

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ  
สำนักงานทะเบียนอำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์<sup>1</sup>

**Factors influencing the satisfaction of the service recipients,  
A case study : Sahatsakhan District Registry Office Kalasin Province**

อาทิตย์ ภูแย้ม<sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ กรณีศึกษา : สำนักงานทะเบียนอำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยมีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชน ผู้รับบริการสำนักงานทะเบียนอำเภอสหัสขันธ์จังหวัดกาฬสินธุ์ อยู่ในระดับใด (2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ สำนักงานทะเบียนอำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยผู้เข้ารับบริการสำนักงานทะเบียนอำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า 1) ประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน เพศชาย 152 คน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่ คือ ระดับปริญญาตรี ขณะที่อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างคือ ข้าราชการ/พนักงาน/ลูกจ้าง/เจ้าหน้าที่ของรัฐ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 5,001 – 10,000 บาท 2) ปัจจัยส่วนประสมทาง

<sup>1</sup> บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ สำนักงานทะเบียนอำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโท หลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

การตลาดโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านค่าธรรมเนียม รองลงมาคือด้าน คือผลิตภัณฑ์/การบริการ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการรับบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ , ส่วนประสมทางการตลาด, สำนักทะเบียนอำเภอสหัสขันธ์

## ABSTRACT

A research study on factors influencing the satisfaction of the service recipients, a case study : Sahatsakhan District Registry Office Kalasin Province It is a quantitative research. (quantitative research) with the objectives: (1) to study the level of people's satisfaction; Service recipients, Sahatsakhan District Registrar's Office, Kalasin Province at what level (2) to study demographic factors and marketing mix factors influencing the satisfaction of the service recipients Sahatsakhan District Registrar's Office Kalasin Province The sample group used in the research of people who received services from the Sahatsakhan District Registrar's Office Kalasin Province, with a total of 400 people. The statistics used to analyze the data are Percentage, Frequency, Mean, Standard Deviation, Pearson Correlation Coefficient and Analysis. Multiple Regression Analysis The results showed that 1) the population of the respondents Most of them were 162 females and 152 males. Most of them were in the range of 20-40 years with the highest level of education, mostly bachelor's degree. while most of the occupations of the sample group were Government officials / employees/employees/government officials and the average monthly income is 5,001 - 10,000 baht. 2) The overall marketing mix in all aspects is at a high level. The side with the highest mean is fee followed by products/services 3) marketing mix factors influence on satisfaction with service statistically significant at the 0.05 level

KEY WORD : satisfaction , marketing mix , Sahatsakhan District Registry Office

## ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการให้บริการภาครัฐมีการปรับตัว ปรับรูปแบบการให้บริการเพื่อขยับระดับการให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนให้มากที่สุดตามยุคตามสมัยและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป มีการออกระเบียบกฎหมายที่ทำให้เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับภาคเอกชน ประชาชน ในการเข้ารับบริการจากหน่วยงานของรัฐ เพื่อที่จะให้เป็นการพัฒนาการบริการประชาชน สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนผู้ติดต่อราชการมากยิ่งขึ้น โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติที่ประชุมเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2558 มอบหมายให้ทุกกระทรวง กรม

จังหวัด รัฐวิสาหกิจ ต้องมีศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center: GECC) เพื่อทำหน้าที่ให้คำแนะนำ และอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนให้เกิดการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนที่เดินทางมาติดต่อราชการกับหน่วยงานของรัฐ มุ่งหวังให้ประชาชนได้รับความ สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงง่าย<sup>3</sup> กรมการปกครอง เป็นส่วนราชการระดับกรมในสังกัดกระทรวงมหาดไทย โดยมีหน่วยงานราชการในสังกัด ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมการปกครอง กำหนดให้กรมการปกครอง มีอำนาจหน้าที่มีภารกิจเกี่ยวกับการรักษาความสงบเรียบร้อยและความมั่นคงภายในประเทศ การอำนวยความสะดวก การปกครองท้องถิ่น การอาสารักษาดินแดน และการทะเบียน เพื่อให้ประชาชนมีความมั่นคง ปลอดภัย ได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว และให้เกิดความสงบสุขในสังคม อย่างยั่งยืน<sup>4</sup> โดยได้แบ่งราชการบริหารส่วนกลางออกเป็น 6 สำนัก , 4 กอง , 1 วิทยาลัย ราชการบริหารส่วนภูมิภาคแบ่งออกเป็น ที่ทำการปกครองจังหวัด ที่ทำการปกครองอำเภอ และที่ทำการปกครองกิ่งอำเภอ<sup>5</sup> สำนักทะเบียนอำเภอจะสังกัดอยู่ในที่ทำการปกครองอำเภอ โดยกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทยได้ดำเนินการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการให้บริการประชาชนของหน่วยงานภายใต้สังกัดกรมการปกครอง สู่การเป็นกรมการปกครอง..วิถีใหม่ โดยมุ่งหวังให้มีการบริหารจัดการที่ สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย และสอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์ยุคปัจจุบัน ยิ่งในปัจจุบันมีการให้บริการในรูปแบบของการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาใช้มากขึ้น ประกอบกับการให้บริการต้องสอดคล้องกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคระบาด หรือที่เรียกว่าชีวิตวิถีใหม่ (New Normal)

จากปัญหาและความสำคัญในการศึกษาถึงความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการกรณีศึกษาสำนักทะเบียนอำเภอสหัชชันท์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานในการให้บริการของประชาชนพัฒนาระบบการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอสหัชชันท์ จังหวัดกาฬสินธุ์ และหน่วยงานให้บริการประชาชนต่างๆ ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วอย่างในปัจจุบัน โดยในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Market Mix) [ด้านผลิตภัณฑ์ (product), ด้านราคา (price),

<sup>3</sup> สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ ก.พ.ร.

<sup>4</sup> กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พ.ศ.๒๕๕๙

<sup>5</sup> ที่ทำการปกครองกิ่งอำเภอในทางปฏิบัติไม่มีแล้ว แต่ในดับทกฎหมายยังไม่ได้ยกเลิกไป

ด้านช่องทางการบริการ (Place), ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion), ด้านเจ้าหน้าที่ (people), ด้านกระบวนการ (process) และ ด้านลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) ] มาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ เพราะส่วนใหญ่แล้วแนวคิดทฤษฎีทางการตลาดส่วนมากแล้วมักจะพบในภาคเอกชน ภาคธุรกิจ ที่มีการแข่งขันกันสูง ต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดของการดำเนินธุรกิจและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ จึงเห็นควรว่าสมควรอย่างยิ่งที่ภาครัฐควรนำเอาการกำหนดแนวทาง การปรับตัวของภาคเอกชน ภาคธุรกิจ เข้ามาปรับใช้ในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนการกำหนดแนวทางการให้บริการประชาชน การบริการสาธารณะของหน่วยงานภาครัฐเพื่อประสิทธิภาพ ประสิทธิผลให้มากยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงได้นำเอาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาอธิบาย ศึกษาการให้บริการของภาครัฐ

### คำถามการวิจัย

1. ระดับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการสำนักทะเบียนอำเภอสหสันธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นอย่างไร
2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ หรือไม่ อย่างไร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชน ผู้รับบริการสำนักทะเบียนอำเภอสหสันธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการสำนักทะเบียนอำเภอสหสันธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ สำนักทะเบียนอำเภอสหสันธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
2. ปัจจัยด้านส่วนผสมการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ สำนักทะเบียนอำเภอสหสันธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

## ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ กรณีศึกษา : สำนักทะเบียน อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

### 1) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนาและเชื้อชาติซึ่งมีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งโดยทั่วไปแล้วนักการตลาดมักจะใช้เป็นลักษณะมาพิจารณาสำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบและอัตราการใช้ สินค้าของผู้บริโภค รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่นๆ (Hanna and Wozniak (2001)

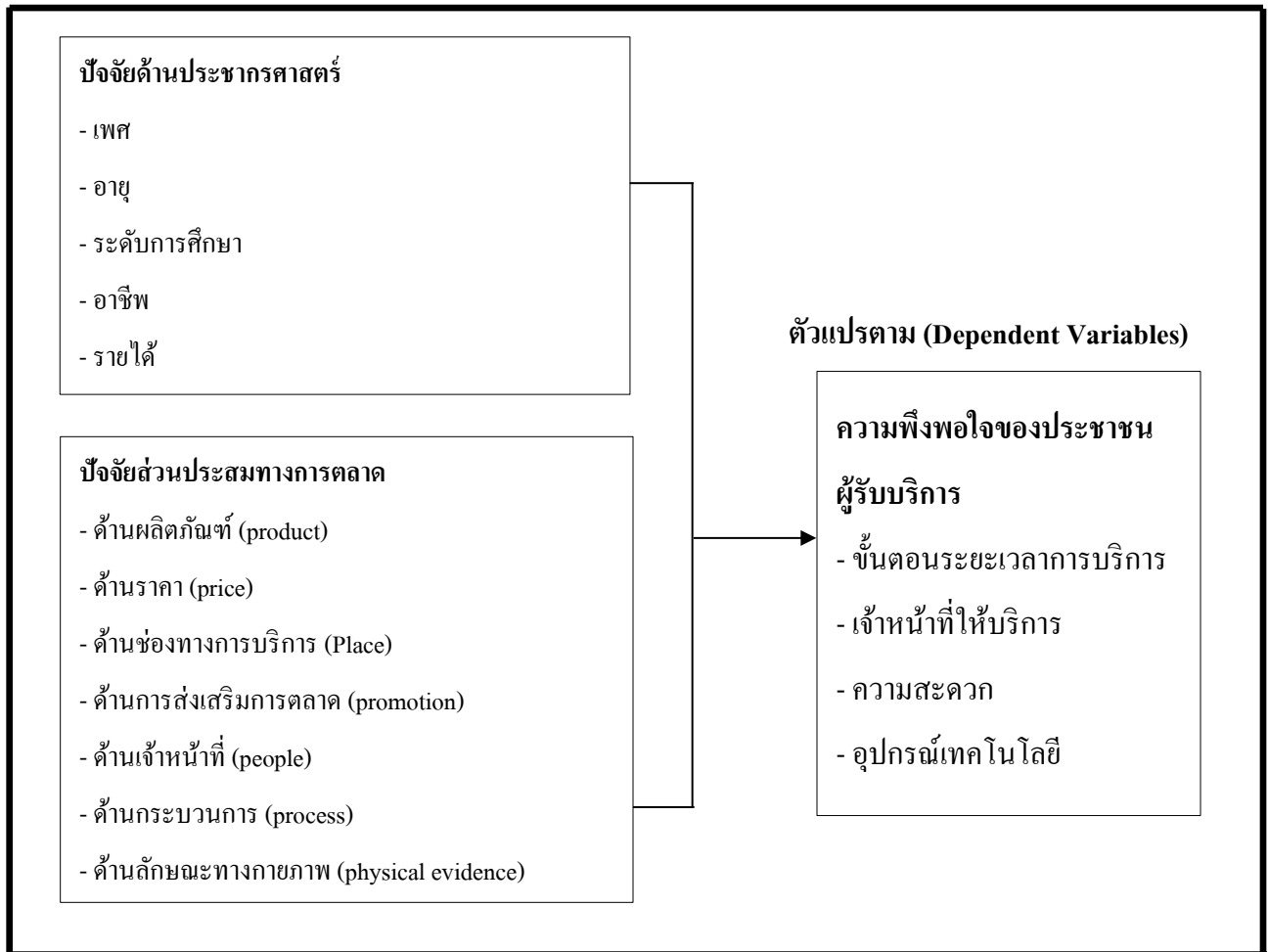
### 2) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างยิ่งทางการตลาดสมัยใหม่ ซึ่งแนวความคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาดนี้ มีบทบาทสำคัญทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย เราเรียกส่วนผสมทางการตลาดว่า 7Ps ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 7 กลุ่มนี้ จะทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2.ด้านราคา (Price) 3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4.ด้านการส่งเสริม (Promotions) 5.ด้านบุคคล (People) 6.ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence) และ 7.ด้านกระบวนการ (Process) (Kotler, 1997, p. 92)

### 3) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Morse ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจ หมายความว่า สภาพของภาวะจิตที่ปราศจากความเครียดทั้งนี้ เพราะธรรมชาติของมนุษย์นั้นมีความต้องการถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดจะน้อยลงความพึงพอใจจะเกิดขึ้น (Morse, 1958 :27)

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยได้พิจารณาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (product) ปัจจัยด้านราคา (price) ปัจจัยด้านช่องทางการบริการ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ (people) ปัจจัยด้านกระบวนการ (process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง มีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ

แบบสอบถามที่สำรวจความคิดเห็นของประชาชนผู้รับบริการ โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัย ดังนี้

### 1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท โดยผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับบริการสำนักทะเบียนอำเภอสหัสขันธ์ จำนวน 400 คน การแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลนั้นรวบรวมจนครบจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งผู้วิจัยได้นำไปประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยความพึงพอใจ จากเอกสารรายงาน ตลอดจนรายงานการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เอกสาร ตำรา วิทยานิพนธ์ รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง และจากวารสารของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ห้องสมุด หนังสือพิมพ์ รวมทั้งการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและการวิเคราะห์สรุปผล

### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนชาวอำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 42,699 คน (ที่มา : สำนักทะเบียนอำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนผู้รับบริการสำนักทะเบียนอำเภอ สหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามดำเนินการหาตัวอย่างตามสูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane ,1970 : 896) กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สัดส่วนค่าความคลาดเคลื่อน ( $e$ ) เท่ากับ 0.05 ซึ่งเมื่อแทนค่าในสูตรของ Yamane แล้ว สัดส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีค่าเท่ากับ 396 ดังนั้น ผู้วิจัย จึงเลือกจำนวนกลุ่มประชากรเพื่อทำการวิจัยในจำนวน 400 ราย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

### 3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

**ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้**

1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ แบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

2) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านช่องทางการบริการ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) ด้านเจ้าหน้าที่ (people) ด้านกระบวนการ (process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (physical evidence)

#### **ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่**

ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ 1) ขั้นตอนระยะเวลาการบริการ 2) เจ้าหน้าที่ให้บริการ 3) ความสะดวก และ 4) อุปกรณ์เทคโนโลยี

#### **4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม เพื่อใช้เก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ประเภทรับบริการ รายได้แบบสอบถามลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) จำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด จำนวนทั้งสิ้น 7 ด้าน จำนวน 30 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด จำนวนทั้งสิ้น 19 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นอื่นๆ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด จำนวนทั้งสิ้น 1 ข้อ

โดยข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัย ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ที่ใช้คำถามเป็นระดับความคิดเห็นมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามแนวคิดของเบสท์ (Best, 1981, p.78) คือ มากที่สุด (5) , มาก (4) , ปานกลาง (3) , น้อย (2) , และ น้อยที่สุด (1) เป็นเกณฑ์การให้คะแนนการตอบแบบสอบถามแต่ละข้อ



## 5. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยทดสอบความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1) หากความเที่ยงตรง (validity) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบเอกสาร แนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำนวนภาษา การใช้ข้อความที่ถูกต้อง ตรวจสอบความคิดเห็นของที่ปรึกษา เพื่อให้เกิดความถูกต้องในเชิงของเนื้อหา (content validity) ก่อนนำไปทดลอง

2) หากความเชื่อมั่น (reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (try-out) กับบุคคลที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อตรวจสอบความเข้าใจของผู้ตอบที่มีต่อคำถาม ลำดับของคำถาม ความถูกต้องของคำถาม แล้วนำมาแก้ไขข้อบกพร่องก่อนออกเก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha, Cronbach, 1990 : 204) โดยคำถามที่มีค่า Cronbach's Coefficient Alpha 9 ต่ำกว่า 0.7 จะถูกตัดทิ้ง ผลการทดสอบ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา ของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.956

### ตารางค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของมาตรวัดตัวแปรความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.956	.974	75

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative Analysis) ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายความคิดเห็นของคำตอบเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่ออธิบายระดับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลระดับความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และ

ความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และพิจารณาถึงปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อปัจจัยความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ Independent Sample T-Test เพื่อทดสอบว่าปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ F-Test เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อใช้ทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลระหว่างตัวแปร 2 กลุ่มขึ้นไป ในการทดสอบปัจจัย ทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านด้านอาชีพ และด้านรายได้และการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ กรณีศึกษา : สำนักทะเบียนอำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ สรุปผลได้ ดังนี้

### 1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แบ่งออกเป็น เพศหญิง 62% และเพศชาย 38% กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 40 ปี คิดเป็น 48% รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 41 – 60 ปี คิดเป็น 32% มีระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรี คิดเป็น 36% ของกลุ่มตัวอย่าง ขณะที่อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างคือ ข้าราชการ/พนักงานลูกจ้างของรัฐ คิดเป็น 36% รองลงมาคืออาชีพเกษตรกร คิดเป็น 20% และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็น 34% ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็น 30%

## 2. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากการศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็น ความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการบริการสำนักทะเบียนอำเภอสหพันธ์ โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.427 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน ด้าน ค่าธรรมเนียม ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.509 ด้านที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การส่งเสริมการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานเท่ากับ 0.859

## 3. การวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจ

ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.490 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน การ ให้บริการของเจ้าหน้าที่ ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.515 ด้านที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.997

## 4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

- ผลการทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ สรุปผลได้ว่า ปัจจัยด้านเพศไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์ด้าน อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มี ผลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

- ผลการทดสอบสมมติฐานด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการรับบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ กรณี สำนัก ทะเบียนอำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยจึงขอสรุปข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. หน่วยงานที่จัดบริการสาธารณะควรนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาปรับใช้ แนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาร่วมในการออกแบบการให้บริการกับประชาชนมากขึ้น โดยเฉพาะ

ด้านเจ้าหน้าที่ต้องรอบรู้เชี่ยวชาญงานในงานที่บริการ มีความสุภาพเรียบร้อยและรักงานด้านการบริการ โดยให้ประชาชนเป็นศูนย์กลางในการจัดบริการสาธารณะ และด้านสถานที่ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ต้องมีความเหมาะสมโดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ๆ เข้ามาปรับใช้ในการอำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชนตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

2. การใช้ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และสถานที่ลักษณะทางกายภาพมาปรับใช้ในการบริการประชาชนให้มากขึ้น โดยออกแบบให้สอดคล้องและรองรับสังคมผู้สูงอายุ ตลอดจนผู้พิการ และกลุ่มทุกเพศวัย

3. ควรมีการศึกษาต่อปัญหา อุปสรรคในการให้บริการประชาชนของระบบราชการไทย การศึกษาถึงแนวทางการปรับตัว ตัวขับเคลื่อนที่เป็นพลังสำคัญในการพัฒนา หรือเป็นปัญหาของระบบราชการไทย

4. ศึกษาความเป็นไปได้ในการให้บริการประชาชนของสำนักทะเบียน ในรูปแบบการบริการด้วยตนเอง ตลอด 24 ชั่วโมง การศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการให้บริการงานทะเบียนราษฎร และบัตรประจำตัวประชาชน ในรูปแบบการให้บริการด้วยตนเอง ตลอด 24 ชั่วโมง รองรับผู้ที่ไม่มีเวลาว่างในการเดินทางไปดำเนินการทางทะเบียน

## บรรณานุกรม

การปกครอง,กรม. คู่มือการพัฒนาบริการประชาชนสำหรับการปฏิบัติงานระดับอำเภอ. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ :

โรงพิมพ์อาสาศึกษาคินแดน, 2552.

การปกครอง,กรม.ถอดบทเรียนตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จ (Best Practice) ในการบริหารจัดการ อำเภอวิถี

ใหม่ ในรูปแบบ new normal.กรุงเทพฯ: โฉงพิมพ์อาสาศึกษาคินแดน,2563.

การปกครอง,กรม. ส่วนการทะเบียนราษฎร. คู่มือปฏิบัติงานทะเบียนราษฎร. กรุงเทพฯ ฯ : โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น, 2544.

การปกครอง,กรม. ส่วนบัตรประจำตัวประชาชน. คู่มือการอบรมโครงการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนด้วยระบบปฏิบัติการอัตโนมัติ. กรุงเทพฯ ฯ : โรงพิมพ์อาสาศึกษาคินแดน, 2550.

กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย พ.ศ.2559. ราชกิจจานุเบกษา สืบค้น

30 พ.ย.64 <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2559/A/006/26.PDF>

เกี่ยวกับ GECC. ศูนย์ราชการสะดวก Government Easy Contract Center (GECC) สืบค้น 30 พ.ย.64

จาก <http://203.113.14.37/gecc/doc1.pdf>

สำนักงานพัฒนาระบบราชการ. คู่มือการรับรองมาตรฐานการให้บริการ ของศูนย์ราชการสะดวก

สืบค้น 30 พ.ย.64 จาก <https://www.opm.go.th/opmportal/multimedia/phoobeas/FilePDF/>

%E0%B8%84%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD\_GECC-2560.pdf

Best, J. W. (1981). Research in education. New jersey: Prentice-Hall

Cronbach, Lee. J. Essentials of psychological testing. 5 th ed. New York : Harper & Row, 1990.

Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). Consumer behavior: An applied approach. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. (1997). Marketing management: Analysis, planning, implementation and control (9th ed.). New Jersey: A Simon & Schuster.

Likert, R. (1967). The Human Organization : Its Management and Value. New York: McGraw-Hill

Morse, N. C. (1958). Satisfacion in the White Collar Job. Ann Arbor : University of Michigan.

Taro Yamane. (1970). Statistic : an Introductory Analysis. 2nd ed. New York : Harper & Row