่วยให้พวกเขาสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับได้ (Al-Jazzazi & Sultan, 2017)

ในทางวิชาการ การที่ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มสูงขึ้นมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับการลดลงของแนวโน้มที่ลูกค้าจะรับรู้ถึงข้อบกพร่องด้านคุณภาพของบริการหรือผลิตภัณฑ์ ในบริบทโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมการให้บริการ การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งสามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าปัจจัยใดบ้างที่เป็นตัวขับเคลื่อนหลักของความพึงพอใจลูกค้า จะส่งผลให้เราสามารถมองเห็นเชิงลึกที่แม่นยำยิ่งขึ้นเกี่ยวกับน้ำหนักและความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของแต่ละองค์ประกอบที่ประกอบขึ้นเป็นคุณภาพบริการโดยรวม ฉะนั้นยิ่งลูกค้าพึงพอใจมากเท่าไร โอกาสที่พวกเขาจะมองเห็นหรือให้ความสำคัญกับข้อผิดพลาดเล็ก ๆ น้อย ๆ ก็จะยิ่งน้อยลง และการรู้ว่าจะอะไรคือสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างแท้จริง จะช่วยให้องค์กรสามารถจัดลำดับความสำคัญและปรับปรุงคุณภาพบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (Anderson et al., 1973)

จากที่กล่าวมาจะพบถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้การคมนาคมขนส่งเป็นที่นิยมในหมู่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมากนัก ด้วยเหตุนี้ การดำเนินธุรกิจบริการ

คมนาคมขนส่งจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้รับบริการการนำสู่ความพึงพอใจของลูกค้ามาใช้ในการพัฒนารัฐกิจขนส่งผู้โดยสารให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (ทิพวรรณ พุ่มมณี, 2544)

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

Parasuraman et al. (1985) ได้อธิบายคุณภาพการบริการซึ่งแตกต่างจากคุณภาพสินค้าอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากบริการนั้น ไม่มีตัวตน มีความหลากหลาย และ การผลิตกับบริโภคมักเกิดขึ้นพร้อมกัน ทำให้การวัดและประเมินผลเป็นเรื่องที่ท้าทายมากเพื่อแก้ปัญหานี้ จึงพัฒนาแบบจำลองคุณภาพบริการขึ้น โดยชี้ให้เห็นว่า คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ขึ้นเกิดจาก “ช่องว่าง” ระหว่างสิ่งที่พวกเขา คาดหวัง กับสิ่งที่ ได้รับจริงจากการศึกษา จึงได้ระบุ 10 ปัจจัยสำคัญ (SERVQUAL Dimensions) ที่เป็นองค์ประกอบหลักในการตัดสินคุณภาพการบริการ ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ทำได้ตามสัญญาอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ 2) การตอบสนอง (Responsiveness) เกิดจากการเต็มใจและรวดเร็วในการช่วยเหลือ 3) ความสามารถ (Competence) พนักงานมีทักษะความรู้ที่จำเป็นต่อการให้บริการ 4) การเข้าถึง (Access) สะดวก ง่ายในการติดต่อและใช้บริการ 5) ความสุภาพ (Courtesy) บุคลากรให้บริการด้วยไมตรีจิต 6) การสื่อสาร (Communication) ให้ข้อมูลชัดเจน และเปิดใจรับฟัง 7) ความน่าเชื่อถือทางใจ (Credibility) สร้างความไว้วางใจและเชื่อสัตย์ต่อลูกค้า 8) ความปลอดภัย (Security) ทำให้ลูกค้ารู้สึกอุ่นใจ ไร้ความเสี่ยง 9) ความเข้าใจลูกค้า (Understanding or Knowing the Customer) พยายามทำความเข้าใจความต้องการเฉพาะบุคคล 10) จับต้องได้ (Tangibles) สภาพแวดล้อมและรูปลักษณ์ที่สะท้อนถึงคุณภาพ

จากที่กล่าวมาขึ้นการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้บริโภคจำเป็นต้องลงทุนทั้งในรูปของตัวเงินและทรัพยากรอื่น ๆ เช่น เวลา พลังงาน และความพยายาม คุณภาพของบริการหรือผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จและการอยู่รอดในตลาดที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การทำความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามีความสำคัญไม่แพ้กัน เนื่องจากสิ่งเหล่านี้ อาจเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

Pakurár et al. (2019) ได้เสริมถึงคุณภาพการบริการได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และเป็นอาวุธเชิงกลยุทธ์ที่นำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าในอุตสาหกรรมบริการ การนำเสนอบริการที่มีคุณภาพสูงกว่าจึงช่วยให้องค์กรสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

แนวคิดการขนส่งและคุณภาพในการขนส่ง

การขนส่งในพื้นที่ชนบทอย่างจังหวัดเลยจำเป็นต้องพิจารณาบริบทเฉพาะที่แตกต่างจากเขตเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านความเชื่อมต่อระหว่างประเทศและการพึ่งพาบริการขนส่งแบบเดิม แนวคิดการขนส่งสมัยใหม่สำหรับพื้นที่เฉพาะควรเน้นการพัฒนาระบบขนส่งที่ตอบสนองความต้องการ (Demand-Responsive Transportation) ซึ่งมีศักยภาพในการลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพบริการในพื้นที่จังหวัดเลย (Martí et al., 2023; Sama et al., 2023)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับคุณภาพการขนส่งในบริบทของประเทศไทยสามารถวัดได้ผ่านโมเดล SERVQUAL ซึ่งเป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในการประเมินคุณภาพบริการขนส่งสาธารณะ หากพิจารณาจากงานวิจัยของ พิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์ (Ueasangkomsate, 2019) ได้ศึกษา

คุณภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางถนนสาธารณะของประเทศไทย ได้ประยุกต์ใช้แนวทาง SERVQUAL ที่ปรับปรุงแล้วในการประเมินคุณภาพบริการ แบบจำลอง SERVQUAL ที่ปรับปรุงแล้วประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรม (Tangibility) 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3) การตอบสนอง (Responsiveness) 4) การรับประกัน (Assurance) และ 5) การเข้าถึง (Access) ซึ่งพบว่า ช่องว่างที่ใหญ่ที่สุดคือด้านการรับประกัน รองลงมาคือด้านการเข้าถึงและด้านความเป็นรูปธรรม ตามลำดับ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 ขณะที่ด้านความเป็นรูปธรรมเป็นมิติที่มีอิทธิพลมากที่สุดที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการที่รับรู้ รองลงมาคือด้านการรับประกันและด้านความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 จากผลการศึกษาอาจสะท้อนได้ว่าคุณภาพบริการที่รับรู้ของผู้โดยสารทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีคุณภาพบริการที่รับรู้อยู่ในระดับต่ำในระดับเดียวกัน ซึ่งจำเป็นต้องปรับปรุงอย่างแน่นอน การศึกษาชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะด้านความปลอดภัยบนรถโดยสารมีส่วนสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสาร รองลงมาคือความสุภาพและความรู้ของพนักงาน และความสามารถของพนักงานขับรถ ตามลำดับ สุดท้ายนี้ ผลการศึกษานำไปใช้เพื่อระบุคุณลักษณะสำคัญในแต่ละภูมิภาคที่ควรปรับปรุงตามแบบจำลอง SERVQUAL ที่ปรับปรุงแล้วในประเทศไทย

หากศึกษาในบริบทที่ใกล้เคียงอย่างจังหวัดนครราชสีมา โดยดวงดาว วัฒนากุล และคณะ (Wattanaklang et al., 2024) ได้ทำการสำรวจการรับรู้การเข้าถึงและคุณภาพบริการของระบบขนส่งสาธารณะในประเทศไทย ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้วิธีการ SERVQUAL ที่ได้รับการปรับปรุงเพื่อทดสอบตัวชี้วัดคุณภาพบริการ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า คุณภาพบริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้การเข้าถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้าน การตอบสนอง ความสะดวก และความปลอดภัย นอกจากนี้การยกระดับคุณภาพบริการในด้านปัจจัยที่ค้นพบนั้น จะช่วยเพิ่มการรับรู้ของผู้ใช้และส่งเสริมการเข้าถึงบริการขนส่งสาธารณะที่ดีขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท เป็นการแสดงถึงนโยบายทางภาครัฐหรือผู้ที่กำหนดนโยบายเพื่อสะท้อนถึงความพยายามในการส่งเสริมการใช้บริการขนส่งสาธารณะควรให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพบริการในด้านต่าง ๆ ที่ระบุไว้ จากตัวชี้วัดคุณภาพบริการจากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นกรอบในการปรับปรุงและออกแบบบริการขนส่งสาธารณะให้เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะของชุมชนท้องถิ่นได้ดียิ่งขึ้น

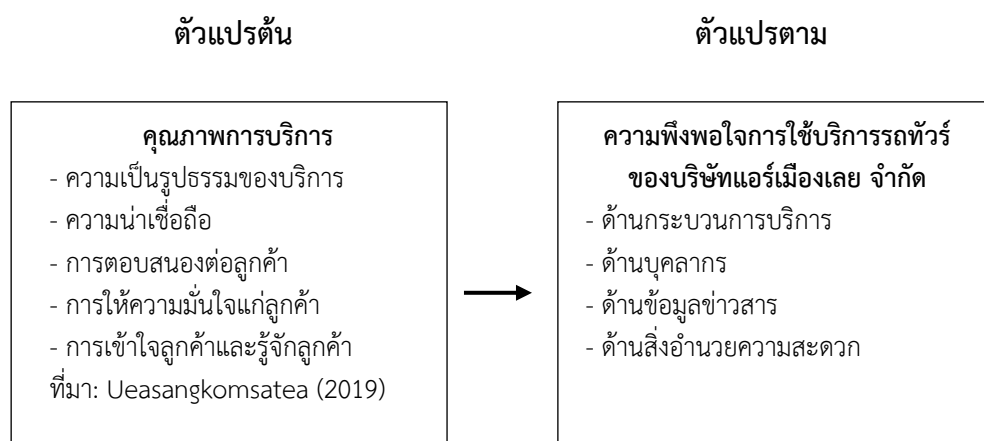
จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น การนำโมเดล SERVQUAL มาวัดคุณภาพการขนส่งที่อาจมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการซึ่งงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการเข้าใจลูกค้า และรู้จักลูกค้า นำมาเป็นแนวทางในการวัดคุณภาพการขนส่งรถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด ซึ่งได้แนวคิดจาก พิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์ (Ueasangkomsatea, 2019) ที่ประยุกต์ใช้แนวทาง SERVQUAL ด้วยการปรับปรุงแล้วในการประเมินคุณภาพบริการมาเป็นหนึ่งในกรอบการวิจัยในครั้งนี้

การวัดคุณภาพขนส่ง

การวัดคุณภาพการขนส่งสามารถทำได้ผ่านการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ใช้บริการกับบริการที่ได้รับจริง โดยใช้ตัวชี้วัดที่พัฒนาขึ้นจากโมเดล SERVQUAL มาทำการวัดคุณภาพขนส่งในแต่ละด้านเพื่อทราบถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ (พิริยา สมศักดิ์ และตะวัน วาทกิจ, 2564) งานวิจัยของเอกสิทธิ์ สันติภาพ และจกกลดินทร์ แสงอาสภวิริยะ (2560) ศึกษาการวัดคุณภาพการบริการโลจิสติกส์โดยวิธี P-TRANSQUAL กรณีศึกษา รถโดยสารระหว่างประเทศไทย-หลวงพระบาง ได้ระบุชุดตัวชี้วัดประสิทธิภาพ

สำหรับการวัดบริการขนส่งทางรถไฟและระบบขนส่งสินค้า และเสนอแนวทางสำหรับการปรับปรุงคุณภาพบริการขนส่งระหว่างเมืองในประเทศไทย โดยสำหรับบริบทจังหวัดเลย ควรมีการพัฒนาแบบการวัดคุณภาพที่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของพื้นที่ชายแดนและชนบท ซึ่งอาจรวมถึงการประเมินความสะดวกในการเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านและการเข้าถึงบริการสำหรับกลุ่มประชากรเปราะบาง

กรอบแนวคิด



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการรถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้แก่ผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการรถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด ขึ้นรถทัวร์จากสถานีขนส่งหมอชิต 2 กรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2540) ซึ่งไม่ทราบจำนวนผู้โดยสารที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และความคลาดเคลื่อนที่ 5 % ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่ต้องการคือ 385 คน แต่เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล จึงเพิ่มจำนวนอีก 15 คน เป็นจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 24 ข้อ

การหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบวัด (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบและพิจารณา หลังการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบวัด พบว่า ข้อคำถามวัดได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 1.00

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับที่ผ่านการประเมินของผู้เชี่ยวชาญตามผลการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) แล้วนำไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษาในเขตพื้นที่สถานีนขนส่งหมอชิต 2 กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน

นำผลที่ได้จากการทดลองใช้ (Try-Out) มาวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าที่เหมาะสมควรมีค่าตั้งแต่ .70 ขึ้นไป (Cronbach, 1951) หลังการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .98 ซึ่งมากกว่า .70 จึงถือได้ว่าแบบสอบถามของงานวิจัยนี้ มีความถูกต้องและเชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามแบบออนไลน์โดยใช้ Google Form แล้วสร้าง QR-code และ Link แบบสอบถาม แล้วให้กลุ่มตัวอย่างสแกนหรือเข้าลิงก์เพื่อตอบแบบสอบถาม เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อธิบายคุณลักษณะของตัวแปรต่าง ๆ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดให้มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีอายุอยู่ระหว่างต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.50 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.00 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 48.00 และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางกลับภูมิลำเนา คิดเป็นร้อยละ 36.25 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=400)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	208	52.00
หญิง	188	47.00
เพศทางเลือก	4	1.00
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	122	30.50
25 - 35 ปี	71	17.80
36 - 45 ปี	59	14.80
46 - 55 ปี	81	20.30
56 ปี ขึ้นไป	67	17.80
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	208	52.00
ปริญญาตรี	155	38.80
สูงกว่าปริญญาตรี	37	9.30
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	54	13.50
พนักงานบริษัทเอกชน	58	14.50
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างรัฐ	132	33.00
รับจ้างทั่วไป/เกษตรกร	54	13.50
อื่น ๆ	54	13.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	208	52.00
15,001 – 25,000 บาท	77	19.30
25,001 – 40,000 บาท	61	15.30
40,001 บาท ขึ้นไป	54	13.50
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง		
กลับภูมิลำเนา	145	36.30
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	63	15.80
ติดต่อธุรกิจ/การทำงาน	63	15.80
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	61	15.30
อื่น ๆ	68	17.00

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด และผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

คุณภาพการบริการ	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.19	0.290	มาก
ความน่าเชื่อถือ	4.25	0.279	มากที่สุด
การตอบสนองต่อลูกค้า	4.13	0.321	มาก
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	4.24	0.305	มากที่สุด
การเข้าใจลูกค้าและรู้จักลูกค้า	4.22	0.293	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.21	0.133	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นถึงระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 4.21

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ความพึงพอใจการใช้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
ด้านกระบวนการบริการ	4.11	0.287	มาก
ด้านบุคลากร	4.21	0.261	มากที่สุด
ด้านข้อมูลข่าวสาร	4.03	0.291	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.06	0.285	มาก
เฉลี่ย	4.10	0.143	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นถึงระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก 4.10

ส่วนที่ 3 ผลศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ของบริษัท แอร์เมืองเลย จำกัด

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ของบริษัท แอร์เมืองเลย จำกัด โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ของผลความด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการเข้าใจลูกค้าและรู้จักลูกค้า ผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 4 แสดงการเข้าใจลูกค้าและรู้จักลูกค้า การตอบสนองต่อลูกค้า ความน่าเชื่อถือ ความเป็นรูปธรรม ของบริการและการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ของการบริการรถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด

ตัวแปร	r	P-value
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	.746	.000*
ความน่าเชื่อถือ	.794	.000*
การตอบสนองต่อลูกค้า	.849	.000*
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	.709	.000*
การเข้าใจลูกค้าและรู้จักลูกค้า	.896	.000*

** p < .01

จากตารางที่ 4 พบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ปานกลาง ถึงสูง (r อยู่ระหว่าง .709 ถึง .896) เรียงตามลำดับ ได้แก่ การเข้าใจลูกค้าและรู้จักลูกค้า (r = .896) การตอบสนองต่อลูกค้า (r = .849) ความน่าเชื่อถือ (r = .794) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (r = .746) และการ ให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (r = .709)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงแบ่งการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ทั้งหมด 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของรถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด

คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ของบริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด โดยที่ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด เพราะว่า ผู้ให้บริการคือบริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด มีความรู้สึกรับผิดชอบกับการให้บริการของพนักงานและมีความน่าเชื่อถือรู้สึกปลอดภัยเมื่อผู้รับบริการมาใช้บริการ และ พนักงานปฏิบัติงานตามมาตรฐานการบริการที่กำหนด จึงทำให้ผู้รับบริการให้ความมั่นใจ ซึ่งการบริการจาก พนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็วและมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี จึงทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการรถทัวร์แอร์เมืองเลย จำกัดเกิดความ เชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี (Parasuraman et al., 1985) สอดคล้อง กับงานวิจัยของธนากร ศรีตัญชัย และคณะ (2567) การรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความภักดีในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย พบว่า คุณภาพการบริการจากองค์ประกอบ ทั้ง 5 ด้าน ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อด้านความเชื่อมั่นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะมิติของสายการบิน ที่ให้บริการมี มาตรฐานบริการที่คงที่และเป็นที่ยอมรับ รองลงมาด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ใน ระดับมากที่สุด ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความเอาใจใส่อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการตอบสนองในการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด

เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ของบริษัท แอร์เมืองเลย จำกัด

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถทัวร์บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดย ปัจจัยด้านบุคลากรได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุด เหตุผลสำคัญคือ บริษัทให้ความสำคัญกับพนักงาน ซึ่งเป็นหัวใจของงานบริการ โดยพนักงานมีความเป็นมืออาชีพและใส่ใจดูแลผู้ใช้บริการตั้งแต่ขั้นตอนการซื้อตั๋วไปจนถึงการเดินทางสิ้นสุด ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและประทับใจ นอกจากนี้ ปัจจัยอื่น ๆ ที่สร้างความพึงพอใจในระดับสูง ได้แก่ กระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกบนรถที่ครบครัน สะอาด และปลอดภัย

ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรพร ทรงเจริญ และคณะ (2565) ที่พบว่าความปลอดภัยและความสะดวกสบายเป็นปัจจัยสำคัญต่อคุณภาพบริการ และยังเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของวรรณวนิช อรุณรัตน์ และคณะ (2564) ที่พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์มักเป็นส่วนที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจน้อยที่สุด ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้ให้บริการขนส่งสาธารณะสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงต่อไปได้

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ของบริษัท แอร์เมืองเลย จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการเข้าใจลูกค้าและรู้จักลูกค้า (Empathy) มีค่าสหสัมพันธ์สูงสุด สิ่งที่สามารถยกระดับความพึงพอใจและสร้างความประทับใจได้เหนือกว่า คือ การบริการที่มาจากใจของพนักงาน ดังนั้น การลงทุนเพื่อพัฒนาทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรวัฒน์ วงศ์ธงชัย (Wongthongchai, 2022) การศึกษารถโดยสารประจำทางสาย 166 จังหวัดนนทบุรี พบผลที่สอดคล้องโดย การเข้าใจลูกค้าและรู้จักลูกค้า (Empathy) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ตามด้วย ความเป็นรูปธรรม (Tangibility) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์ (Ueasangkomsate, 2019) ที่ศึกษารถโดยสารสาธารณะทั่วประเทศไทย โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 2,729 คน จาก 16 จังหวัด พบว่า On-board security, Staff courtesy and knowledge และ Bus drivers' ability เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ในปัจจัยด้าน การรับประกัน (Assurance) และการเข้าใจลูกค้าและรู้จักลูกค้า (Empathy) และเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของธราภินท์ คงห้วยรอบ (2565) ศึกษาความพึงพอใจและความต้องการเกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการ ธุรกิจรถโดยสารไม่ประจำทางในจังหวัดชลบุรี พบว่า ความต้องการรูปแบบการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรูปแบบการให้บริการธุรกิจรถโดยสารไม่ประจำทางในจังหวัดชลบุรีโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก กล่าวคือเมื่อความต้องการรูปแบบการให้บริการ โดยรวมเพิ่มมากขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจรูปแบบการให้บริการธุรกิจรถโดยสารไม่ประจำทางในจังหวัดชลบุรีเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

สำหรับข้อเสนอแนะจากการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกผลการวิจัยข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นน้อยที่สุด มาเสนอแนะในประเด็นต่อไปนี้

1) คุณภาพการบริการ

1.1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ ที่นั่งภายในรถทัวร์มีความสะดวกสบาย ดังนั้นควรพัฒนาและปรับปรุงที่นั่งภายในรถทัวร์ให้กว้างขึ้นเพื่อความสะดวกสบาย อาจจะมี WIFI หรือช่องชาร์จ USB สำหรับโทรศัพท์ เป็นต้น

1.2) ความน่าเชื่อถือ พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือตอบข้อสงสัยให้แก่ผู้รับบริการอย่างถูกต้อง ดังนั้นควรมีการอบรมให้ความรู้เฉพาะด้านแก่พนักงาน และสามารถแก้ปัญหาหรือตอบข้อสงสัยให้แก่ผู้ใช้บริการรถทัวร์ ได้อย่างถูกต้องเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น

1.3) การตอบสนองต่อลูกค้า ท่านได้รับข้อมูลที่ขอภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังนั้น เมื่อผู้ใช้บริการมีความสนใจที่จะใช้บริการหรือมีข้อสงสัยในการให้บริการของบริษัท การสื่อสารกับลูกค้าตลอด เช่น ตอบกลับทางโทรศัพท์รวดเร็ว ตอบอีเมลรวดเร็ว ให้ข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้องเพื่อสร้างความประทับใจการให้บริการ และเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

1.4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า พนักงานสามารถให้ข้อมูลและอธิบายให้ท่านเข้าใจได้เป็นอย่างดี ดังนั้นควรมีการอบรมพนักงานด้านข้อกำหนดด้านคุณภาพบริการ และข้อกำหนดด้านเอกสารและการปฏิบัติงานของบริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด แก้ปัญหาหรือตอบข้อสงสัยให้แก่ผู้ใช้บริการรถทัวร์ ได้อย่างถูกต้อง

1.5) การเข้าใจลูกค้าและรู้จักลูกค้า พนักงานจดจำท่านและข้อมูลต่าง ๆ ของท่านได้ พร้อมทั้งไม่เปิดเผยข้อมูลของท่านแก่บุคคลอื่น ดังนั้นพนักงานควรให้ความสนใจข้อมูลพื้นฐานของลูกค้าทุกคน เช่น วันเวลาการจองตั๋ว วันเวลาการเดินทาง ความต้องการหรือความสนใจของลูกค้า ปัญหาของลูกค้า เป็นต้น เพื่อเพิ่มยอดขายในระยะยาว

2) ความพึงพอใจการใช้บริการ

2.1) ด้านกระบวนการบริการ สภาพของรถโดยสารอยู่ในสภาพดี ดังนั้น ควรมีการตรวจสอบสภาพรถอยู่ตลอดเวลา เช่น การล้าง การทำสี การปรับโครงสร้างภายนอกตัวรถให้อยู่ในสภาพที่สวยงาม เหมาะสม เพราะถ้าภายนอกดูสวยงาม สามารถทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยและเลือกที่จะใช้บริการ

2.2) ด้านบุคลากร ความกระตือรือร้นและการให้คำแนะนำของพนักงานจำหน่ายตั๋ว ดังนั้นควรมีการพัฒนาบุคลากร อาจจะใช้วิธีการอบรมพัฒนาหรือวิธีการอื่น ๆ เช่น หลักการบริการที่ดี เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ในงานให้พนักงานจำหน่ายตั๋วมีความรู้ในงานเป็นอย่างดี

2.3) ด้านข้อมูลข่าวสาร ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น ดังนั้น บริษัทควรกำหนดกลยุทธ์การตั้งราคา ราคาของตั๋วเมื่อเทียบกับคู่แข่ง แม้จะมีราคาแตกต่างกันเล็กน้อย แต่ก็เป็นหนึ่งในส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ อีกทั้งยังเป็นตัวชี้วัดภาพลักษณ์ของบริษัทอีกด้วย

2.4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีป้ายประชาสัมพันธ์ช่องทางเดินและตารางการเดินรถ ดังนั้น ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์ตารางการเดินรถติดไว้ในบริเวณที่ผู้ใช้บริการสามารถมองเห็นได้ชัดเจน หรือควรปรับปรุงป้ายประชาสัมพันธ์บริษัทหรือตารางการเดินรถให้มีความชัดเจนมากขึ้น เพื่อความสะดวกในการใช้บริการ

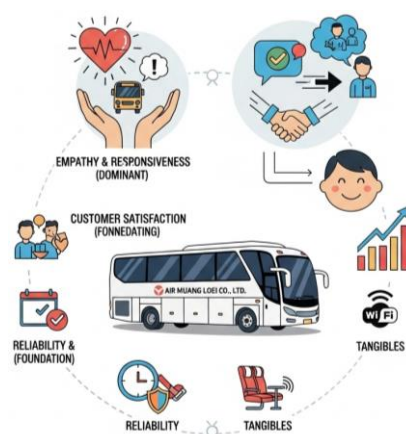
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการทบทวนวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ในการใช้บริการรถทัวร์ของบริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด
- 2) ทำการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กับเชิงคุณภาพ เช่น มีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการรถทัวร์ของบริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ส่งผลให้งานวิจัยสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
- 3) ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ในสถานีขนส่งหมอชิต 2 กรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัย เพื่อสามารถใช้ เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการของบริษัทให้มีความหลากหลายมากขึ้น

องค์ความรู้ใหม่

1) สำหรับธุรกิจบริการรถทัวร์โดยสารในบริบทของบริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด ปัจจัยด้าน การเข้าใจ และรู้จักลูกค้า (Empathy) และการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) เป็นตัวขับเคลื่อนความพึงพอใจของลูกค้าที่ทรงพลังที่สุด โดยมีค่าสหสัมพันธ์สูงกว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หรือความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) อย่างมีนัยสำคัญ เป็นการสะท้อนที่แม้ว่าความปลอดภัย ความตรงต่อเวลา หรือความสะดวกสบายทางกายภาพของรถทัวร์จะเป็นสิ่งพื้นฐานที่ลูกค้าคาดหวัง แต่สิ่งที่สร้างความพึงพอใจและความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างแท้จริง คือ มิติด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Dimension) ดังนั้น กลยุทธ์การบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุดควรมุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างทักษะให้พนักงานสามารถจดจำความต้องการของลูกค้าได้ การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าอย่างใส่ใจ ซึ่งจะสร้างความรู้สึกว่าคุณค่าได้รับการดูแลเป็นพิเศษและมีคุณค่า อันเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความภักดีของลูกค้าในระยะยาว

2) จากการประเมินคุณภาพบริการในภาพรวมอาจให้ผลคะแนนในระดับมากที่สุด แต่ไม่ได้หมายความว่าปราศจากจุดที่ต้องพัฒนา ดังนั้นการเจาะลึกไปที่องค์ประกอบย่อย เช่น ความสะดวกสบายของที่นั่ง ความรวดเร็วในการตอบคำถาม สามารถเปิดเผยถึงช่องว่างแห่งความคาดหวังของผู้บริโภค (Expectation Gap) ที่ซ่อนอยู่ได้ ดังนั้น ธุรกิจบริการไม่ควรพึงพอใจแค่คะแนนเฉลี่ยที่สูง แต่ต้องใช้ข้อมูลเชิงลึกจากงานวิจัยเพื่อระบุและปรับปรุงจุดสัมผัส (Touchpoint) ที่เฉพาะเจาะจง เพื่อยกระดับประสบการณ์จาก “ดีมาก” ไปสู่ “ยอดเยี่ยม” และสร้างความได้เปรียบที่ยั่งยืนต่อไป



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่

ที่มา: รูปภาพสร้างขึ้นโดยใช้คำสั่ง “สร้าง Infographic จากข้อความดังกล่าว” โดย Google Deepmind, Imagen 4, 2025 (<https://deepmind.google/models/imagen/>)

เอกสารอ้างอิง

- กรมการจัดหางาน. (2566). รายงานผลการศึกษาวิจัย เรื่อง ทิศทางตลาดแรงงานไทยในอนาคต อุตสาหกรรม การขนส่งทางราง. สืบค้น 17 มิถุนายน 2568, จาก https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/lmia_th/e5c5ed3dc2eb2034c68cc8da6fe7808d.pdf
- กรมประชาสัมพันธ์. (2568). ไทยเผยแผนคมนาคมสำคัญปี 2568-2569. สำนักงานการต่างประเทศ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี. สืบค้น 19 สิงหาคม 2568, จาก <https://thailand.prd.go.th/en/content/category/detail/id/52/iid/354054>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2540). หลักสถิติ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรพร ทรงเจริญ, เย็นจิต คงปาน และวิมลศรี แสนสุข. (2565). ทำการศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตู้โดยสาร (จตุจักร). วารสารการบริหารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมท้องถิ่น, 8(5), 151-162.
- จุฑาภรณ์ ฝานาค. (2563). ความพึงพอใจของประชาชนอำเภอเมืองนครปฐมต่อการใช้บริการรถตู้สาธารณะ. วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 7(1), 55-66.
- โชติมนต์ แสงดิษฐ์. (2560). คุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการรถเช่าของห้างหุ้นส่วนจำกัด ABC. (งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา). สืบค้นจาก <https://webopac.lib.buu.ac.th/bibitem?bibid=b00245924>
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2544). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ธนาภินท์ คงห้วยรอบ. (2565). ความพึงพอใจและความต้องการเกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการธุรกิจรถโดยสารไม่ประจำทางในจังหวัดชลบุรี. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 5(3), 11-20.
- ธนากร ศรีตนาไชย, เกวลี กระสานตี่กุล, สุรพร มุลกณี และกฤติกา คุณูปการ. (2567). การรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความภักดีในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*. 20(4), 193-204.
- ธวัช เลหาอรุณทัย และชิตพงษ์ อัยสานนท์. (2567). การศึกษาและพัฒนาสมรรถนะการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต้นทุนต่ำ. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 4(3), 691-706.
- นราธิป แนวคำดี, ฤกษ์ชัย ทัพจุฬา และดวงใจ อังโก๊ะ. (2562). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัทพรมมิต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาบางแคพลาซ่า กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 6(2), 203-214.
- บุศรินทร์ เหลืองภักทวงศ์. (2565). อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการยางรถยนต์. (สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล). สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4667/1/TP%20BM.044%202565.pdf>
- ปรียา สมศักดิ์ และตะวัน วาทกิจ. (2021). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารกับคุณภาพการบริการของรถโดยสารประจำทางกรีนบัส. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 8(1), 101-114.
- ยุพาวดี สันตสวัสดิ์กุล และพัชรกัญญา จารุทวีผลนุกุล. (2563). ปัจจัยคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาหลักสี่. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติและระดับนานาชาติ RMUTT Global Business and Economics Conference (RTBEC 2020)* (น. 581-596). ศูนย์นวัตกรรมและความรู้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (RMUTT Innovation & Knowledge Center) ชั้น 7 ศูนย์การค้าบางซื่อจิงชั่น, กรุงเทพมหานคร.
- วรรณวนิช อุไรรัตน์, ทรงวุฒิ ดีงกิจ และบวรวิทย์ โรจน์สุวรรณ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัถย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ. ใน *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 16 ปีการศึกษา 2564* (น. 678-687). มหาวิทยาลัยรังสิต, จังหวัดปทุมธานี
- วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย, ชาริสา หนูเลิศ และวรากร ตรงศิริ. (2562). ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการรถโดยสารประจำทางสายตะวันตก. *วารสารปฏิบัติการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*, 5(2), 101-111.
- ศิริชัย สมิตธิปริชาวงษ์ และปัญญา ศรีสิงห์. (2563). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 25(3), 226-242.

- ศุภเดช สงสม, ธนวัฒน์ อภิธานวิฑิต และ จุลจักร เอี่ยมลาภะ. (2568). ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ปกครองในการบริการรถรับ-ส่งนักเรียน ของโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง ในงานโลจิสติกส์. *การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 15*, 15(6), 168-182.
<https://benjamit.thonburi-u.ac.th/ojs/bmv15/article/view/368>
- สิทธา คำประสิทธิ์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถทัวร์นครชัยแอร์*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). สืบค้นจาก
https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802030576_5831_4228.pdf
- อรณภัทร ไผ่จันทิก และนิภาพรณ อนันต์พลศักดิ์ (2564). *การศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทมหาชน จำกัด*. สืบค้น 18 กรกฎาคม 2568, จาก <https://buulog.com/wp-content/uploads/2021/08/อรณภัทร-ไผ่จันทิก.pdf>
- เอกสิทธิ์ สันติภาพ และจกกลบดินทร์ แสงอาสภวิริยะ. (2560). การวัดคุณภาพการบริการโลจิสติกส์โดยวิธี P-TRANSQUAL กรณีศึกษา: รถโดยสารระหว่างประเทศไทย-หลวงพระบาง. *RMUTL Journal of Business Administration and Liberal Arts*, 3(2), 72-83.
- Al-Jazzazi, A., & Sultan, P. (2017). Demographic differences in Jordanian bank service quality perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, 35(2), 275–297.
- Anderson, R. E. (1973). Consumer satisfaction: The effect of disconfirmed expectancy on perceived product performance. *Journal of Marketing Research*, 10(1), 38–44.
- Asian Development Bank. (2013). *Energy Outlook for Asia and the Pacific*. Mandaluyong City, Philippines: Asian Development Bank.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Google Deepmind. (2025). *Imagen 4* [Artificial intelligence system]. <https://deepmind.google/models/imagen/>
- Martí, P., Jordán, J., González Arrieta, M. A., & Julian, V. (2023). A survey on demand-responsive transportation for rural and interurban mobility. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 8(3), 43-54.
<https://doi.org/10.9781/ijimai.2023.07.010>
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. *Sustainability*, 11(4), 1113.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Saeed, K., & Kurauchi, F. (2015). Enhancing the service quality of transit systems in rural areas by flexible transport services. *Transportation Research Procedia*, 10, 514–523.
<https://doi.org/10.1016/j.trpro.2015.09.005>

- Sama, H. R., Chen, L.-S., Nalluri, V., & Chendragiri, M. (2023). Enhancing service quality of rural public transport during the COVID-19 pandemic: a novel fuzzy approach. *Public Transport*, 15(2), 479–501. <https://doi.org/10.1007/s12469-022-00329-2>
- Sharmin, S., Tasnim, I., & Shimul, D. (2016). Measuring customer satisfaction through SERVQUAL model: A study on beauty parlors in Chittagong. *European Journal of Business and Management*, 8(27), 97–108.
- Ueasangkomsatea, P. (2019). Service quality of public road passenger transport in Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 40(1), 74–81. <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2019.40.1.05>
- Van Loi, T., & Vongsavanthong, K. (2025). The Impacts of Transport Infrastructure on International Trade in Lao PDR. *Thailand and The World Economy*, 43(1), 40–71. retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/TER/article/view/263621>
- Wongthongchai, J. (2022). Service quality assessment of mass public transit related to passenger satisfaction: A case study of Nonthaburi. *Journal of Modern Management Science*, 15(1), 64–74.



JOURNAL of Business Administration
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม 2567)

Vol.1 No.3 (September – December 2024)

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

ชื่อบทความ (ภาษาไทย) (20 pt)

ชื่อบทความ (อังกฤษ) (ตัวพิมพ์ใหญ่: 18 pt)

ผู้ประพันธ์บรรณกิจให้ใส่ * หลังชื่อ

ชื่อ-นามสกุล¹,ชื่อ-นามสกุล²,ผู้ชื่อ-นามสกุล³ (ไทย) (14 pt)ชื่อ-นามสกุล¹,ชื่อ-นามสกุล²,ผู้ชื่อ-นามสกุล³ (อังกฤษ) (12 pt)หน่วยงานต้นสังกัด¹,หน่วยงานต้นสังกัด²,หน่วยงานต้นสังกัด³ (ไทย) (14 pt)หน่วยงานต้นสังกัด¹,หน่วยงานต้นสังกัด²,หน่วยงานต้นสังกัด³ (อังกฤษ) (12 pt)

E-mail: ระบุอีเมลล์ของทุกคนที่อยู่ในบทความ (12 pt), เบอร์โทรศัพท์ (มือถือ) ระบุเฉพาะผู้ประพันธ์บรรณกิจ

Received เดือน วัน, ปี; Revised เดือน วัน, ปี; Accepted เดือน วัน, ปี

2.54 เซนติเมตร

บทคัดย่อ (250-300 คำ) (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ.....วิธีที่ใช้ในการศึกษา (ถ้ามี).....

.....มีข้อค้นพบหรือข้อสรุปสำคัญที่เกิดจากการศึกษา.....

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

ซึ่งจะเป็นประโยชน์/สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อ.....

(บทคัดย่อในบทความวิชาการ เป็นการสรุปประเด็นเนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญ เน้นประเด็นสำคัญของงานที่ต้องการนำเสนอจริง ๆ ควรเขียนให้สั้น กระชับ มีความยาวไม่เกิน 250-300 คำ โดยบทคัดย่ออาจจะประกอบด้วยเนื้อหาสามส่วน คือ เกริ่นนำถึงวัตถุประสงค์ สิ่งที่ทำ (วิธีในการศึกษา) สรุปผลสำคัญที่ได้ ซึ่งอ่านแล้วต้องเห็นภาพรวมทั้งหมดของงาน)

คำสำคัญ:,, (3-5 คำ)

Abstract (250-300 words) (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

Keywords:,, (3-5 words)

บทนำ (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

ย่อหน้าแรก เขียนเชิงหลักการและเหตุผล (rationale) หรือความเป็นมาหรือภูมิหลัง (Background) หรือความสำคัญของเรื่องที่เขียน (justification) (หัวข้อนี้จะทำให้อ่านได้ทราบเป็นพื้นฐานไว้ก่อนว่าเรื่องที่เลือกมาเขียนมีความสำคัญหรือมีความเป็นมาอย่างไรเหตุผลใดผู้เขียนจึงเลือก

เรื่องดังกล่าวขึ้นมาเขียน ในการเขียนบทนำในย่อหน้าแรกซึ่งถือว่าเป็นการเปิดตัวบทความทางวิชาการ และเป็นย่อหน้าที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

ย่อหน้าที่ 2, 3, ... อธิบายวัตถุประสงค์ ขอบเขตของเรื่องที่จะนำเสนอ หรือกำหนดคำจำกัดความหรือนิยามต่าง ๆ ที่ผู้เขียนเห็นว่าควรระบุไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ตลอดทั้งประโยชน์ที่เกิดจากบทความนี้.....

(เป็นการกล่าวนำโดยอาศัยการปริทรรศน์ (review) ไม่เกิน 2 หน้ากระดาษ และต้องมีการอ้างอิงที่มาของข้อมูลตามรูปแบบที่วารสารกำหนด)

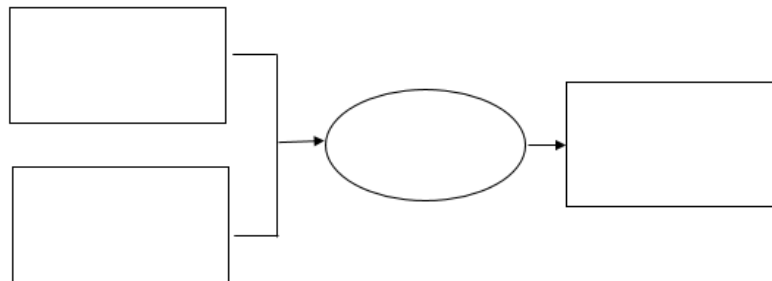
เนื้อหา (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

1. เนื้อหาหัวข้อที่ 1 (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

1.1 หัวข้อย่อยที่ 1 (ตัวหนา TH SarabunPSK 16)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

(อ้างอิงที่มาของข้อมูล: ชื่อผู้แต่ง,XXX (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))



แผนภาพที่ 1 แสดง.....

(ที่มา: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))

ตัวหนา TH SarabunPSK 16

ตารางที่ 1 แสดง.....(ที่มา: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))

หัวข้อที่ 1	หัวข้อที่ 2	หัวข้อที่ 3
.....		
.....	ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16	
.....		
โดยรวม		

จากตารางที่ 1 (ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16)

2. เนื้อหาหัวข้อที่ 2 (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

2.1 หัวข้อย่อยที่ 1 (ตัวหนา TH SarabunPSK 16)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

(อ้างอิงที่มาของข้อมูล: ชื่อผู้แต่ง,XXX (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))



ภาพที่ 1 แสดง.....

(ที่มา: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

(อ้างอิงที่มาของข้อมูล: ชื่อผู้แต่ง,XXX (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))

2.2 หัวข้อย่อยที่ 2 (ตัวหนา TH SarabunPSK 16)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

(สามารถเพิ่มหัวข้อที่ 3,.....และหัวข้อย่อย 3.1,..... ตามเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ)

สรุป (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

.....สรุปในลักษณะที่เป็นการย่อ ประมาณ 4-5 บรรทัด โดยเลือกประเด็นสำคัญของบทความมาเขียน
รวมกันไว้อย่างสั้น ๆ ซึ่งอาจใช้วิธีการบอกผลลัพธ์ว่าสิ่งที่กล่าวมามีความสำคัญอย่างไร สามารถนำไปใช้

อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป หรืออาจใช้วิธีการตั้งคำถามหรือให้ประเด็นทิ้งท้ายกระตุ้นให้ผู้อ่านไปสืบเสาะแสวงหาความรู้ หรือคิดค้นพัฒนาเรื่องนั้นต่อไป.....

องค์ความรู้ใหม่ (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

ระบอบองค์ความรู้อันเป็นผลมาจากประเด็นที่ศึกษา การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ เข้าใจง่าย.....

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

เอกสารอ้างอิง (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

(APA 6th Edition)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

ชื่อบทความ (ภาษาไทย) (20 pt)
ชื่อบทความ (อังกฤษ) (ตัวพิมพ์ใหญ่: 18 pt)

ผู้ประพันธ์บรรณกิจให้ใส่ * หลังชื่อ

ชื่อ-นามสกุล¹,ชื่อ-นามสกุล²,ผู้ชื่อ-นามสกุล³ (ไทย) (14 pt)ชื่อ-นามสกุล¹,ชื่อ-นามสกุล²,ผู้ชื่อ-นามสกุล³ (อังกฤษ) (12 pt)หน่วยงานต้นสังกัด¹,หน่วยงานต้นสังกัด²,หน่วยงานต้นสังกัด³ (ไทย) (14 pt)หน่วยงานต้นสังกัด¹,หน่วยงานต้นสังกัด²,หน่วยงานต้นสังกัด³ (อังกฤษ) (12 pt)

E-mail: ระบุอีเมลของทุกคนที่อยู่ในบทความ (12 pt), เบอร์โทรศัพท์ (มือถือ) ระบุเฉพาะผู้ประพันธ์บรรณกิจ

Received เดือน วัน, ปี; Revised เดือน วัน, ปี; Accepted เดือน วัน, ปี

2.54 เซนติเมตร

2.54 เซนติเมตร

บทคัดย่อ (250-300 คำ) (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ.....วิธีที่ใช้ในการศึกษา (ถ้ามี).....

.....มีข้อค้นพบหรือข้อสรุปสำคัญที่เกิดจากการศึกษา.....

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

ซึ่งจะเป็นประโยชน์/สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อ.....

(บทคัดย่อในบทความวิชาการ เป็นการสรุปประเด็นเนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญ เน้นประเด็นสำคัญของงานที่ต้องการนำเสนอจริง ๆ ควรเขียนให้สั้น กระชับ มีความยาวไม่เกิน 250-300 คำ โดยบทคัดย่ออาจจะประกอบด้วยเนื้อหาสามส่วน คือ เกริ่นนำถึงวัตถุประสงค์ สิ่งที่ทำ (วิธีในการศึกษา) สรุปผลสำคัญที่ได้ ซึ่งอ่านแล้วต้องเห็นภาพรวมทั้งหมดของงาน)

คำสำคัญ:,, (3-5 คำ)

Abstract (250-300 words) (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

Keywords:,, (3-5 words)

บทนำ (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

ย่อหน้าแรก เขียนเชิงหลักการและเหตุผล (rationale) หรือความเป็นมาหรือภูมิหลัง (Background) หรือความสำคัญของเรื่องที่เขียน (justification) (หัวข้อนี้จะทำให้ผู้อ่านได้ทราบเป็นพื้นฐานไว้ก่อนว่าเรื่องที่เลือกมาเขียนมีความสำคัญหรือมีความเป็นมาอย่างไรเหตุผลใดผู้เขียนจึงเลือก

เรื่องดังกล่าวขึ้นมาเขียน ในการเขียนบทนำในย่อหน้าแรกซึ่งถือว่าเป็นการเปิดตัวบทความทางวิชาการ และเป็นย่อหน้าที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

ย่อหน้าที่ 2, 3, ... อธิบายวัตถุประสงค์ ขอบเขตของเรื่องที่จะนำเสนอ หรือกำหนดคำจำกัดความหรือนิยามต่าง ๆ ที่ผู้เขียนเห็นว่าควรระบุไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ตลอดทั้งประโยชน์ที่เกิดจากบทความนี้.....

(เป็นการกล่าวนำโดยอาศัยการปริทรรศน์ (review) ไม่เกิน 2 หน้ากระดาษ และต้องมีการอ้างอิงที่มาของข้อมูลตามรูปแบบที่วารสารกำหนด)

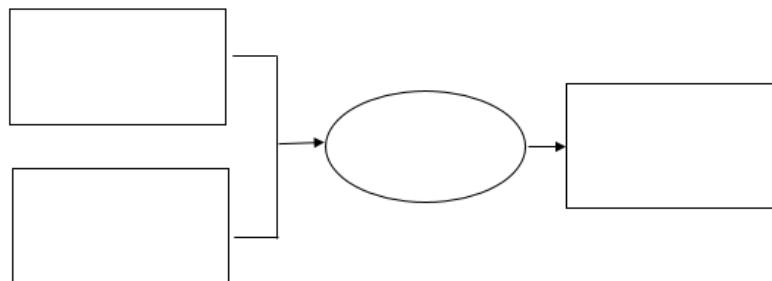
เนื้อหา (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

1. เนื้อหาหัวข้อที่ 1 (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

1.1 หัวข้อย่อยที่ 1 (ตัวหนา TH SarabunPSK 16)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

.....(อ้างอิงที่มาของข้อมูล: ชื่อผู้แต่ง,XXX (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))



แผนภาพที่ 1 แสดง.....

(ที่มา: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))

ตัวหนา TH SarabunPSK 16

ตารางที่ 1 แสดง.....(ที่มา: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))

หัวข้อที่ 1	หัวข้อที่ 2	หัวข้อที่ 3
.....		
.....	ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16	
.....		
โดยรวม		

จากตารางที่ 1 (ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16)

2. เนื้อหาหัวข้อที่ 2 (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

2.1 หัวข้อย่อยที่ 1 (ตัวหนา TH SarabunPSK 16)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

(อ้างอิงที่มาของข้อมูล: ชื่อผู้แต่ง,XXX (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))



ภาพที่ 1 แสดง.....

(ที่มา: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

(อ้างอิงที่มาของข้อมูล: ชื่อผู้แต่ง,XXX (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))

2.2 หัวข้อย่อยที่ 2 (ตัวหนา TH SarabunPSK 16)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

(สามารถเพิ่มหัวข้อที่ 3,.....และหัวข้อย่อย 3.1,..... ตามเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ)

สรุป (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

.....สรุปในลักษณะที่เป็นการย่อ ประมาณ 4-5 บรรทัด โดยเลือกประเด็นสำคัญของบทความมาเขียนรวมกันไว้อย่างสั้น ๆ ซึ่งอาจใช้วิธีการบอกผลลัพธ์ว่าสิ่งที่กล่าวมามีความสำคัญอย่างไร สามารถนำไปใช้

อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป หรืออาจใช้วิธีการตั้งคำถามหรือให้ประเด็นทิ้งท้ายกระตุ้นให้ผู้อ่านไปสืบเสาะแสวงหาความรู้ หรือคิดค้นพัฒนาเรื่องนั้นต่อไป.....

องค์ความรู้ใหม่ (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

ระบอบองค์ความรู้อันเป็นผลมาจากประเด็นที่ศึกษา การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ เข้าใจง่าย.....

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16

เอกสารอ้างอิง (ตัวหนา TH SarabunPSK 18)

(APA 6th Edition)

ตัวธรรมดา TH SarabunPSK 16



B A & I T

Business Administration
And Information Technology



BA & IT

JBU *RUS*

วารสารบริหารธุรกิจ
ราชมนกคสุวรณภูมิ

JOURNAL of Business Administration

Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi