

ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและ
การสื่อสารแบบปากต่อปาก: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง
อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กาญจนา มาส ขำนาญกิจ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปากของการให้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้การเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย เลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า T-test ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova) และเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้างโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.52) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการระดับดีมาก ตามลำดับก่อนหลังเช่น ผู้มาก่อนได้รับการบริการก่อนเป็นต้นมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.64) รองลงมาได้แก่ การให้ความเสมอภาคเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย = 3.61) และน้อยที่สุดได้แก่ การเปิดรับฟังความคิดเห็นต่อบริการ เช่น กล้องรับความคิดเห็น แบบสอบถาม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย = 3.41) และพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กล่าวคือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และงานที่รับ

¹ นักวิชาการตรวจสอบภายในชำนาญการพิเศษ ปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าส่วนติดตามชำระค่าปรับและยึดอายัดทรัพย์สินตามความผิดอาญา สำนักบังคับคดีอาญาและบังคับใช้กฎหมาย สำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม

บริการ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจใน การให้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ผู้ใช้บริการมีระดับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.31) โดยกลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ตามลำดับก่อนหลัง เช่น ในการพูดคุยในกลุ่มเพื่อนบ้าน หากมีการพูดถึงเจ้าหน้าที่ อบต. หลักช้าง ท่านจะพูดถึงอัยาศัยไมตรี และการพูดจาของเจ้าหน้าที่ในทางที่ดีอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย = 3.37) รองลงมาได้แก่ ในการพูดคุยในกลุ่มเพื่อนบ้าน หากมีการพูดถึง อบต.หลักช้าง ท่านจะพูดถึง การจัดให้มีกิจกรรมนันทนาการในวันสำคัญโดยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมดังกล่าวในทางที่ดีอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย = 3.36) และน้อยที่สุดได้แก่ ท่านสามารถชี้แจงข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับ อบต. หลักช้าง ให้แก่บุคคลอื่นที่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย = 3.19) และพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กล่าวคือ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และงานที่รับบริการ แตกต่างกัน มีระดับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ในการให้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นระดับการศึกษา

3. ผู้ใช้บริการมีระดับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) ต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.40) โดยกลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) ต่อการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง เช่น ท่านสามารถให้คำแนะนำบุคคลอื่นเกี่ยวกับช่องทางการให้บริการของ อบต.หลักช้าง เช่น การชำระภาษี การจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุโดยมีการให้ บริการเคลื่อนที่ตามจุดบริการหลัก มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.48) รองลงมา ได้แก่ ท่านจะพูดถึงการให้บริการของ อบต.หลักช้างในทางที่ดีอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย = 3.42) และน้อยที่สุดได้แก่ ท่านสามารถที่จะถ่ายทอดถึงความพึงพอใจของท่านต่อการให้บริการแก่ผู้ที่มีความลังเลใจที่จะมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.35) และพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กล่าวคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และงานที่รับบริการ แตกต่างกันมีระดับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ในการให้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นสถานภาพ

4. ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ คือ ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถพยากรณ์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นปัจจัยด้านสถานที่

5. ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ คือ ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ และด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่สามารถพยากรณ์ระดับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวกและการบอกต่อ) ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นปัจจัยด้านสถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ควรพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ 4 ด้าน คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น รวมทั้ง หากมีการพัฒนาในด้านสถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจะส่งผลต่อระดับการสื่อสารแบบปากต่อปากในการพูดเชิงบวกและการบอกต่อในทางที่ดีเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: ทัศนคติ, ความพึงพอใจ, การสื่อสารแบบปากต่อปาก

Customers' Attitudes Affecting Their Satisfaction and Word of Mouth
Communication: A Case Study of Lakchang Tambon Administrative
Organization, Changklang District, Nakhon Si Thammarat

Kanchanamas Chamnankit

Abstract

The subjects of this research on “*Customers’ attitudes affecting their satisfaction and word-of-mouth communication regarding services offered by Lakchang Tambon Administrative Organization, Changklang District, Nakhon Si Thammarat*” were chosen by means of non-probability and convenience sampling methods. Research questionnaires were distributed to 400 participants, and the data collected were analyzed with the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) for values, frequency distribution, percentage mean and standard deviation. Also used in data analysis were T-test, One-way ANOVA and Multiple Regression analysis.

The results of this study reveal that

1. Customers’ satisfaction towards overall services offered by Lakchang Tambon Administrative Organization is at a high level (Mean = 3.52). The subject’s satisfaction towards the quality of services is very high and can be classified, according to their degree of satisfaction, as follows: The “*first come, first served*” principle (Mean = 3.64) ranks the highest, followed by “*equal service without prejudice*” principle (Mean = 3.61), while “*customers’ feedback*” (e.g. in the forms of a comment box or comment cards) ranks the lowest (Mean = 3.41). Customers’ satisfaction towards the services is not different, with statistical significance, among customers with different demographic profiles (gender, age, marital status, education, career, average monthly salary and types of service received).

2. Customers' word-of-mouth communication (positive speaking) regarding the services by Lakchang Tambon Administrative Organization is at a moderate level (Mean = 3.31). Their word-of-mouth communication (positive speaking) can be illustrated (by degree) as follows: The highest is *positive speaking in the neighborhood about behaviors of officers at Lakchang SAO* (Mean = 3.37). This is followed respectively by *positive speaking in the neighborhood about Lakchang SAO's promotion of local participation in festive events* (Mean = 3.36) and *the local's ability to correct the inaccurate information about Lakchang SAO* (Mean = 3.19). It is also found that the level of word-of-mouth communication (positive speaking) is not different, with statistical significance, among customers with different demographic profiles (gender, age, marital status, career, average monthly salary and types of service received), except for education.

3. Customers' word-of-mouth communication (word-of-mouth) regarding the services by Lakchang Tambon Administrative Organization is also at a moderate level (Mean = 3.40). Their word-of-mouth communication (word-of-mouth) can be illustrated (by degree) as follows: The highest is *the local's ability to provide information about the range of services offered by Lakchang SAO* (e.g. services for tax payers, mobile units for elderly living sustenance) (Mean = 3.48). This is followed respectively by *the local's constant positive speaking about Lakchang SAO* (Mean = 3.42) and *the local's ability to convey their satisfaction about Lakchang SAO to those in hesitation* (Mean = 3.35). In this area, Researcher finds that the level of word-of-mouth communication (word-of-mouth) is not different, with statistical significance, among customers with different demographic profiles (gender, age, education, career, average monthly salary and types of service received), except for marital status.

4. Except for the factor of venue, other customers' attitudinal factors (staff, working procedures, facilities and public relations) can forecast, with statistical significance, customers' level of satisfaction towards the services by Lakchang Tambon Administrative Organization.

5. Except for the factors of venue and facilities, other customers' attitudinal factors (staff, working procedures and public relations) cannot forecast, with statistical significance, customers' word-of-mouth communication (positive speaking and word-of-mouth) regarding the services by Lakchang Tambon Administrative Organization.

From the research findings, it can be concluded that Lakchang Tambon Administrative Organization, Changklang District, Nakhon Si Thammarat should develop its quality of service to raise customers' satisfaction in the following 4 aspects: staff, working procedures, facilities and public relations. This effort will in the end influence the increase in customers' satisfaction. In addition, the improvement of venue and facilities will have a positive impact on word-of-mouth communication (positive speaking and word-of-mouth).

Keywords: Attitudes, Satisfaction , Word-of-Mouth Communication

บทนำ

การปกครองท้องถิ่นถือเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารราชการแผ่นดิน ซึ่งเกิดจากหลัก การกระจายอำนาจและให้อิสระแก่ท้องถิ่นเพื่อปกครองตนเอง อันเป็นรากฐานของการ ปกครองระบอบประชาธิปไตย โดยประเทศไทยได้มีการตราพระราชบัญญัติสภาตำบลและ องค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 และบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2538 มีผล ทำให้เกิดองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้ประชาชนในท้องถิ่นมีการปกครองตนเองตามระบอบประชาธิปไตย มีความเป็นอิสระ และมีขีดความสามารถ ในการบริหารงานในองค์กรของตนได้มากกว่าการเป็นสภาตำบล เนื่องจากมีฐานะเป็น นิติบุคคล ซึ่งมีรายได้ และบุคลากรภายใต้การกำกับดูแลจากทางราชการน้อยที่สุด

การให้บริการสาธารณะเป็นงานที่มีความสำคัญอย่างยิ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หากหน่วยงานภาครัฐสามารถดำเนินการให้ตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของประชาชน ย่อมส่งผลต่อภาพลักษณ์ในเชิงบวกขององค์กร เนื่องจากในปัจจุบันสิ่งต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทำให้โลกของเราไร้พรมแดนมีการติดต่อสื่อสารใกล้ชิดกัน มากยิ่งขึ้น จึงทำให้ประชาชนสามารถรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่รวดเร็วขึ้น แม้จะอยู่กันคนละซีกโลก จะเห็นได้ว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความคาดหวัง ความรู้สึก ทศนคติ ความตั้งใจทางพฤติกรรม และไม่จำเป็นต้องมุ่งความสนใจไปที่ตราสินค้า สินค้าหรือบริการ อาจจะเป็นการมุ่งไปที่องค์กรก็ได้ (Buttle,1998 อ้างถึงใน พยัต วุฒิรงค์, 2546:23)

จากความสำคัญดังกล่าว ภาครัฐจะต้องปรับระบบการดำเนินงานโดยเน้นหลักการบริหารรัฐกิจแนวใหม่ เช่น มุ่งให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของประชาชน โดยการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนเพื่อสะท้อนการทำงานของผู้ให้บริการ ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นหน่วยงานหนึ่งที่กระทรวงมหาดไทย ได้ประกาศยกฐานะจากสภาตำบลหลักช้าง เป็นองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง ตั้งแต่วันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2539 เป็นองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดกลาง ที่รับผิดชอบการจัดบริการสาธารณะระดับชุมชน โดยได้เปิดโอกาสให้ประชาชน

เข้ามามีส่วนร่วม ในการกำหนดนโยบาย แนวทาง และทิศทางในการบริหารงาน รวมทั้งยังมีกิจกรรมและการบริการสาธารณะอื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น และมีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) ที่มีการสื่อสารโดยตรงต่อประชาชนที่มีการส่งผ่านข่าวสารโดยใช้การพูดแบบปากต่อปากจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคล หรือกลุ่มหนึ่ง เป็นเครื่องมือที่สำคัญมากในการให้บริการ หากการให้บริการเกิดข้อผิดพลาดจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของหน่วยงานในทางลบ ทำให้ผู้ใช้บริการมีการสื่อสารหรือกล่าวถึงผู้ให้บริการ และหน่วยงานดังกล่าวในทางที่ไม่ดี ในทางตรงข้ามหากหน่วยงานมีการให้บริการที่ดี สร้างความประทับใจ ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ รวมทั้งมีการสื่อสารหรือกล่าวถึงผู้ให้บริการ และหน่วยงานในทางที่ดีได้ เนื่องจากในปัจจุบันการสื่อสารแบบปากต่อปากได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการให้บริการ ที่จะสะท้อนความต้องการของประชาชน ปัญหาอุปสรรคในการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ทัศนคติ ความพึงพอใจ และการสื่อสารแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้ทราบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ระดับความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปากที่มีต่อการให้บริการ และนำข้อเสนอแนะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้างต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปากในการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปากในการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามประชากรศาสตร์

4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปากของประชาชนในการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมในการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปากของการให้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังนี้

องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

ประหยัต หงษ์ทองคำ (2526 : 18-19) มีความเห็นว่าการปกครองท้องถิ่น มีความสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. การปกครองท้องถิ่น เป็นรากฐานของการปกครองระบอบประชาธิปไตย
2. การปกครองท้องถิ่น เป็นหัวใจสำคัญที่จำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ
3. การปกครองท้องถิ่นสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของประชาชน
4. การปกครองท้องถิ่นช่วยให้ภารกิจของรัฐบาลลดน้อยลง ซึ่งทำให้รัฐบาลสามารถอุทิศเวลาเพื่อการปกครองและการบริหารระดับชาติเพื่อส่วนรวมได้มากยิ่งขึ้น

การปกครองท้องถิ่นในรูปแบบองค์การบริหารส่วนตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) คือ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นระดับตำบลที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด มีพื้นที่เท่ากับตำบลแต่ละตำบล จัดตั้งมาจากสภาตำบลที่มีรายได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด และมีจำนวนราษฎรไม่น้อยกว่า 2,000 คน โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อดูแลทุกข์สุขและให้บริการประชาชนในหมู่บ้าน ตำบล เขต อบต. แทนรัฐบาลกลาง

มีฐานะเป็นนิติบุคคล และเป็นราชการส่วนท้องถิ่น มีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาตำบลทั้งใน ด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และหน้าที่อื่นๆ ตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งมีงบประมาณ และพนักงานเจ้าหน้าที่ของ อบต.เอง

โครงสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบล ประกอบด้วย

1. ฝ่ายนิติบัญญัติ คือ สภาองค์การบริหารส่วนตำบล (สภาตำบล)
2. ฝ่ายบริหาร คือ คณะผู้บริหาร
3. ฝ่ายข้าราชการประจำ คือ พนักงานส่วนตำบล

ฝ่ายนิติบัญญัติ คือ สภาองค์การบริหารส่วนตำบล ประกอบด้วย สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลที่ได้รับเลือกตั้ง จากประชาชนหมู่บ้านละ 2 คน องค์การบริหารส่วนตำบลใดมี 2 หมู่บ้าน ให้มีสมาชิกได้หมู่ละ 3 คน ยกเว้นองค์การบริหารส่วนตำบลใดมี 1 หมู่บ้าน ให้มีสมาชิกได้ 6 คน สภาองค์การบริหารส่วนตำบลมีประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบล 1 คน รองประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบล 1 คน ซึ่งเลือกจากสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล โดยให้นายอำเภอแต่งตั้ง ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งของสภาองค์การบริหารส่วนกำหนดคราวละ 4 ปีนับแต่วันเลือกตั้ง

อำนาจหน้าที่ของสภาองค์การบริหารส่วนตำบล

สภาองค์การบริหารส่วนตำบล มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ให้ความเห็นชอบแผนพัฒนา อบต. เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารกิจการสำคัญขององค์การบริหารส่วนตำบล
2. พิจารณา และให้ความเห็นชอบร่างบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลร่างข้อบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี และร่างข้อบัญญัติงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติม
3. ควบคุมการปฏิบัติงานของคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ให้เป็นไปตามนโยบาย และแผนพัฒนาตำบลตาม (1) และกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับของทางราชการ

ขนาดขององค์การบริหารส่วนตำบล

ปัจจุบันองค์การบริหารส่วนตำบล แบ่งออกเป็น 3 ขนาด ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลขนาดใหญ่ องค์การบริหารส่วนตำบลขนาดกลาง องค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็ก ซึ่งแบ่งตามจำนวนเงินรายได้ และจำนวนประชากร ดังนี้

1. องค์การบริหารส่วนตำบลขนาดใหญ่ ต้องมีรายได้ไม่รวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณที่ผ่านมา ตั้งแต่ 20 ล้านบาทขึ้นไป
2. องค์การบริหารส่วนตำบลขนาดกลาง ต้องมีรายได้ไม่รวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณที่ผ่านมา ตั้งแต่ 6 ล้านบาทขึ้นไป
3. องค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็ก มีรายได้ไม่รวมเงินอุดหนุนต่ำกว่า 6 ล้านบาท

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

Zimbardo และ Leippe (1991, อ้างถึงใน นที ทองเจือจันทร์. 2547: 27) ได้อธิบายถึงระบบทัศนคติว่า มีองค์ประกอบ ที่สำคัญ 5 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (Cognitions) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทัวไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดีก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น องค์ประกอบด้านความรู้ความนึกคิดประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง (Knowledge) ส่วนที่เป็นความเชื่อ และส่วนที่เป็นการประเมินเหล่านี้คือ ความนึกคิดและการรับรู้ของเราทั้งสิ้น

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (The Affective Responses) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน

3. ความตั้งใจทางด้านพฤติกรรม (Behavior Intentions) คือ ความตั้งใจที่จะแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือแนวคิดหนึ่งแนวคิดใด ซึ่งเป็นองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก ในการวิจัยเชิงประจักษ์ถ้าเราวัดพฤติกรรมโดยตรงไม่ได้ เราอาจวัดความตั้งใจทางด้านพฤติกรรมได้

4. พฤติกรรม (Behaviors) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง แนวคิดหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

5. ทัศนคติ (Attitude) คือ ความโน้มเอียงในการประเมินวัตถุ แนวคิด บุคคล สถาบัน ฯลฯ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

เพลินทิพย์ โกเมศโสภา (2544: 76) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่แสดงถึงความยินดี หรือความผิดหวัง อันเป็นผลสืบเนื่องมาจาก การที่แต่ละบุคคล เปรียบเทียบผลลัพธ์ ที่ได้รับจากการใช้บริการ หรือบริโภคผลลิตภัณฑ์จริงๆ เมื่อเทียบกับความคาดหวังเดิมของลูกค้า

อัจฉรา โทบุญ (2534: 9) ได้อธิบายความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการ หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในด้านต่างๆ ดังนี้

1. เวลาที่ใช้ในการให้บริการ
2. ความสะดวกของอาคารสถานที่
3. บุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
4. ความต้องการของเอกสาร
5. วิธีปฏิบัติงานให้บริการของเจ้าหน้าที่

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบ หรือพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตน และจะส่งผลต่อทัศนคติที่ดีด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก

โรม วงศ์ประเสริฐ (2551: 4) กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ที่กระตุ้นให้บุคคลมีการส่งต่อข่าวสารไปให้คนอื่นโดยการบอกต่อกันไปเรื่อยๆ ทำให้เป็นการสร้างประสิทธิภาพในการกระจายข่าวสารและเรื่องราวได้เป็นอย่างดีโดยทั่วไป แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (<http://1ssu2.igetweb.com/index.php?mo=23&node=3442&c=1073&lang=>)

1. การส่งผ่านข่าวสารโดยใช้การพูดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Marketing) จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคล/กลุ่มหนึ่ง ทำให้เกิดเป็นเรื่องที่คนพูดถึง (Talk of the town)

2. การส่งผ่านข่าวสารต่อๆ กันไปโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Viral Marketing) ได้แก่ E-mail ทำให้เกิดการแพร่กระจายของข่าวสารได้อย่างกว้างขวางในเวลาอันรวดเร็ว

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีทางด้าน Internet มีความก้าวหน้าอย่างมาก ทำให้วิธีการแพร่กระจายข่าวสารด้วยวิธีนี้เป็นวิธีที่นิยมเป็นอย่างมาก

วิธีการส่งผ่านข่าวสารสามารถทำได้ 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

1. ผู้เชี่ยวชาญสู่ผู้เชี่ยวชาญ (Expert to Expert) โดยปกติผู้เชี่ยวชาญจะเป็นต้นตอของการพูดต่อที่มีความน่าเชื่อถือมาก เพราะว่าถ้าให้ผู้เชี่ยวชาญพูดเกี่ยวกับตัวสินค้าให้คนทั่วไปฟังแล้ว บ่อยครั้งที่เขาจะทำให้สินค้าหรือบริการเป็นที่รู้จักได้เป็นอย่างดี ดังนั้น การที่เราพยายามทำให้ผู้เชี่ยวชาญในสินค้าหนึ่งเป็นต้นตอในการกระจายข้อมูลไปสู่ผู้เชี่ยวชาญคนอื่น ๆ ที่อยู่ใต้อุตสาหกรรมเดียวกัน โดยผ่านงานสัมมนา หรืองานประชุมทางวิชาการจะเป็นการทำให้สามารถเพิ่มความสามารถในการบอกต่อของข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าตัวนั้นให้มากขึ้นได้ เช่น คุณสมบัติของยาที่มีการบอกต่อกันในงานสัมมนา เป็นต้น

2. ผู้เชี่ยวชาญสู่บุคคลทั่วไป (Expert to Peer) วิธีการส่งผ่านข่าวสารด้วยวิธีนี้ คือ การให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้บอกต่อข้อมูลของตัวสินค้าหรือบริการให้แก่คนทั่วไปได้ทราบ ซึ่งจะค่อนข้างได้รับความน่าเชื่อถือ เพราะว่าผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้มักจะบอกถึงคุณสมบัติที่แท้จริงของตัวสินค้า โดยไม่มีการพูดเกินความจริงเหมือนกับที่บริษัทส่วนใหญ่ใช้ในการโฆษณา หรือการสื่อสารด้วยวิธีอื่นๆ เช่น รายการ Sport Weekly ทางสถานีโทรทัศน์ ITV เป็นต้น

3. บุคคลทั่วไปบอกต่อกันเอง (Peer to Peer) โดยวิธีการนี้จะใช้หลักให้คนทั่วไปบอกต่อกันเอง ซึ่งวิธีนี้จะได้รับความน่าเชื่อถือมากที่สุด เนื่องจากสิ่งที่คนทั่วไปได้บอกนี้จะเป็นประสบการณ์ที่เขาได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการชนิดนั้นในชีวิตจริง ๆ

ธีรฤติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2549: 117) ให้แนวคิดไว้ในส่วนประสมของการสื่อสารการตลาดบริการว่าการสื่อสารแบบปากต่อปากนี้เป็นแหล่งอ้างอิงที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจด้านการบริการ ซึ่งข้อมูลได้รับการเผยแพร่ออกไปด้วยวิธีการนี้อาจเป็นไปได้ทั้งในแง่บวก และในแง่ลบดังต่อไปนี้ (<http://1ssuu2.igetweb.com/index.php?mo=23&node=3442&c=&lang=>)

1. การสื่อสารแบบปากต่อปากทางด้านบวก

เมื่อลูกค้าพอใจในการบริการก็จะถ่ายทอดให้ผู้อื่น เป็นแหล่งอ้างอิงสำคัญมีผลมากโดยเฉพาะธุรกิจบริการด้านการรักษาพยาบาล หรืองานบริการด้านวิชาชีพ เช่น แพทย์

ทันตแพทย์ ที่ปรึกษาทางด้านการจัดการ สถาปนิก และบัญชี เป็นต้น การสื่อสารด้วยวิธีการนี้จะช่วยให้องค์การสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับวิธีการสื่อสารแบบอื่นๆ

2. การสื่อสารแบบปากต่อปากทางด้านลบ

หากลูกค้าไม่พอใจในงานบริการที่ได้รับ ก็อาจถ่ายทอดความรู้สึกลงมาอย่างไม่ไยดีลูกค้าคนอื่นด้วยเช่นกัน ดังนั้น นักการตลาดบริการจึงควรเพิ่มความระมัดระวังถึงผลกระทบของการสื่อสารแบบปากต่อปากในแง่ลบนี้เอาไว้ด้วย

Zeithaml et al.(1996, อ้างถึงใน พยัต วุฒิรงค์. 2546:25)ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารแบบปากต่อปาก โดยวัด WOM จากการพิจารณาการพูดในเชิงบวกเกี่ยวกับบริษัทกับบริษัทอื่น หรือบริษัทกับบุคคลอื่น แนะนำบริษัทให้คนอื่นที่ต้องการคำแนะนำ สนับสนุนเพื่อนหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการทำธุรกิจกับบริษัท หรือเคยแนะนำบริษัทให้กับบุคคลอื่นหรือไม่ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Price and Arnould (1999) โดยสามารถสรุปลักษณะของ WOM ได้ดังนี้

1. การแนะนำต่อ

WOM เป็นเครื่องมือที่มีพลังมาก โดยลูกค้าจำนวนครึ่งหนึ่งมีการแนะนำสินค้าไปสู่บุคคลอื่น และลูกค้าเหล่านี้สามารถทำกำไรให้แก่บริษัท เนื่องจากลูกค้ามีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และรักษาความจงรักภักดี จากการสำรวจพฤติกรรมลูกค้าพบว่า ร้อยละ 80 ของลูกค้า ในแต่ละบริษัทมีการเสนอแนะสินค้าให้บุคคลอื่นต่อ มีเพียงร้อยละ 20 ที่มีแค่การสอบถาม

การอ้างอิงเป็นสิ่งที่มีความประสิทธิภาพเนื่องจากการอ้างอิงเกิดจากความจริงซึ่งมีประโยชน์ต่อบริษัทและผู้อ้างอิงไม่เกี่ยวข้องกับบริษัท ผู้อ้างอิงที่ดีจะมีความสนใจในการช่วยเหลือลูกค้าที่มีศักยภาพ WOM สามารถเร่งความเร็วในการยอมรับสินค้าและการใช้บริการของลูกค้าเป็นการอ้างอิงที่มั่นคงที่สุด

จากการศึกษาในเรื่อง WOM ของผู้วิจัยหลายท่านพบว่า ร้อยละ 50-80 ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจะเกิดจากอิทธิพลของ WOM

2. การพูดเชิงบวก

Gremler and Brown (1996,อ้างถึงใน พยัต วุฒิรงค์. 2546:26) ได้ศึกษาพบว่าลูกค้าที่บอกคนอื่นด้วย WOM เชิงบวกจะกลายเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดี ดังนั้น WOM

จะมีประโยชน์ในการรักษาลูกค้าเท่ากับการหาลูกค้าใหม่ด้วยและ ซินจิตต์ แจ้งเจนกิจ (2546: 13-14) อธิบาย PWOM จะมีความน่าเชื่อถือมากกว่าคำกล่าวอ้างในโฆษณา และเมื่อสินค้าหรือการบริการของบริษัทถูกโจมตีจากผู้อื่น ลูกค้าที่จงรักภักดีจะทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงปกป้องชื่อเสียงของบริษัทและสินค้าหรือการบริการของบริษัท

สรุปได้ว่า การสื่อสารแบบปากต่อปาก คือ การสื่อสารด้วยคำพูด ระหว่างบุคคลโดยผู้ส่งสารไม่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน/บริษัท กับ ผู้รับสารที่สนใจตราสินค้าหรือบริการและเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2538:20) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การให้บริการที่ดีว่า หมายถึง การให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้น ทุกหน่วยงานจะต้องสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ ปัญหาอุปสรรคที่พบ และความต้องการที่จะให้ปรับปรุงการให้บริการจากลูกค้าโดยตรงเพื่อนำมาจัดทำเกณฑ์มาตรฐานการให้บริการที่ชัดเจน และรับทราบโดยทั่วกันทั้งฝ่ายลูกค้าผู้รับบริการและเจ้าหน้าที่ให้บริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการสาธารณะ

จิราพร วีระพงศ์ (2538:33) กล่าวว่า การให้บริการสาธารณะว่าเป็น กระบวนการให้บริการซึ่งมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเป็นพลวัตร โดยระบบการให้บริการเกิดขึ้นได้ เมื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบทรัพยากร และผลิตการบริการได้เป็นไปตามแผนงาน และการเข้าถึงการรับบริการ

ประยูร กาญจนกุล (2540:81) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะไว้ดังนี้

1. บริการสาธารณะเป็นกิจกรรมที่มีอยู่ในการอำนวยความสะดวกของรัฐ
2. บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์ในการตอบสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน
3. การจัดระเบียบและวิธีการดำเนินการสาธารณะย่อมเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้เสมอเหมาะสมแก่ความจะเป็นแห่งกาลสมัย

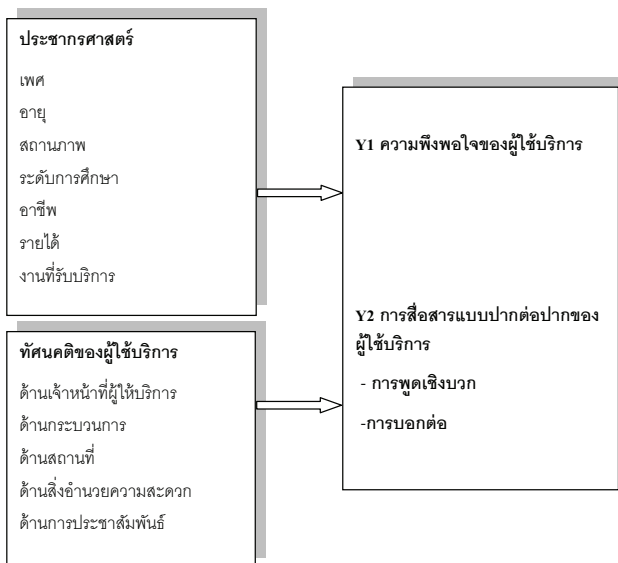
4. บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจ และโดยสม่ำเสมอไม่มีการหยุดชะงัก ถ้าบริการสาธารณะจะต้องหยุดชะงักลงด้วยประการใดๆ ประชาชนย่อมได้รับความเดือดร้อน ได้รับความเสียหาย

5. เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

กรอบแนวคิดของการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัย และพิสูจน์สมมติฐาน ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

H_1 : มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง ระหว่างกลุ่มปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

H_2 : ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ สามารถพยากรณ์ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

H_3 : มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง ระหว่างกลุ่มปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

H_4 : ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ สามารถพยากรณ์ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

H_5 : มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) ของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง ระหว่างกลุ่มปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ

H_6 : ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ สามารถพยากรณ์ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) ของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาทัศนคติ ความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยประชากรที่จะศึกษา คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง จำนวน 7,497 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนผู้ใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้การเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) และรวบรวมประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for Window Version 11.5 สำหรับการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นั้นทดสอบโดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่คล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา คือ ประชาชนที่เคยมารับบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลแก้วแสน อำเภอ

นาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 30 ชุด ด้วย วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach' s Alpha) ก่อนการใช้แบบ

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย ดำเนินการวิเคราะห์ 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายผลการวิจัยด้วยค่า ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรต้น และตัวแปรตาม และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติในการทดสอบของตัวแปรต้น และตัวแปรตาม จากสมมติฐานที่กำหนดไว้

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach 's Alpha ของกลุ่มตัวแปรแต่ละกลุ่ม

รายการ	จำนวน คำถาม	คำถามที่ตัด ออก	ค่า Cronbach 's Alpha เมื่อ N = 30
1. ทัศนคติด้านเจ้าหน้าที่	5	-	0.8504
2. ทัศนคติด้านกระบวนการ	4	-	0.7369
3. ทัศนคติด้านสถานที่	5	-	0.7867
4. ทัศนคติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	5	-	0.8727
5. ทัศนคติด้านการประชาสัมพันธ์	5	-	0.9148
7. ความพึงพอใจโดยรวม	11	-	0.9403
8. การสื่อสารแบบปากต่อปาก (เชิงบวก)	4	-	0.8468
9. การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ)	5	-	0.8693

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่า Cronbach's Alpha มีค่ามากกว่า 0.7 ทุกตัวแปร

ตารางที่ 2 แสดงผลวิเคราะห์ ร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ ที่มีลักษณะปรากฏส่วนใหญ่

ปัจจัยประชากรศาสตร์	ลักษณะที่ปรากฏส่วนใหญ่	ร้อยละ
เพศ	เพศชาย	52.2
อายุ	30 ปีขึ้นไป – 40 ปี	29.5
สถานภาพ	สมรส	72.5
ระดับการศึกษา	ระดับประถมศึกษา	23.8
อาชีพ	เกษตรกร	42.5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000 – 10,000 บาท	34.8
งานที่รับบริการ	งานจัดเก็บภาษี	43.5

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.2 มีอายุระหว่าง 30 ปีขึ้นไป – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.5 มีระดับการศึกษาประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.8 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 72.5 ประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 42.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.8 และงานที่รับบริการ คือ งานจัดเก็บภาษี คิดเป็นร้อยละ 43.5

ตารางที่ 3 แสดงผลวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ

ทัศนคติของผู้ใช้บริการ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่	3.78	0.653	ดี
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.89	0.635	ดี
ปัจจัยด้านสถานที่	3.85	0.693	ดี
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.85	0.669	ดี
ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	3.80	0.907	ดี

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยทัศนคติของผู้ใช้บริการทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับดี

ตารางที่ 4 แสดงผลวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการโดยรวม

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ปัจจัยด้านความพึงพอใจ	3.52	0.690	มาก
ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก)	3.31	0.682	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ)	3.40	0.731	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก และการสื่อสารแบบปากต่อปาก(การพูดเชิงบวก, การบอกต่อ) ของผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) กรณีตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.631	0.207		3.046	0.002**
1. ด้านเจ้าหน้าที่	0.122	0.056	0.115	2.177	0.030*
2. ด้านกระบวนการ	0.157	0.060	0.145	2.638	0.009*
3. ด้านสถานที่	0.085	0.054	0.085	1.576	0.116
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.293	0.060	0.284	4.896	0.000**
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	0.094	0.040	0.124	2.363	0.019*
Adjusted R Square	0.350	Durbin - Watson		1.602	

ที่ระดับนัยสำคัญ * $p < 0.05$

ที่ระดับนัยสำคัญ ** $p < 0.01$

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 35.00 โดยดูจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.350 และจากผลการวิเคราะห์ จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ มีนัยสำคัญที่ระดับที่ 0.05 แสดงว่า ปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการพิจารณาค่า B ใน Standardized Coefficients พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการมีน้ำหนักมากที่สุด คือ 0.284 หน่วย รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีน้ำหนัก 0.145 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ มีน้ำหนัก 0.124 และปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ มีน้ำหนัก 0.115 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านทัศนคติทั้ง 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อบต.หลักช้าง ถ้ามีองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านนี้มากขึ้น จะก่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากขึ้นด้วย ซึ่งผู้วิจัยสามารถสร้างสมการถดถอยได้ ดังนี้

$$Y (\text{ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อบต. หลักช้าง}) = 0.631 + 0.122 (\text{ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่}) + 0.157 (\text{ปัจจัยด้านกระบวนการ}) + 0.293 (\text{ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก}) + 0.094 (\text{ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์})$$

จากสมการจะเห็นได้ว่า

ถ้าเพิ่มปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อบต. หลักช้าง จะเพิ่มขึ้น 0.122 หน่วย

ถ้าเพิ่มปัจจัยด้านกระบวนการ 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อบต. หลักช้าง จะเพิ่มขึ้น 0.157 หน่วย

ถ้าเพิ่มปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อบต. หลักช้าง จะเพิ่มขึ้น 0.293 หน่วย

ถ้าเพิ่มปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อบต. หลักช้าง จะเพิ่มขึ้น 0.094 หน่วย

จากตารางที่ 5 โดยสรุปปัจจัยทั้ง 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถพยากรณ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อบต.หลักช้างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) กรณีตัวแปรตาม คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ของผู้ให้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.889	0.219		4.050	0.000**
1. ด้านเจ้าหน้าที่	0.089	0.059	0.085	1.501	0.134
2. ด้านกระบวนการ	0.088	0.063	0.082	1.395	0.164
3. ด้านสถานที่	0.133	0.057	0.135	2.345	0.020*
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.315	0.063	0.308	4.958	0.000**
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	0.005	0.042	0.007	0.122	0.903
Adjusted R Square	0.246	Durbin - Watson		1.700	

ที่ระดับนัยสำคัญ * $p < 0.05$

ที่ระดับนัยสำคัญ ** $p < 0.01$

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ของผู้ให้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 24.6 โดยดูจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.246 และจากผลการวิเคราะห์ จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีนัยสำคัญที่ระดับที่ 0.05 แสดงว่า ปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์การสื่อสารแบบปากต่อปาก(การพูดเชิงบวก)ของผู้ใช้บริการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการพิจารณาค่า B ใน Standardized Coefficients พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการมีน้ำหนักมากที่สุด คือ 0.308 หน่วย รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีน้ำหนัก 0.135 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านทัศนคติทั้ง 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการ และปัจจัยด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ของผู้ใช้บริการ อบต. หลักช้าง ถ้ามีองค์ประกอบทั้ง 2 ด้านนี้มากขึ้น จะก่อให้เกิดการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ของผู้ใช้บริการมากขึ้นด้วย ซึ่งผู้วิจัยสามารถสร้างสมการถดถอยได้ ดังนี้

$$\hat{Y} \text{ (การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ของผู้ใช้บริการ อบต. หลักช้าง)} \\ = 0.889 + 0.315 \text{ (ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก)} + 0.133 \text{ (ปัจจัยด้านสถานที่)}$$

จากสมการจะเห็นได้ว่า

ถ้าเพิ่มปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ของผู้ใช้บริการ อบต. หลักช้าง จะเพิ่มขึ้น 0.315 หน่วย

ถ้าเพิ่มปัจจัยด้านสถานที่ 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ของผู้ใช้บริการ อบต. หลักช้าง จะเพิ่มขึ้น 0.133 หน่วย

จากตารางที่ 6 โดยสรุปปัจจัยทั้ง 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่ สามารถพยากรณ์ในเชิงบวกกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ของผู้ใช้บริการ อบต.หลักช้างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) กรณีตัวแปรตามคือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) ของผู้ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.990	0.241		4.115	0.000**
1. ด้านเจ้าหน้าที่	0.116	0.065	0.104	1.781	0.076
2. ด้านกระบวนการ	0.065	0.069	0.057	0.943	0.346
3. ด้านสถานที่	0.161	0.062	0.152	2.575	0.010*
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.268	0.070	0.246	3.856	0.000**
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	0.017	0.046	0.021	0.367	0.713
Adjusted R Square	0.208	Durbin - Watson		1.838	

ที่ระดับนัยสำคัญ * $p < 0.05$

ที่ระดับนัยสำคัญ ** $p < 0.01$

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) ของผู้ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 20.8 โดยดูจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.208 และจากผลการวิเคราะห์ จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีนัยสำคัญที่ระดับที่ 0.05 แสดงว่า ปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) ของผู้ใช้บริการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการพิจารณาค่า B ใน Standardized Coefficients พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการมีน้ำหนักมากที่สุด คือ 0.246 หน่วย รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีน้ำหนัก 0.152 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านทัศนคติทั้ง 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการ และปัจจัยด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร

แบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) ของผู้ให้บริการ อบต. หลักช้าง ถ้ามีองค์ประกอบทั้ง 2 ด้านนี้มากขึ้น จะก่อให้เกิดการสื่อสารแบบปากต่อปาก(การบอกต่อ)ของผู้ให้บริการมากขึ้นด้วย ซึ่งผู้วิจัยสามารถสร้างสมการถดถอยได้ ดังนี้

$$\hat{Y} \text{ (การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) ของผู้ให้บริการ อบต. หลักช้าง) } = 0.990 + 0.268 (\text{ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก}) + 0.161 (\text{ปัจจัยด้านสถานที่})$$

จากสมการจะเห็นได้ว่า

ถ้าเพิ่มปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่การสื่อสารแบบปากต่อปาก(การพูดเชิงบวก)ของผู้ให้บริการ อบต. หลักช้าง จะเพิ่มขึ้น 0.268 หน่วย

ถ้าเพิ่มปัจจัยด้านสถานที่ 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่การสื่อสารแบบปากต่อปาก(การพูดเชิงบวก)ของผู้ให้บริการ อบต. หลักช้าง จะเพิ่มขึ้น 0.161 หน่วย

จากตารางที่ 7 โดยสรุปปัจจัยทั้ง 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้าน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่ สามารถพยากรณ์ในเชิงบวกกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก(การบอกต่อ) ของผู้ให้บริการ อบต.หลักช้างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30 ปี ขึ้นไป – 40 ปี มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพเกษตรรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท และงานที่รับบริการคือ งานจัดเก็บภาษี

ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นระดับดี ในปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการที่ศึกษา
ทั้ง 5 ส่วน ดังนี้

1. ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ พบว่า มีความคิดเห็นระดับดีตามลำดับก่อนหลัง มาก
ที่สุดได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.84) รองลงมา
ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงาน และเจ้าหน้าที่ให้บริการ
แต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 3.77) และน้อยที่สุดได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความ
ซื่อสัตย์สุจริต (ค่าเฉลี่ย = 3.75)

2. ปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับดีตามลำดับก่อนหลังมากที่สุด ได้แก่ การ
ให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ผู้ที่มาก่อนได้รับบริการก่อน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย = 3.93) รองลง
มาได้แก่ มีการติดป้ายแนะนำแสดงขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.92) และน้อยที่สุด
ได้แก่ การให้บริการด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย = 3.83)

3. ปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในระดับดี ตามลำดับก่อนหลังมากที่สุด ได้แก่ มีการจัด
ทำป้ายรายชื่อและรูปถ่ายคณะกรรมการอบต. ไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 4.01) รองลงมา
ได้แก่ สำนักงาน อบต. ตั้งอยู่ในบริเวณที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 4.00) และน้อยที่สุดได้แก่
บริเวณโดยรอบสำนักงานอบต.มีภูมิทัศน์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย = 3.70)

4. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี ตามลำดับก่อนหลังมากที่สุด
ได้แก่ มีห้องสุขาไว้สำหรับบริการผู้มาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย = 3.95) รองลงมาได้แก่ มีตู้รับแสดง
ความคิดเห็นเพื่อรับคำแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.90) และน้อยที่สุด ได้แก่ มี
การจัดสถานที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย = 3.74)

5. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดีตามลำดับก่อนหลังมากที่สุด ได้แก่
มีป้าย/สัญลักษณ์/บริการประชาสัมพันธ์ บอกจุด เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ ที่สูบบุหรี่ เป็นต้น
(ค่าเฉลี่ย = 3.87) รองลงมาได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์โดยติดประกาศตามป้ายประชาสัมพันธ์
ที่มีของแต่ละหมู่บ้าน (ค่าเฉลี่ย = 3.82) และน้อยที่สุดได้แก่ จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ทาง
เสียงตามสาย (ค่าเฉลี่ย = 3.72)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความพึงพอใจรวม

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ตามลำดับก่อนหลังมากที่สุด ได้แก่ ผู้มาก่อนได้รับการบริการก่อนเป็นต้นมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.64) รองลงมาได้แก่ การให้ความเสมอภาคเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย = 3.61) และน้อยที่สุดได้แก่ การเปิดรับฟังความคิดเห็นต่อบริการ เช่น กล้องรับความคิดเห็น แบบสอบถาม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย = 3.41)

การสื่อสารแบบปากต่อปาก

1. กลุ่มตัวอย่างมีระดับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับก่อนหลัง มากที่สุด ได้แก่ ในการพูดคุยในกลุ่มเพื่อนบ้าน หากมีการพูดถึงเจ้าหน้าที่ อบต. หลักช้าง ท่านจะพูดถึงอัยยาศัยไมตรี และการพูดจาของเจ้าหน้าที่ในทางที่ดีอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย = 3.37) รองลงมาได้แก่ ในการพูดคุยในกลุ่มเพื่อนบ้าน หากมีการพูดถึง อบต.หลักช้าง ท่านจะพูดถึง การจัดให้มีกิจกรรมนันทนาการในวันสำคัญโดยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมดังกล่าวในทางที่ดีอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย = 3.36) และน้อยที่สุดได้แก่ ท่านสามารถชี้แจงข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับ อบต. หลักช้าง ให้แก่บุคคลอื่นที่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย = 3.19)

2. กลุ่มตัวอย่างมีระดับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับก่อนหลัง มากที่สุด ได้แก่ ท่านสามารถให้คำแนะนำบุคคลอื่นเกี่ยวกับช่องทางการให้บริการของ อบต.หลักช้าง เช่น การชำระภาษี การจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุโดยมีการให้บริการเคลื่อนที่ตามจุดบริการหลัก มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.48) รองลงมา ได้แก่ ท่านจะพูดถึงการให้บริการของ อบต.หลักช้างในทางที่ดีอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย = 3.42) และน้อยที่สุดได้แก่ ท่านสามารถที่จะถ่ายทอดถึงบุคคลอื่นเกี่ยวกับช่องทางการให้บริการแก่ผู้ที่มีความลังเลใจที่จะมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.35)

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านความพึงพอใจระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และงานที่รับบริการ พบว่า ไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านความพึงพอใจการให้บริการ อบต.หลักช้างที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ นาคเปี่ยม (2552) ด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และงานที่รับบริการ แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ นาคเปี่ยม (2552) ด้านอายุ และอาชีพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการได้รับบริการที่ดีจากองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง โดยไม่คำนึงถึงเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และงานที่รับบริการ จึงไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจผู้ให้บริการมีความแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ สามารถพยากรณ์ปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ 4 ด้าน คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง แสดงว่า ถ้ามีการพัฒนาด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ จะมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้างเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสรุปได้ว่า

ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ นาคเปี่ยม (2552) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการได้รับบริการที่ดีจากเจ้าหน้าที่ เช่น ได้รับบริการที่ครบถ้วนตรงตามความต้องการ เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง เช่น ผู้มาก่อนได้รับการบริการก่อน เป็นต้น และการให้ความเสมอภาคเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ จึงสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการ ดังนั้น องค์การบริหารส่วนตำบลควรมีระบบการติดตามการทำงาน โดยจัดให้มีการวัดประเมินความพึงพอใจทุกปีอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ นาคเปี่ยม (2552) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การให้บริการด้วยความรวดเร็ว และมีการปฏิบัติตามขั้นตอนการให้บริการที่กำหนดไว้ ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวก รวดเร็ว เป็นการประหยัดเวลา และการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน จึงทำให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้น ควรมีการปรับปรุงกระบวนการทำงาน จัดทำเป็นมาตรฐานการให้บริการเพื่อป้องกันปัญหา ซ้ำๆ ย่อมส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรด้วย

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ นาคเปี่ยม (2552) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีการจัดสถานที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ และมีการจัดน้ำดื่มเพื่อ บริการประชาชนที่มารับบริการ ดังนั้นการปรับปรุงด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ย่อมทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระหว่างการรอรับบริการจากองค์การบริหาร ส่วนตำบล

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้างซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ นาค เปี่ยม (2552) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ทางเสียงตามสาย มีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของ อบต. และการจัดให้มีเจ้าหน้าที่ออกไปประชาสัมพันธ์ตาม หมู่บ้าน จะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการ ถ้ามีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการของ อบต.ที่เพียงพอ ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับ ข้อมูลที่ถูกต้อง และสามารถเตรียมตัวอย่างถูกต้อง เสียเวลาน้อย

สมมติฐานที่ 3: มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผล การวิจัยพบว่า

กลุ่มปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน และงานที่รับบริการ พบว่า ไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านการสื่อสาร

แบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) การให้บริการ อบต.หลักช้างที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นปัจจัยด้านระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านความพึงพอใจการให้บริการ อบต.หลักช้างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 คู่ คือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. และกลุ่มระดับการศึกษา ปวส. หรือ อนุปริญญา มีการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) มากกว่า กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ซึ่งสรุปได้ว่า

เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และงานที่รับบริการ เป็นตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) แสดงให้เห็นว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และงานที่รับบริการไม่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณิ พรภักดี (2552) ด้านอายุ การศึกษา และอาชีพ แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ สุพรรณิ พรภักดี (2552) ด้านเพศ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทั้งนี้อาจเนื่องจากลักษณะของสังคม เศรษฐกิจ และวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกัน จึงส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน แต่ระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) แสดงให้เห็นว่าการศึกษาคือปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ของผู้ใช้บริการต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีประสบการณ์ ความคิด ทักษะคิด และความต้องการที่แตกต่างกัน จึงส่งผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5: มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) ระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และงานที่รับบริการ พบว่า ไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) การให้บริการ อบต.หลักช้างที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นปัจจัยด้านสถานภาพ พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยใน

ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) การให้บริการ อบต.หลักช้างที่แตกต่าง กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มที่มีสถานภาพหม้าย/หย่า ร้างมีการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) มากกว่า กลุ่มสถานภาพสมรสแต่แยกกัน ซึ่งสรุปได้ว่า

เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และงานที่รับบริการ เป็น ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) แสดงให้เห็นว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และงานที่รับบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) ต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากลักษณะ ของสังคม เศรษฐกิจ และวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกัน จึงส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารไปในทิศทาง เดียวกัน แต่สถานภาพเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ การสื่อสารแบบปาก ต่อปาก (การบอกต่อ) แสดงให้เห็นว่าสถานภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร แบบปากต่อปาก (การบอกต่อ) ของผู้ใช้บริการต่างกัน แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ เกศเพชร ประสงค์ศรี (2552) ด้านเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ และอาชีพ และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ เกศเพชร ประสงค์ศรี (2552) ด้านอายุ นอกจากนี้ผลการวิจัยด้านรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ขัดแย้งกับงานวิจัยของ สุพรรณิ พรภักดี (2552) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการที่ มีสถานภาพแตกต่างกันจะมีประสบการณ์ ค่านิยม และพฤติกรรม ที่แตกต่างกัน จึงส่งผล ต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ที่มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 และสมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ สามารถ พยากรณ์ปัจจัยการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวกและการบอกต่อ) ของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ 2 ด้าน คือ ด้านสถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการสื่อสารแบบปาก ต่อปาก (การพูดเชิงบวกและการบอกต่อ) ของผู้ใช้บริการ แสดงว่า ถ้ามีการพัฒนาในด้าน สถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจะมีการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก และการบอกต่อ) ในทางที่ดีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสรุปได้ว่า

ปัจจัยด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การ พูดเชิงบวกและการบอกต่อ) ของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง ซึ่งสอดคล้อง

กับงานวิจัยของ สุพรรณิ พรภักดี (2552) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริเวณโดยรอบสำนักงาน อบต. มีภูมิทัศน์ที่ดี มีการดูแลรักษาความสะอาดและความเรียบร้อยบริเวณ อบต. และจัดให้มีที่จอดรถเป็นสัดส่วน ที่นั่งรอบริการ ห้องสุขา เป็นต้น แสดงให้เห็นว่า สถานที่ตั้งที่เหมาะสมการเดินทางไปมาสะดวก บริเวณทั้งด้านนอกและด้านในของ อบต.สวยงาม น่าเข้าไปใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการประทับใจภาพลักษณ์ภายนอก จึงทำให้เกิดการสื่อสาร (การพูดเชิงบวก และบอกต่อ) สู่บุคคลอื่นต่อกันไปเรื่อยๆ ถือเป็นการประชาสัมพันธ์สร้างความน่าเชื่อถือต่อ อบต.ได้มากกว่า

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวกและการบอกต่อ) ของผู้ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง เช่น มีการจัดสถานที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ และมีการจัดน้ำดื่มเพื่อบริการประชาชนที่มาใช้บริการ ดังนั้น การการปรับปรุงด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ย่อมทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระหว่างการรอรับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบล จึงทำให้เกิดการสื่อสาร (การพูดเชิงบวกและบอกต่อ) สู่บุคคลอื่นต่อกันไปเรื่อยๆ ถือเป็นการประชาสัมพันธ์สร้างความน่าเชื่อถือต่อ อบต.ได้มากกว่า

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการ อบต.หลักช้าง ดังนั้น ควรมีการพัฒนาการให้บริการตามปัจจัยที่มีอิทธิพล ดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง มีความพึงพอใจโดยรวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจของการให้บริการน้อยที่สุดตามลำดับ คือ การเปิดรับฟังความคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล่องรับความคิดเห็น แบบสอบถาม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.41) สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งรอรับบริการ ห้องสุขา น้ำดื่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.45) การติดป้ายแนะนำ แสดงขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.46) สภาพแวดล้อม อบต.หลักช้างในภาพรวม (ค่าเฉลี่ย 3.48) การให้บริการครบถ้วน ถูกต้อง ของการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) จะเห็นได้ว่า การแสดงความคิดเห็นต่อการให้บริการเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากที่จะสะท้อนความต้องการของประชาชน

และการที่ผู้ใช้บริการไม่ได้แสดงความคิดเห็น อาจเป็นเพราะเหตุผลหลายประการ เช่น เชื่อว่าปัญหาคงไม่ได้รับการแก้ไข เสียเวลา หรือเสื่อมความศรัทธาต่อหน่วยงาน เป็นต้น จึงทำให้องค์การบริหารส่วนตำบลไม่ได้ทราบถึงความผิดพลาดของการปฏิบัติงาน และสูญเสียโอกาสในการพัฒนางานบริการ ดังนั้น องค์การบริหารส่วนตำบล จึงควรสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการและประชาชนในการเข้ามามีส่วนร่วม ในการตรวจสอบ ติดตามการทำงาน และการเสนอแนะความคิดเห็นในการพัฒนาคุณภาพงานบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อไป รวมทั้ง อาจจะเพิ่มช่องทางในการแสดงความคิดเห็นที่เข้าถึงได้ง่าย สะดวกแก่ผู้ใช้บริการ รวมถึงการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต ตลอดจนควรเพิ่มศักยภาพของบุคลากรเพื่อให้การปฏิบัติมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สำหรับด้านจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะมีการต้องปรับปรุง ได้แก่ ที่นั่งรอรับบริการ น้ำดื่ม ห้องสุขา มีป้ายการแนะนำขั้นตอนการให้บริการอย่างชัดเจน และควรจะปรับปรุงทัศนียภาพทั้งภายในและภายนอกของ อบต.หลักช้างให้เหมาะสมต่อการให้บริการมากกว่านี้ รวมทั้งคุณภาพของงานบริการ คือ ความครบถ้วน ถูกต้อง ของการให้บริการ

2. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง มีระดับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวกและการบอกต่อ) น้อยที่สุด คือ ท่านสามารถชี้แจงข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับ อบต.หลักช้างให้แก่บุคคลอื่นที่ได้รับข้อมูลที่ไม่ต้องได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.19) และท่านสามารถที่จะถ่ายทอดถึงความพึงพอใจของท่านต่อการให้บริการผู้ที่มีความลังเลใจที่จะมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.35) จึงควรมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ข้อมูลข่าวสารและสร้างความเข้าใจกับประชาชนผู้มาใช้บริการ อบต.หลักช้างอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

3. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ 4 ด้าน คือ

ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ที่จะต้องปรับปรุง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการให้บริการ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน และเจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายเหมาะสม

ปัจจัยด้านกระบวนการ ที่จะต้องปรับปรุง ได้แก่ การให้บริการด้วยความรวดเร็ว และมีการปฏิบัติตามขั้นตอนการให้บริการที่กำหนดไว้

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จะต้องปรับปรุง ได้แก่ มีการจัดสถานที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ มีการบริการน้ำดื่มเพื่อบริการประชาชนที่มาใช้บริการ และมีการจัดสถานที่อ่านหนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ สำหรับผู้มารับบริการ

ปัจจัยด้านด้านการประชาสัมพันธ์ ที่จะต้องปรับปรุง ได้แก่ จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ทางเสียงตามสาย และจัดให้มีเจ้าหน้าที่ออกไปประชาสัมพันธ์ตามหมู่บ้าน

จึงควรมีการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจแก่เจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน รวมทั้งสร้างจิตสำนึกในการให้บริการโดยยึดถือประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีความรับผิดชอบ รวมทั้ง มีการติดตามประเมินผลการให้บริการของเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่องเป็นระยะๆ เพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ อบต. หลักช้างต่อไป

4. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวกและการบอกต่อ) 2 ด้าน คือ

ด้านสถานที่ ควรมีการปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณภายในและโดยรอบองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง มีการดูแลรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการเสริมภาพลักษณ์ให้แก่องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการปรับปรุง สถานที่นั่งรอรับบริการให้เพียงพอ และจัดสถานที่สำหรับอ่านหนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ รวมทั้งมีการบริการน้ำดื่มเพื่อประชาชน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบการให้บริการ ระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่เดียวกัน หรือต่างอำเภอ เพื่อศึกษาถึงจุดเด่นจุดด้อย และปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อนำไปพัฒนาการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อไป อันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และประชาชนผู้รับบริการ

เอกสารอ้างอิง

- โกวิท พวงงาม. 2552. *การปกครองท้องถิ่นไทย ท้องถิ่น หลักการและมติใหม่ใน อนาคต*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพิมพ์วิญญูชน.
- จิราพร วีระพงศ์. 2538. *ความพึงพอใจของประชาชนและกระบวนการบริการงาน ของกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. 2538. *ยกเครื่องรัฐบาล: กรณีศึกษาการสร้างสรรค์รัฐบาลใหม่ของ สหรัฐอเมริกา*. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นที ทองเชื่อนพันธ์. 2547. *การศึกษาทัศนคติของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต*. วิทยานิพนธ์วารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประยูร กาญจนกุล. 2540. *กฎหมายการปกครอง*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- ประหยัด หงษ์ทองคำ. 2526. *การปกครองท้องถิ่นไทย*. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- พยัต วุฒิรงค์. 2546. *การศึกษาผลกระทบของความจงรักภักดีของลูกค้าต่อการสื่อสาร แบบปากต่อปากภายใต้ความพึงพอใจของลูกค้าที่แตกต่างกัน: กรณีศึกษา คอนกรีตผสมเสร็จจีซีแพค*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขา วิชาการจัดการทั่วไป, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อัจฉรา โทบุญ. 2534. *จิตวิทยาการบริหารบุคคล*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์คำสมัย.

แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก. <<http://1sssu2.iqetweb.com/index.php?mo=23&node=3442&c=1073&lang=>>.

สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2553