

**ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ  
ของสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี**  
**Organizational Image Affecting the Service Quality of the  
Tabkwang Municipal, Kaengkhroi District, Saraburi Province**

สนอง พิมพ์า

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของพนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนที่มาใช้บริการ (2) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติทดสอบ t-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 24 ปี ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา ประกอบอาชีพ รับจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท สถานภาพโสด ภาพลักษณ์องค์กร กรณี ประชาชนที่ใช้บริการที่สำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง ได้แก่ ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร ด้านชื่อเสียง ด้านการให้บริการ และด้านการติดต่อระหว่างบุคคล เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้คุณภาพการให้บริการเพิ่มขึ้น 0.180 , 0.198 , 0.252 และ 0.247 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยให้ตัวแปรอื่นๆที่ ประชาชนที่ใช้บริการที่สำนักงานเทศบาลทับกวางที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน และ ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## Abstract

The objectives of this research were (1) to compare the service quality of employees in the Tabkwang Municipal, Kaengkhoi District, Saraburi Province. (2) to study Organizational Image Affecting the Service Quality of the Tabkwang Municipal, Kaengkhoi District, Saraburi Province. Questionnaires with closed-ended from the samples are 400 people who come to use service in the Tabkwang Municipal, Kaengkhoi District, Saraburi Province. Descriptive statistics and Inference statistics were used to analysis the data. In t-test statistics , One Way ANOVA analysis and Multiple Regression Analysis.

The results from the study showed the people who came to use the service at Thap Kwang Municipality Office, Kaeng Khoi District, Saraburi Province, it was found that most of the people were males, under 24 years of age, with primary education, working as general contractors. Average monthly income 10,000 – 20,000 baht. Single status, corporate image. Organizational Image In the case of people who use the service at Thap Kwang Municipality Office, Kaeng Khoi District, Saraburi Province, namely, organizational identity. reputation Service and interpersonal contact, an increase of 1 unit, resulting in an increase in service quality by 0.180, 0.198, 0.252 and 0.247, respectively statistically significant at 0.05 with other variables fixed.

People who use services at Tabkwang Municipal Office with gender, age, education level Average monthly income and different status There will be different quality of service. At the statistical significance level at 0.05 level, and organizational image influenced service quality of employees of Tabkwang Municipal Office. at the level of statistical significance at the 0.05 level.

## บทนำ

เทศบาลเมืองทับกวาง เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการบริหารและการจัดการ เพื่อรองรับการใช้บริการจากประชาชน ทุกสาขาอาชีพ นิติบุคคล ผู้ประกอบการ ห้างร้าน บริษัทต่างๆ โรงงาน อุตสาหกรรม และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ทั้งในและนอกพื้นที่บริการ จำนวน 5 ด้าน ที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพและการบริการ การแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ทันทั่วทั้งที่ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การดูแลประชาชนให้ดี ตามเจตจำนงที่ว่า “บำบัดทุกข์ บำรุงสุข” รวมไปถึงความไว้วางใจในการแจ้งข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์แก่เทศบาล ปัญหาต่าง ๆ ทางด้านการได้รับบริการที่ล่าช้าจากเทศบาล และการบริการที่ไม่ทั่วถึง ของเทศบาล ประกอบไปด้วย 1) ปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการ และไม่เป็นระเบียบ 2) ปัญหาป้ายชี้แจงลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ในการติดต่อกับหน่วยงานราชการของเทศบาล 3) ปัญหาไฟฟ้าดับเป็นประจำ 4) ปัญหาน้ำประปาไม่เพียงพอต่อความต้องการในเขต และมีบางครั้งไม่ไหล ในช่วงเทศกาลวันหยุดยาว 5) ปัญหารถขนขยะของเทศบาลที่ทำน้ำขยะไหลลงสู่พื้นถนนสาธารณะ เป็นประจำ 6) ปัญหาการดำเนินการซ่อมแซมถนนที่ชำรุด ล้ำช้า ทำให้มีผลกระทบต่อประชาชนในเขตเทศบาลที่ใช้ถนนสัญจร ไปมา 7) ปัญหาพื้นที่ภายในตัวอาคารที่มีจำกัด และคับแคบ

จากปัญหาดังกล่าวจึงส่งผลกระทบต่อโดยตรงทั้งทางตรง และทางอ้อมแก่เทศบาลเมืองทับกวาง จากปัญหาดังกล่าวจึงทำให้เกิดปัญหาภาพลักษณ์ของเทศบาลเมืองทับกวางได้ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอ ปัญหาทางด้านตัวอาคารที่คับแคบไม่สะดวกในการเข้าใช้บริการในการติดต่อราชการ ปัญหาระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ไฟฟ้าส่องสว่างตามถนนสาธารณะในเขตเทศบาล และปัญหาน้ำเสียจากรถขนขยะของเทศบาล สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อเทศบาลเมืองทับ

ผู้วิจัยจึงมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาคุณภาพการบริการของ สำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี โดยการนำทฤษฎี Service Quality เข้ามาใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ผลของการศึกษานี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คุณภาพการให้บริการของสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อทำการปฏิบัติโดยตรงต่อประชาชน

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของพนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนที่มาใช้บริการ

2. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานเทศบาลเมือง  
ทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี

### สมมติฐาน

1. ประชาชนที่มาใช้บริการที่สำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัด  
สระบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะได้รับการให้บริการที่มีคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

2. ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง  
อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี

### ขอบเขตการวิจัย

#### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษาภาพลักษณ์เทศบาลที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของ  
เทศบาล โดยมีตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้

#### 1. ตัวแปรต้น

- 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 1.2 ภาพลักษณ์ของเทศบาล โดยนำมาจากแนวคิดของ Kotler (2000)

#### 2. ตัวแปรตาม คุณภาพการบริการ โดยนำมาจากแนวคิดของ Parasuraman et al. (1988)

#### ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการของสำนักงาน  
เทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี จำนวน 10 หมู่บ้าน มีประชากร 19,858 คน  
([www.tubkwang.go.th](http://www.tubkwang.go.th)) รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน ประจำปี พ.ศ. 2564 (สืบค้นเมื่อ  
29 มีนาคม 2565)

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

### ความหมายของภาพลักษณ์

Philip Kotler (2000) (อ้างถึง รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, 2554) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ โดยศึกษา ดังนี้

1.เอกลักษณ์ขององค์กร หรือ อัตลักษณ์องค์กร หรือ Corporate Identity (CI) หมายถึง การแสดงออกให้เห็นถึงภาพลักษณ์ (Image) ที่ปรากฏต่อสายตาผู้อื่น พร้อมกับการแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ขององค์กรด้วยการสื่อสารภาพลักษณ์และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์กร รวมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันภายในองค์กรตลอดจนบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรด้วย ช่วยให้บุคคลอื่นจดจำองค์กรได้ ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมากในสังคมที่มีการแข่งขันสูง

2.ชื่อเสียง คือ สิ่งที่ทำให้บุคคลอื่นรู้จัก รู้ถึงความสามารถในการทำงานว่าเป็นอย่างไร มีทัศนคติที่เป็นที่เลื่อมใส และยกย่อง ถ้าชื่อเสียงดี ก็จะมีคนต้องการเข้ามา เพื่อร่วมงาน มีนัยยะเชิงบวกซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นที่รู้จัก รวมไปถึงคุณค่าหรือคุณงามความดีที่ผู้คน โดยทั่วไปทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงหรือโดยอ้อม จะสามารถรับรู้หรือสัมผัสกับสิ่งที่กล่าวถึงนั้นได้ โดยชื่อเสียงอาจเป็นเรื่องของบุคคล สถานที่ องค์กร มีคุณลักษณะเชิงนามธรรมสูง การประเมินชื่อเสียงของบุคคล สินค้า บริการ หรือองค์กรใด ๆ มักเป็นการประเมินจากคุณค่าที่บุคคลหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเกิดความรู้สึกโดยรวม ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่ง ในการนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมาย และบทบาทของชื่อเสียงที่มีต่อการเติบโตอย่างต่อเนื่องขององค์กรธุรกิจ

3.การให้บริการ คือ กระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปแบบ และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ การบริการที่ดี ผู้รับบริการจะได้รับความประทับใจ และชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร การบริการถือเป็นเครื่องมือสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จ

4.การติดต่อระหว่างบุคคล คือ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป การที่บุคคลสองคนหรือมากกว่านั้นติดต่อกันนั้น จะทำให้ทั้งสองฝ่ายมีความเข้าใจกันและรับรู้ข้อมูลต่างๆ ของโลก การสื่อสารเป็นเหมือนภาพสะท้อนที่กลับมาหาตนเอง คนที่ขาดการสื่อสารระหว่างบุคคลจะเป็นคนที่ขาดความเข้าใจความต้องการและความจำเป็นอันแตกต่างและหลากหลายของบุคคลอื่น ยิ่ง

คนที่มีการสื่อสารระหว่างบุคคลมากเพียงใดก็จะยิ่งเพิ่มการรู้จักตัวเองและการรู้จักคนอื่นมากยิ่งขึ้น ลักษณะเฉพาะของการสื่อสารระหว่างบุคคลคือมีการโต้ตอบระหว่างกันอย่างชัดเจน จึงมีความผิดพลาดน้อยกว่าการสื่อสารประเภทอื่น ดังนั้นหากเราใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลได้

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

### ความหมายของการให้บริการ

Parasuraman (1988) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ มีดังนี้

1.ด้านคุณภาพที่จับต้องได้ หมายถึง การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามข้อกำหนดที่ต้องการ โดยสินค้าหรือบริการนั้นสร้างความพอใจให้กับลูกค้า และมีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสมได้เปรียบคู่แข่ง ลูกค้ามีความพึงพอใจ และยอมจ่ายตามราคาเพื่อซื้อความพอใจนั้น

2.ด้านความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความโปร่งใสและความทุ่มเทในการทำในสิ่งที่ถูกต้อง และความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินงาน

3.ด้านการตอบสนองของบุคลากรในองค์กร หมายถึง คือท่าทีที่แสดงออก โดยมุ่งถึงสภาพจิตใจที่มีต่อสิ่งเร้า มีแนวโน้มต่อการตอบสนองทางด้านอารมณ์ โดยเป็นความรู้สึกที่ชอบ หรือไม่ชอบ ถูกใจหรือไม่ถูกใจ ดีหรือไม่ดี เป็นผลมาจากการประเมินสิ่งเร้า และสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวบุคคลนั้น

4.ด้านการเอาใจใส่ของบุคลากรในองค์กร คือ การให้ความใส่ใจต่อเรื่องงาน (Task-Centeredness) เป็นระดับความใส่ใจที่ผู้บริหารมีต่อความมีประสิทธิภาพในการทำงาน ผลผลิตที่สูงของงาน และหาแนวทางที่ดีที่สุดเพื่อการบรรลุเป้าหมายในการทำงาน การให้ความใส่ใจต่อเรื่องคน (Person-Centeredness) เป็นระดับความใส่ใจต่อสมาชิกภายในทีมหรือในองค์กร ให้ความสำคัญกับความต้องการ ผลประโยชน์ และแนวทางในการพัฒนาสมาชิกเหล่านั้น

5.ด้านความไว้วางใจ หมายถึง ความตั้งใจกระทำต่อผู้อื่นบนพื้นฐานความคาดหวังเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล ภายใต้เงื่อนไขของความเสี่ยงและการพึ่งพากัน

## สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี สรุปผลได้ดังนี้ บุคคลของประชาชนที่มาใช้บริการที่สำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี จำนวน 400 คน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 24 ปี ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา ประกอบอาชีพ รับจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท สถานภาพโสด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพลักษณ์องค์กรสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งสรุปเป็นรายด้านแต่ละด้าน อยู่ในระดับมาก ดังนี้ (1) ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร โดยประชาชนที่มาใช้บริการจะเห็นจากการสื่อสารของพนักงานสำนักงานเทศบาลทับกวาง เป็นอย่างไร สามารถแก้ไขปัญหาได้หรือไม่ (2) ด้านชื่อเสียง โดยประชาชนที่ใช้บริการจะเป็นคนที่รับรู้และแสดงออกว่าชื่อเสียงของสำนักงานเทศบาลทับกวางเป็นอย่างไร (3) ด้านการให้บริการ โดยประชาชนที่เข้ามาที่สำนักงานเทศบาลทับกวาง จะเข้ามาใช้บริการงานที่สำคัญ การให้บริการจึงเป็นการกระทำที่เห็นชัดเจนของพนักงาน และ (4) ด้านการติดต่อระหว่างบุคคล เป็นการที่ประชาชนกับพนักงาน สื่อสารถึงเรื่องที่มาใช้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกและแก้ไขปัญหา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งสรุปเป็นรายด้านแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ดังนี้ (1) ด้านคุณภาพของสิ่งที่จับต้องได้ การทำงานของพนักงานส่วนใหญ่ตรงตามมาตรฐาน มีคุณภาพตามที่กำหนดไว้ (2) ด้านความน่าเชื่อถือ การให้บริการของพนักงานสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง มีความน่าเชื่อถือ ปฏิบัติตามกฎได้ถูกต้อง (3) ด้านการตอบสนองของบุคลากรในองค์กร พนักงานสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวางมีการตอบสนองที่ดีแก่ผู้มาใช้บริการ (4) ด้านการเอาใจใส่ของพนักงานในองค์กร พนักงานให้การดูแล เอาใจใส่แก่ผู้ที่มาใช้บริการเป็นอย่างดี (5) ความไว้วางใจ ประชาชนสามารถให้ความไว้วางใจในการให้บริการของพนักงานได้

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการที่สำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะได้รับการให้บริการที่มีคุณภาพการบริการแตกต่างกัน สรุปได้ดังนี้ ประชาชนที่ใช้บริการที่สำนักงานเทศบาลทับกวางที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพที่แตกต่างกัน จะได้รับคุณภาพการบริการที่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการบริการ โดยรวม ประชาชนที่ใช้บริการที่สำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ได้แก่ ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร ด้านชื่อเสียง ด้านการให้บริการ และด้านการติดต่อระหว่างบุคคล เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้คุณภาพการให้บริการเพิ่มขึ้น 0.180 , 0.198 , 0.252 และ 0.247 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## อภิปรายผล

ภาพลักษณ์องค์กรของสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรของสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากพนักงานในเทศบาลเมืองทับกวางมีการปฏิบัติหน้าที่ที่ถูกต้อง ชัดเจน ตามแนวทางปฏิบัติของสำนักงานเขตเทศบาล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2000) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กรจะต้องมีองค์ประกอบอยู่ 4 อย่าง คือ 1.เอกลักษณ์ขององค์กร 2.ชื่อเสียง 3.การให้บริการ และ 4.การติดต่อระหว่างบุคคล ซึ่งการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานในสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง ได้ปฏิบัติเหมือนตามแนวทางนี้ จึงส่งผลให้ภาพลักษณ์องค์กร อยู่ในระดับที่ดีมาก

คุณภาพการบริการของสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี พบว่า คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยพนักงานของสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง ได้มีการให้บริการแก่ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการอย่างมีคุณภาพ ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ เอาใจใส่ต่อการให้บริการแก่ประชาชน โดยที่ประชาชนสามารถให้ความเชื่อใจและไว้วางใจได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Parasuraman et al (1988) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้ 1.คุณภาพของสิ่งที่จับต้องได้ 2.ความน่าเชื่อถือ 3.การตอบสนองของบุคลากรในองค์กร 4.การเอาใจใส่ของพนักงานในองค์กร และ 5. ความไว้วางใจ จะเห็นได้ว่า พนักงานของสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง มีการปฏิบัติหน้าที่ดำเนินงานด้วยความตั้งใจบริการประชาชน ตามแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้ประชาชนได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการและรับข้อมูลที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ

ประชาชนที่มาใช้บริการที่สำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะได้รับการให้บริการที่มีคุณภาพการบริการแตกต่างกัน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และ สถานภาพของประชาชนที่เข้ารับบริการ พบว่าคุณภาพการบริการแตกต่างกันตามเพศของประชาชนที่เข้ารับบริการที่แตกต่างกัน พบว่า เพศชายจะได้รับการให้บริการที่แตกต่างจากเพศหญิง อาจเพราะด้วยลักษณะนิสัยที่เพศชายไม่มีการคิด



มากในเรื่องของการให้บริการ จึงมีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงาน และคิดว่าพนักงาน ให้บริการที่ดี มีมาตรฐาน มีคุณภาพ แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการแตกต่างกันตามเพศของ ประชาชนที่เข้ารับบริการที่ต่างกัน

คุณภาพการบริการแตกต่างกันตามอายุของประชาชนที่เข้ารับบริการที่ต่างกัน พบว่า ประชาชนที่เข้ารับบริการที่มีอายุ ต่ำกว่า 24 ปี จะได้รับการให้บริการที่มีคุณภาพน้อยกว่า ประชาชนกลุ่มอื่น อาจจะเนื่องจาก ยังเป็นเด็ก วิธีการสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่าย เกิดความไม่เข้าใจกัน ง่ายกว่า ประชาชนช่วงอายุอื่น ที่มักจะมีข้อมูลในการให้บริการบางส่วน จึงเข้าใจง่ายกว่า แสดงให้ เห็นว่า คุณภาพการบริการแตกต่างกันตามอายุของประชาชนที่เข้ารับบริการที่ต่างกัน

คุณภาพการบริการแตกต่างกันตามระดับการศึกษาของประชาชนที่เข้ารับบริการที่ ต่างกัน พบว่า ประชาชนที่เข้ารับบริการที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวส. - ปริญญาเอก จะได้รับ การบริการที่มีคุณภาพมากกว่า ประชาชนกลุ่มอื่น เนื่องจาก การสื่อสารที่เข้าใจง่ายกว่า มีการได้ใช้ ความคิดวิเคราะห์ มีความรู้พื้นฐานที่สามารถเข้าใจได้ง่ายกว่า ประชาชนกลุ่มอื่น แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการแตกต่างกันตามระดับการศึกษาของประชาชนที่เข้ารับบริการที่ต่างกัน

คุณภาพการบริการแตกต่างกันตามอาชีพของประชาชนที่เข้ารับบริการที่แตกต่าง กัน พบว่า เจ้าของกิจการ พนักงานบริษัทเอกชน จะได้รับการให้บริการที่มีคุณภาพมากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจาก เป็นเพราะความเข้าใจในการให้บริการที่ง่ายกว่าประชาชนกลุ่มอื่น มีความรู้พื้นฐานอยู่ พอประมาณ สามารถเข้าใจได้ง่าย จึงคิดว่า พนักงานให้บริการได้ตรงตามที่ต้องการ แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการแตกต่างกันตามอาชีพของประชาชนที่เข้ารับบริการที่ต่างกัน

คุณภาพการบริการแตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของประชาชนที่เข้ารับ บริการที่ต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไปจะได้รับการ บริการที่มีคุณภาพ เนื่องจาก ประชาชนกลุ่มนี้มาใช้บริการในเรื่องที่ไม่ต้องรอนาน หรือ ต้องหา ข้อมูล จึงได้รับการบริการที่รวดเร็ว ไม่ต้องใช้เวลารอคอยนาน แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการ แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของประชาชนที่เข้ารับบริการที่ต่างกัน

คุณภาพการบริการแตกต่างกันตามสถานภาพของประชาชนที่เข้ารับบริการที่ ต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพโสด จะได้รับการบริการที่ดีน้อยกว่าประชาชนกลุ่มอื่น เนื่องจาก ประชาชนที่โสด มีอิสระในการใช้ชีวิต ไม่ต้องรอ หรือ อดทน เท่าประชาชนที่มีครอบครัว ที่จะต้องรับผิดชอบอีกหลายชีวิตในครอบครัว ประชาชนที่มีสถานภาพโสด จึงคิดว่า การรอคอย การให้บริการที่ใช้เวลานาน อาจจะเป็นการดำเนินการที่ไม่ได้คุณภาพ แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการ บริการแตกต่างกันตามสถานภาพของประชาชนที่เข้ารับบริการที่ต่างกัน

ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ในด้านของ (1.) คุณภาพของสิ่งที่จับต้องได้ พนักงานต้องมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามข้อกำหนดที่ต้องการ โดยสินค้าหรือบริการนั้นสร้างความพอใจให้กับประชาชน และมีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสม ประชาชนมีความพึงพอใจ (2.) ความน่าเชื่อถือ พนักงานต้องปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใสและความทุ่มเทในการทำในสิ่งที่ถูกต้อง และความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินงาน (3.) การตอบสนองของบุคลากรในองค์กร ต้องมีท่าทีที่แสดงออกที่ดี โดยมุ่งถึงการตอบสนองทางด้านอารมณ์ มีการควบคุมอารมณ์ที่ดี ไม่หงุดหงิด เวลาให้บริการหรือปฏิบัติหน้าที่ (4.) การเอาใจใส่ของพนักงานในองค์กร พนักงานต้องให้ความใส่ใจต่อเรื่องงาน ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในการทำงาน ผลผลิตที่สูงของงาน และหาแนวทางที่ดีที่สุดเพื่อการบรรลุเป้าหมายในการทำงาน การให้ความใส่ใจต่อเรื่องคน ใส่ใจต่อสมาชิกภายในทีมหรือในองค์กร ให้ความสำคัญกับความต้องการ ผลประโยชน์ และแนวทางในการพัฒนาสมาชิกเหล่านั้น (5.) ความไว้วางใจ ต้องความตั้งใจกระทำต่อผู้อื่นบนพื้นฐานความคาดหวังเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล ภายใต้เงื่อนไขของความเชื่อและการพึ่งพากัน

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1.จากการศึกษา พบว่า การให้บริการแก่ประชาชนของพนักงานสำนักงานเทศบาลเมืองทับกวาง ในประชาชนที่การศึกษาน้อย เช่น ระดับชั้นประถมศึกษา ต้องมีการอธิบายให้เข้าใจ โดยง่าย ไม่ซับซ้อน อาจจะมีการทำขั้นตอนเป็นรูปภาพให้ประชาชนสามารถเข้าใจได้ง่าย เนื่องจากบางเรื่องเป็นเรื่องที่ยากต่อการเข้าใจ ต้องมีการอธิบายหลายครั้ง ประชาชนจึงจะเกิดการเข้าใจ

2.จากการศึกษา พบว่า คุณภาพการให้บริการ อยู่ที่วิธีการ ลักษณะการทำงานของพนักงาน จึงต้องมีการประเมินพนักงานในเรื่องการให้บริการแก่ประชาชน ในทุกครั้งที่ประชาชนเข้ารับบริการ แล้วนำมาประเมินผลทุกสิ้นเดือน เพื่อให้เกิดการแก้ไข ปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1.ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่มาใช้บริการที่สำนักงานเทศบาลทับกวาง ซึ่งผลการวิเคราะห์อาจจะยังไม่สมบูรณ์ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากแหล่งอื่น เช่น ที่ว่าการอำเภอแก่งคอย เพื่อเปรียบเทียบการให้บริการของพนักงาน

2. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่มาใช้บริการที่สำนักงานเทศบาลทับกวาง ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยจะเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่าง เป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักเทศบาลเมืองทับกวาง เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน

## บรรณานุกรม

- จันทร์พร มุขิตา. (2012). เทคนิคการอธิบายผลการวิจัย. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2565,  
จาก <https://www.gotoknow.org/posts/272418>
- ทองสง่า ฟ่องแผ้ว. (2012). การเขียนอธิบายผลแบบมีอาชีพ. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2565,  
จาก <https://www.gotoknow.org/posts/140717>
- เทศบาลเมืองทับกวาง. (2565). ข้อมูลเกี่ยวกับเทศบาลเมืองทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี  
สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2565, จาก <https://tubkwang.go.th/>
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSSและAMOS (พิมพ์ครั้งที่18). กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด
- พัชรารัตน์ เกษะประกร. (2558). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการบริหารเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์  
และชื่อเสียงองค์กร. สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2565, จาก  
[http://bupress2.bu.ac.th/ebook/comart/prt203\\_pacharaporn.i.pdf](http://bupress2.bu.ac.th/ebook/comart/prt203_pacharaporn.i.pdf)
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2554). กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ  
25 เมษายน 2565, จาก <https://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=wbj&group=22>
- ลักษมี สารบรรณ. (2555). คุณภาพ (Quality) คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2565,  
จาก <https://www.gotoknow.org/posts/189885>
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management (10th ed.)*. NJ: Prentice-Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). *SERVQUAL: A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality*. Retrieved April 25, 2022, from [https://www.researchgate.net/publication/225083802\\_SERVQUAL\\_A\\_multiple-Item\\_Scale\\_for\\_measuring\\_consumer\\_perceptions\\_of\\_service\\_quality](https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality)