

คุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

Service Quality of Civil Market Talard Subdistrict District Municipality Muang District Nakhonratchasima Province

เสถียรณภัต ศรีวะรมย์¹ สุวรรณ เดชน้อย² บุญมา อิมวิเศษ¹

วิศาล ภูชนงค์¹

Sathiannaphat Sriwarom¹ Suwan Detnoi² Boonma Imwised¹

Wisat Phuchong¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐ เทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ผู้ใช้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยการสุ่มแบบเจาะจงไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนจำนวน 385 คน การวิเคราะห์จะใช้สถิติ การคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวน T-Test และ One Way ANOVA ตามลักษณะของตัวแปรในการแสดงผล

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุไม่เกิน 30 ปี มีอาชีพเกษตรกร ค่าขาย รับจ้างทั่วไป มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน คุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐโดยรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า หลักความสอดคล้องกับความต้องการของประชากรระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา คือ หลักความสม่ำเสมอระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.06 ความมีอัธยาศัยระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.02 หลักความเสมอภาคระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.97 และหลักความสะอาดระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า ประชากร

¹ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา

Lecturer, Faculty of Business Administration, Nakhonratchasima College

² อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา E-Mail: dsuwand836@gmail.com

Lecturer, Faculty of Business Administration, Nakhonratchasima College

ที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาล ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประชากรที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาล ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประชากรที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประชากรที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาล ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : คุณภาพ, การบริการ, ตลาดประชารัฐ

Abstract

The purpose of this study are 1) to study the quality of service of Pracharat market, Talat Sub-district Municipality, Muang District, Nakhon Ratchasima Province, 2) to compare the service quality level of Pracharat market. Talat Sub-district Municipality, Mueang District, Nakhon Ratchasima Province Sample group Including users of Pracharat market, Talat Municipality, Muang District, Nakhon Ratchasima Province By randomly, the exact number of 385 persons was unknown. Calculation of percentage, mean, standard deviation and analysis of variance T-Test and F-Test One Way ANOVA according to the nature of the display variables.

The results of the study : the most of the respondents were women under 30 years of age. Occupation farmers trade and general contractors, monthly income less than 20,000 baht per month. The overall quality of service level for Pracharat market at high level (mean 4.02). When considering of each aspect found that the principle of consistency with the needs of the population were the highest level (mean 4.11). The followed by consistency were high level (mean 4.06). The hospitableness were high level (mean 4.02).The equality digits were medium level (mean 3.97) and the convenience were medium level (mean 3.97)

The results of comparative analysis of service quality of Pracharat market, Talat Municipality, Muang District, Nakhon Ratchasima Province, classified by sex, age, occupation and income. The people with different sexes were affecting the service quality of the Pracharat municipality market were not affected with statistical significance at the .05 level. The people with different ages were affecting the service quality of the Pracharat municipality market were not affected with statistical

significance at the .05 level. The people with different occupation were affecting the service quality of the Pracharat municipality market were not affected with statistical significance at the .05 level. The people with different income were affecting the service quality of the Pracharat municipality market were not affected with statistical significance at the .05 level.

Keywords : Quality, Service, Civil market

บทนำ

ตลาดประชารัฐ เป็นหนึ่งในนโยบายของรัฐบาลได้กำหนดวิสัยทัศน์ในกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและได้กำหนดยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม สร้างโอกาสให้ทุกคนในสังคมสามารถเข้าถึงทรัพยากร แหล่งทุนในการประกอบอาชีพ เพื่อยกระดับรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจและ ยุทธศาสตร์การสร้างการแข่งขันทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และเป็นการวางรากฐาน ไทยแลนด์ 4.0 เพื่อดูแลคนไทยทุกคนให้ก้าวไปพร้อมกัน โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ประกอบกับนายกรัฐมนตรี มีข้อสั่งการ ในการประชุมคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2560 ให้กระทรวงมหาดไทยพิจารณา ดำเนินการเกี่ยวกับการส่งเสริมตลาดชุมชน เพื่อให้เกษตรกร ผู้มีรายได้น้อยชุมชน รวมทั้งผู้ประกอบการ ที่เดือดร้อนจากการไม่มีสถานที่ค้าขาย มีพื้นที่ในการค้าขายรวมทั้งเป็นการยกระดับการค้าขายในชุมชน คณะรัฐมนตรีได้มีมติ เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2560 เห็นชอบในหลักการให้ดำเนินโครงการตลาดประชารัฐ ภายใต้ความร่วมมือระหว่าง กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงคมนาคม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร บริษัท ประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด โดยบูรณาการตลาดประชารัฐ ทั้ง 9 ประเภท ได้แก่ ภายใต้โครงการตลาดประชารัฐ และให้ดำเนินการพร้อมกันตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2560 โดยโครงการตลาดประชารัฐบูรณาการ โครงการที่ดำเนินการเกี่ยวกับตลาดที่อยู่ในความรับผิดชอบ มุ่งเน้น การขยายพื้นที่ตลาดที่มีอยู่เดิมและพัฒนาตลาดใหม่ เพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการตลาด ให้ผู้ประกอบการ แต่ละกลุ่มประเภทสินค้าในแต่ละระดับมีที่ค้าขายให้แก่เกษตรกร ผู้มีรายได้น้อย ผู้ประกอบการที่เดือดร้อน จากการไม่มีสถานที่ค้าขาย ลงทะเบียนเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ จัดสรรลงพื้นที่ตลาดที่เข้าร่วมโครงการ อันจะนำมาซึ่งรายได้เพื่อใช้ในการดำรงชีวิตต่อไป (กระทรวงมหาดไทย, พ.ศ. 2560)

ตำบลตลาด เดิมเป็นชุมชนเก่าแก่ประมาณ 250 ปีที่ผ่านมา สภาพภูมิประเทศมีลำบริบูรณ์หล่อเลี้ยงวิถีชีวิตของชุมชน ในการประกอบอาชีพทางการเกษตร ลำบริบูรณ์ไหลผ่านทางทิศใต้ของหมู่บ้าน การค้าขายกับชุมชนต่างๆ จำเป็นต้องเดินทางข้ามลำบริบูรณ์ไปยังฝั่งตรงข้าม ดังนั้นชาวบ้านจึงนิยมเรียกท่าข้ามลำบริบูรณ์ว่า "ท่าตลาด" และพร้อมใจกันตั้งชื่อตำบลว่า "ตำบลตลาด" มี 8 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 1 บ้านบุ หมู่ 2 บ้านบุ หมู่ 3 บ้านตลาด หมู่ 4 บ้านโพธิ์ หมู่ 5 บ้านกระนอด หมู่ 6 บ้านราษฎร์ประสงค์ หมู่ 7 บ้านหนองตะคลอง และหมู่ 8 บ้านบุพัฒนา ประชากร ทั้งหมด 6,606 คน ที่ตั้ง สำนักงานเทศบาลตำบลตลาด ตั้งอยู่เลขที่ 44 หมู่ 5 บ้านกระนอด ตำบลตลาด อำเภอเมือง นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ห่างจากอำเภอเมืองนครราชสีมาประมาณ 12 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 22.2 ตารางกิโลเมตร หรือ 13,756 ไร่ ทิศเหนือ จดตำบลจอหอ อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ทิศใต้ จดตำบลมะเริง และเทศบาลตำบลห้วยทะเล อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ทิศตะวันออก จดตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ทิศตะวันตก จดตำบลบ้านเกาะ อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ที่ผ่านมาเทศบาลตำบลตลาด ได้มีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงการใช้บริการของตลาดประชารัฐทุกด้าน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ อำนวยความสะดวกของจราจร พื้นที่ตลาดให้เหมาะสม สินค้าที่มีความหลากหลาย เปิดโอกาสให้ประชาชนต่างพื้นที่นำสินค้ามาขายให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสูงสุด

จากความสำคัญของคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐของผู้มาใช้บริการ จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจในการศึกษาคุณภาพการให้บริการของผู้มาใช้บริการ ที่มีต่อตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด เพื่อความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาจึงมุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างของประชากรที่มาใช้บริการตลาดประชารัฐ ผลที่ได้จากการศึกษาจะนำมาปรับปรุงการให้บริการของตลาดประชารัฐให้เป็นแหล่งเศรษฐกิจและเป็นแหล่งท่องเที่ยวยิ่งขึ้นต่อไป รวมทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลในการดำเนินงานขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐ เทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

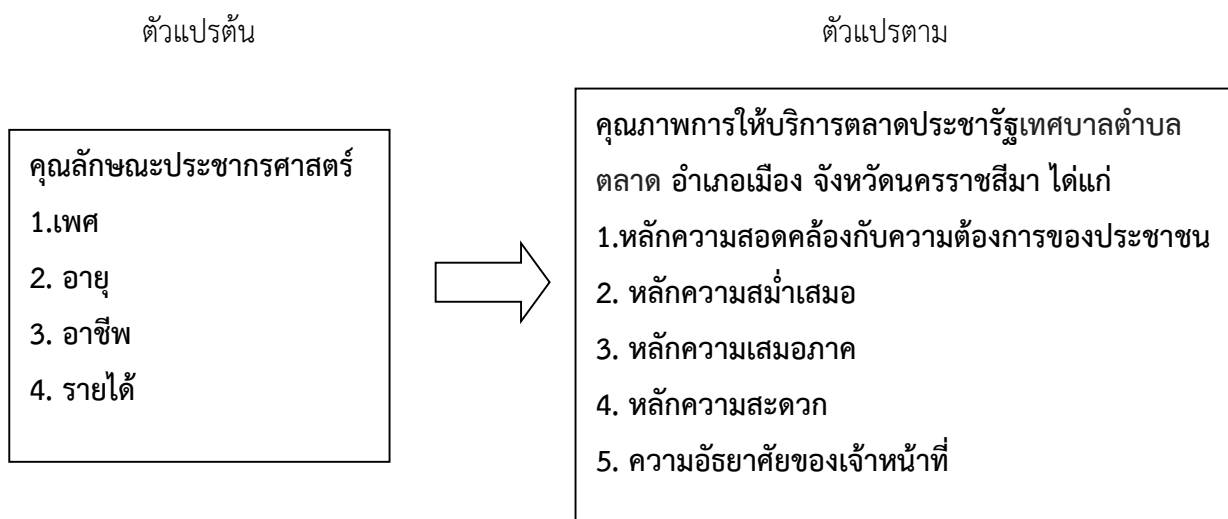
สมมติฐานการวิจัย

ผู้ใช้บริการตลาดประชารัฐ เทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่มี เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ต่างกันมีระดับ คุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด แตกต่างกัน

ขอบเขตการศึกษา

- 1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือผู้มาใช้บริการจับจ่ายซื้อขายในตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอมือง จังหวัดนครราชสีมา
- 2 ขอบเขตด้านเวลา ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษา ตั้งแต่เดือน ต.ค. 2562 ถึง มี.ค. 2563 รวมเป็นระยะเวลา 6 เดือน

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

ที่มา: กรุณ พงศธร 2558, หน้า 303

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

1. คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง การประมวผลของผู้รับบริการ จากการได้รับบริการจึงแล้วนำมาเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่รับรู้จริงจากการ ให้บริการ
2. ตลาดประชารัฐ หมายถึง โครงการตลาดประชารัฐเป็นการบูรณาการระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในรูปแบบประชารัฐ เพื่อพัฒนาตลาดใหม่และขยายพื้นที่ตลาดที่มีอยู่เดิม ให้แก่ผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มประเภทสินค้าในแต่ละระดับทั้งเกษตรกร ผู้มีรายได้น้อย ผู้ประกอบการ หาบเร่ แผงลอย รวมทั้งผู้ประกอบการที่เดือดร้อนจากการไม่มีสถานที่ค้าขาย แหล่งรวมสินค้าของแม่ค้า แผงลอย ชาวเกษตรกร สินค้า OTOP เพื่อเสริมสร้างผู้มีรายได้น้อย และเพิ่มเศรษฐกิจของท้องถิ่นนั้นๆ
3. ความสะดวก หมายถึง เจ้าหน้าที่บริการจัดสถานที่แบ่งเขตการตั้งแผงที่ชัดเจน การต่อไฟฟ้าให้กับพ่อค้าแม่ค้า ที่มาใช้สถานที่ตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาดและอำนวยความสะดวกด้านจราจรให้กับผู้มาใช้บริการประชารัฐ

4. ผู้มาใช้บริการ หมายถึง ประชาชนทั่วไปในเขตเทศบาลตำบลตลาด หรือบุคคลภายนอกที่ไม่ใช่คนในพื้นที่

5. ความเสมอภาค หมายถึง ความเสมอภาค หรือความเท่าเทียมกันในเรื่องที่มนุษย์จะมีความเท่าเทียมกันได้เป็นความเสมอภาคที่สร้างความยุติธรรมให้แก่ทุกฝ่ายมากที่สุด โดยที่เชื้อชาติ สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมครอบครัว ระดับการศึกษา ไม่สามารถกีดขวางต่อความเสมอภาคของบุคคลได้ความเสมอภาค

6. ความอภัยภัยของเจ้าหน้าที่ หมายถึง เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่เลือกการให้บริการกับผู้มาใช้บริการ

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ Survey research เพื่อศึกษา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวม ข้อมูล

ประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้มาใช้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด ที่มาใช้บริการทุกวันอังคารกับวันศุกร์ ระหว่างเดือน ตุลาคม 2562 ถึงเดือน มีนาคม 2563 โดยการสุ่มแบบเจาะจงไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนจำนวนประชากร 385 คน ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5 % และระดับความเชื่อมั่น 95%

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ ร้อยละ (Percentage : %) สำหรับวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ย (Average : $\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) สำหรับ วิเคราะห์ระดับการให้บริการ การทดสอบสมมติฐาน เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ T-Test และระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้สถิติ F-Test One Way ANOVA

ผลการวิจัย

1. ผู้ทำการศึกษาค้นคว้าได้ศึกษาคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกคุณลักษณะทางคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ออกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ทำการวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ นำเสนอผลของการวิเคราะห์ด้วยตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

1.1 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 55.32 และเป็นชาย จำนวน 172 คิดเป็นร้อยละ 44.68

1.2 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 101คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 เป็นผู้ที่มิอายุไม่เกิน 30 ปี รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 27.7 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 63 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0

1.3 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4 ประกอบอาชีพเป็นเกษตรกร ค้าขาย หรือรับจ้างทั่วไป รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้างหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 137คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และกลุ่มตัวอย่างนักเรียน นักศึกษา นิสิต มีจำนวนน้อยที่สุดที่ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4

1.4 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน โดยมีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาเป็นผู้ที่มีรายได้ 20,001-50,000 บาทต่อเดือน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 ผู้ที่มีรายได้ 50,001-100,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และเป็นผู้ที่มีรายได้ 100,001 บาทขึ้นไปต่อเดือนน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยแบ่งคำถามเป็น 5 ด้าน ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอมือง จังหวัดนครราชสีมา

คุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับคุณภาพการให้บริการ
1. หลักความสอดคล้องความต้องการของประชาชน	4.11	.65	มาก
2. หลักความสม่ำเสมอ	4.06	.66	มาก
3. หลักความเสมอภาค	3.97	.74	ปานกลาง
4. หลักความสะอาด	3.97	.76	ปานกลาง
5. ความอึดยาศัย	4.02	.73	มาก
คุณภาพการให้บริการโดยรวม	4.02	.53	มาก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐโดยรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53 เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า หลักความสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 รองลงมา คือ หลักความสม่ำเสมอระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 ความอึดยาศัยระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73

หลักความเสมอภาคระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 และหลักความสะดวกระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 ตามลำดับ

3. การศึกษาครั้งนี้มีสมมติฐานในการศึกษา คือ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพการให้บริการของตลาดประชารัฐองค์การบริหารส่วนตำบลตลาดต่างกัน ซึ่งแสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ในตารางต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับคุณภาพการให้บริการของตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ พบว่าประชากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยจำแนกตามอายุ พบว่าประชากรที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยจำแนกตามอาชีพ พบว่า ประชากรที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยจำแนกตามรายได้ พบว่า ประชากรที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 55.32 และเป็นชาย จำนวน 172 คิดเป็นร้อยละ 44.68 อายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 101คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 รองลงมาอายุ 31-40 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 63 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 อาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4 ค้าขาย หรือรับจ้างทั่วไป รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้างหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 137คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และกลุ่มตัวอย่างนักเรียน นักศึกษา นิสิต มีจำนวนน้อยที่สุดที่ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เป็นจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาเป็นผู้ที่มีรายได้ 20,001-50,000 บาทต่อเดือน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 32.9 ผู้มีรายได้ 50,001-100,000 จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1และเป็นผู้ที่มีรายได้ 100,001 บาทขึ้นไปต่อเดือนน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ผลการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลลาด อำเภอมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐโดยรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า หลักความสอดคล้องกับความต้องการของประชารัฐมาก ค่าเฉลี่ย 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 รองลงมา คือ หลักความสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 หลักความเสมอภาค ค่าเฉลี่ย 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 หลักความสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 ความอภัยภัย ค่าเฉลี่ย 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 ตามลำดับ และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

คุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐด้านหลักความสอดคล้องกับความต้องการของประชารัฐ พบว่าระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ในเรื่องสินค้ามีความหลากหลาย ค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.83 รองลงมา คือจัดวันที่มีตลาดประชารัฐที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 ท่าเลที่ตั้งของตลาดประชารัฐ ค่าเฉลี่ย 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 และราคาสินค้าเป็นที่น่าพึงพอใจ ค่าเฉลี่ย 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87

คุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐด้านหลักความสม่ำเสมอพบว่าระดับคุณภาพการให้บริการ อยู่ในระดับที่ มาก ในเรื่องมีเจ้าหน้าที่ควบคุมราคาสินค้าให้เป็นราคาทางการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.77 รองลงมาคือค่าธรรมเนียมตลาดประชารัฐที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.08 มีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาด้านความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 และที่น้อยสุด คือเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ ค่าเฉลี่ย 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82

คุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐด้านหลักความเสมอภาค พบว่าระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับ มาก ในเรื่องบริการด้วยความเป็นธรรมเหมือนกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติที่มาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.86 รองลงมา คือให้ข้อมูลสนับสนุนและให้ความรู้ด้านบริการตลาดประชารัฐ มีค่าเฉลี่ย 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 ควบคุมดูแลราคาสินค้าที่จำหน่ายที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 และที่น้อยสุด คือเปิดโอกาสให้ผู้มาใช้บริการมีส่วนร่วมในการจัดตลาดประชารัฐมีค่าเฉลี่ย 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84

คุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐด้านหลักความสะดวก พบว่าระดับคุณภาพการให้บริการ อยู่ในระดับ มาก โดยรวมค่าเฉลี่ย 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 ในเรื่องเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกจราจรมีค่าเฉลี่ย 4.00 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.88 รองลงมา คือแบ่งโซนประเภทสินค้าที่ชัดเจนมีค่าเฉลี่ย 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 มีเจ้าหน้าที่บริการจัดเก็บ

ค่าธรรมเนียमतลาด ค่าเฉลี่ย 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 และที่น้อยสุด คือมีการประชาสัมพันธ์ตลาดประชารัฐมีค่าเฉลี่ย 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86

คุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐด้านความอึดอัด พบว่าระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ส่วนเบี่ยงเบน 0.73 คุณภาพการให้บริการและความประทับใจของผู้รับบริการโดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ กระตือรือร้น เอาใจใส่มีค่าเฉลี่ย 4.03 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.82 รองลงมา คือ มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี มีการให้คำปรึกษา แนะนำผู้มารับบริการมีค่าเฉลี่ย 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 และน้อยที่สุดมีความสุภาพ อึดอัด วาจาอ่อนน้อมเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.99 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.82

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบล ตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้

ด้านเพศ พบว่า ประชากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านอายุ พบว่า ประชากรที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านอาชีพ พบว่า ประชากรที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านรายได้ พบว่า ประชากรที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

คุณภาพการให้บริการของตลาดประชารัฐเทศบาลตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา รายด้าน ดังนี้

1. ด้านเพศ พบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีต่อคุณภาพการให้บริการ ไม่แตกต่าง สอดคล้องตามแนวคิดของ บัซเซลและเกลล์ (Buzzell and Gale, 1987) คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจและมีการให้ความสำคัญอย่างมากดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น มีผลงานวิจัยที่ค้นคว้าพฤติกรรมของผู้บริโภคและผลของความคาดหวังของผู้บริโภคซึ่งพบว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนขึ้นอยู่กับการมองหรือทัศนะของผู้บริโภคที่เราเรียกกันทั่วไปว่า “ลูกค้า”

2. ด้านอายุ อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ไม่ต่างกัน กล่าวคือ ประชากรที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการไม่ต่างกัน

3. ด้านอาชีพ อาชีพที่แตกต่างกัน มีต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พนิดา เพชรรัตน์ (2556) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากรสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ประชากรที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิด ชเมนเนอร์ (Schmenner, 1995) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควรตรงกันข้าม หากผู้รับบริการรับรู้ว่าการบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวัง คุณภาพการให้บริการ ก็จะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้บริหารนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแนวทางการพัฒนางานด้านการบริการ โดยเฉพาะการให้บริการทั้ง 5 ด้านอย่างครบถ้วน โดยเน้นประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน
2. ส่งเสริม สนับสนุน ให้ได้รับโอกาสด้านการศึกษา การฝึกอบรม การสัมมนา สร้างแรงจูงใจในการให้บริการ
3. ปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการให้บริการ เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสามารถพัฒนาการให้บริการได้อย่างยั่งยืน เพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดค่านิยมในการทำงานที่ดี
4. เพื่อนำเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริหารงานด้านบริการให้ตรงตามความต้องการประชาชนที่มาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นประโยชน์และสามารถขยายต่อไปในทัศนะ ที่กว้างขึ้น ผู้ศึกษาควรศึกษาถึงปัจจัยของตัวแปรอิสระอื่นๆ หลายตัวแปรที่มีความสัมพันธ์หรือมี อิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต้น
2. เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่มี ประโยชน์ต่อองค์การบริหารส่วนตำบลเมืองไผ่และ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นภายในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการทั้งภายในองค์กร และนอกสถานที่
3. ควรศึกษาแนวทางที่สำคัญเพื่อปรับปรุงการบริการด้านความถูกต้องครบถ้วนของงานบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และสามารถรักษามาตรฐานของการทำงานที่ทำไว้ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงมหาดไทย (2560). “โครงการตลาดประชารัฐ” หนังสือคู่มือดำเนินการตลาดประชารัฐ. กรุงเทพมหานคร. (2558). ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจภูธร เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. หน้า 303-304.
- กองวิชาการและแผนงาน กลุ่มงานวิจัยและประเมินผล เทศบาลนครเชียงใหม่. หลักการให้บริการ. (ข้อมูลเพิ่มเติม)
- พินิตา เพชรรัตน์. (2556). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2. งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- วรรณะ เสถียร. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของการประชาสัมพันธ์ สาขา พนักสนิม. งานนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- สุวรรณ เพียรมานะ. (2560). ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- Buzzell, R. D. & Bradley, T. G. (1987). *The PIMS Principles*. New York: The Free Press.
- Gundlach, James, and Nelson P. Reid. (1983). “A Scale for Measurement of Consumer Satisfaction with Social Service.” *Journal of Social Service Research*, 7 (Fall).
- Hutchins, D. (1985). *Achieve Total Quality*. UK : Fitzwilliam Publishing.
- Johnson, R. and D. Lyth. (1991). *Implementing the Integration of Customer Expectations and Operational capability*. Massachusetts : Lexington book.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988) “SERVQUAL : A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality.” *Journal of Retailing*, 64 (1) : 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1991). “Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale.” *Journal of Retailing*, 67: 420-450
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1994). “Reassessment of Expectation of Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implication for Further Research.” *Journal of Marketing*, 58 (January), pp. 111-124.
- Schmenner, R. W. (1995, January - February). Escaping the black holes of cost accounting. *Business Horizons*, pp. 66 - 72.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, and L. L., Berry.(1990). **Delivering Quality Service :
Balancing Customer Perceptions**. New York : The Free Press.

Zineldin, M. (1996). “Bank Strategy Portioning and Some Determinants of Bank
Selection.” **International Journal of Bank Marketing**, 14 (6), pp. 12-22.