

รายงานการวิจัยโครงการสำรวจความคิดเห็น
ของประชาชนต่อการเปิดให้บริการของ
ห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส (Tesco Lotus Express)
เขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม
สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม



- 9 ส.ค. 2552

25 1582

จัดทำโดย

0kcl15622

เริ่มบริการ

11 ส.ย. 2552

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

คำนำ

สภาพสังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่ไม่ได้หยุดนิ่ง มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การสนองความต้องการของประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยเหตุนี้การดำเนินธุรกิจจึงมีการแข่งขันสูงในตลาด จึงทำให้ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) ของบริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น จำกัด มีโครงการจะเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ “เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส” ในพื้นที่ต่างๆ ซึ่งสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างประหยัด คุ่มค่า ซึ่งการขยายตัวในด้านของการเปิดให้บริการต่อประชาชน เพื่อเป็นทางเลือกให้กับประชาชน ได้มีทางเลือกมากขึ้น ประกอบกับนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของพื้นที่นั้นๆ กำหนดให้จะต้องมีการทำการวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนหรือลูกค้าในเขตพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียงในบริเวณพื้นที่ ที่บริษัทเอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น จำกัด มีโครงการเปิดให้บริการ

ด้วยเหตุดังกล่าวคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จึงมีความยินดีที่ได้ร่วมมือกับเขตพื้นที่เทศบาลนครปฐม และ บริษัทเอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น จำกัด ในการจัดทำ การวิจัยครั้งนี้ อันจะเกิดประโยชน์ต่อการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส เพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย รวมทั้งประโยชน์ของประชาชนอย่างแท้จริงต่อไป

คณะผู้วิจัย



บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

รายงานการวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการร้านค้าสะดวกซื้อ “เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส” ในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม นี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนทางธุรกิจของบริษัทเทสโก้ โลตัส และเพื่อให้สนองความต้องการของประชาชนในการใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในภาพรวม โดยมีวิธีการ ศึกษา ระเบียบวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งวิธีการศึกษาวิจัย ใช้การศึกษาวิจัย จากเอกสาร (Documentary Research) และการศึกษาวิจัยภาคสนาม (Field Research) ร่วมด้วย คณะผู้วิจัย ได้ทำการสัมภาษณ์เจาะลึก(In – depth Interview) ประกอบกันด้วยเพื่อให้ความสมบูรณ์ของการวิจัยมีมากขึ้น ซึ่งผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชน ต่อการให้บริการของห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส มีค่าเฉลี่ย 3.80 คิดเป็นร้อยละ 76.00 อยู่ในระดับมาก ดังนั้นระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการเปิด ให้บริการห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส มีมาก ดังนี้

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจของประชาชน			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ร้อยละ	อันดับ
1. การบริการของเจ้าหน้าที่/ พนักงานขาย	3.92	มาก	78.40	2
2. ด้านราคาสินค้า	3.96	มาก	79.20	1
3. ความหลากหลายของสินค้าที่ จำหน่าย	3.84	มาก	78.40	2
4. คุณภาพของสินค้าที่จำหน่าย	3.72	มาก	74.40	1
5 สถานที่ เช่น ความสะอาดความ สะดวกสบาย ฯลฯ	3.92	มาก	78.40	2
6. การรอกิวชำระสินค้า	3.62	มาก	72.40	6
รวม	3.80	มาก (คิดเป็นร้อยละ 76.00)		



การประเมินผลระดับความพึงพอใจของประชาชนและระดับความคิดเห็นของประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ เพราะเมื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา ที่ได้ในแต่ละประเด็นจะพบได้ว่า ไม่มีข้อใดที่อยู่ในระดับที่น้อย

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นในการพัฒนาแก้ไข ปรับปรุงการให้บริการร้านสะดวกซื้อ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส ในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม

1. ประชาชนในเขตพื้นที่ ต้องการให้ห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส ส่งเสริมด้านการศึกษาแก่เยาวชนในชุมชน กิจกรรมชมรมของทางมหาวิทยาลัยศิลปากร และสนับสนุนทุนการศึกษา
2. ประชาชนในเขตพื้นที่ ต้องการให้ห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส ดูแลความสะอาดบริเวณห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส และทำกิจกรรมร่วมชุมชนในการรักษาสิ่งแวดล้อม
3. อยากให้ห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส มีการส่งเสริมการขาย และมีการจำหน่ายสินค้าราคาถูกไม่เอาเปรียบผู้บริโภค
4. มีการนำผลิตภัณฑ์ของชุมชนมาจำหน่ายด้วย
5. ประชาชนอยากให้ห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส จำหน่ายอาหารแช่แข็งจำพวกอาหารเจ หรือผลิตภัณฑ์อาหารเจภายในห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรสด้วย เพื่อจะได้เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการบริโภค และรักษาสุขภาพทางเลือกใหม่

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
บทนำ	
วัตถุประสงค์	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวความคิดการศึกษา	
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	4
แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น	5
แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ	8
ธุรกิจค้าปลีก	13
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	
วิธีการดำเนินงานวิจัย	18
การวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ผลการศึกษา	20
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
ผลการศึกษา	32
ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นในการพัฒนาแก้ไข	34
บรรณานุกรม	35
ภาคผนวก	



รายงานการวิจัยโครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิด ให้บริการของห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส(Tesco Lotus Express) เขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม

1. บทนำ

สภาพการณ์ตลาดปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจและความสลับซับซ้อนของสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจ นับตั้งแต่ประเทศไทยประสบปัญหาเศรษฐกิจตั้งแต่ปี 2540 ได้ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของประชาชน ประชาชนส่วนใหญ่ต้องปรับเปลี่ยนบทบาทในการดำเนินชีวิตเพื่อจะ ดำรงคุณภาพชีวิตของตนเองไว้ ท่ามกลางสภาพการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางสังคมและ เศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ประชาชนสามารถเลือกสรรสิ่งที่ดีที่สุด มีประโยชน์ เหมาะสม คุณภาพดี ประหยัด คุ่มค่าในการดำเนินชีวิตของประชาชนส่วนใหญ่ หากเกิดความไม่เป็นธรรมของสังคม ไม่ เข้าสู่ระบบการแข่งขันให้ประชาชนมีสิทธิในการเลือกสรร มีค่านิยมยึดวัตถุ ทรัพย์สิน อำนาจ ความ ร่ำรวย และความเห็นแก่ตัวซึ่งมีมากขึ้น ปัญหาด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเกิดจากการ ขาดประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายของภาครัฐมีแบบอย่างที่ไม่ดีในสังคมซึ่งปัญหาเหล่านี้ ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพชีวิต และการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชน ปัญหาดังกล่าวกระทบ คุณภาพชีวิต การดำรงชีวิตประจำวันของประชาชนในหลายประเทศโดยเฉพาะในประเทศที่กำลัง พัฒนา องค์การสหประชาชาติ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพชีวิต และการดำรงชีวิต ประจำวัน โดยสาระสำคัญตอนหนึ่งในการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนาครั้งที่ 10 (United Nations Conference on trade and Development : UNCTAD X) (เส้นทางสีเขียว 2543, หน้า 16) กล่าวว่าเพื่อให้ประเทศกำลังพัฒนาสามารถป้องกันและเอาชนะผลกระทบในทางลบของ โลกาภิวัตน์จึงจำเป็นที่สังคมโลกต้องทบทวนและปรับยุทธศาสตร์ และนโยบายโดยคำนึงถึงมิติด้าน สังคม มนุษย์ และสิ่งแวดล้อมต้องสอดคล้องกันและสหประชาชาติ (United Nations. 1989,p.19) ได้จัดคุณภาพชีวิต และการดำรงชีวิตประจำวัน โดยใช้ดัชนีชี้วัดสังคมโดยวิเคราะห์ในระดับมหภาค แบบหลายมิติ คือ ด้านสุขภาพ สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ชีวิต ครอบครัว ชีวิตการทำงาน ชีวิตการศึกษา การมีส่วนร่วมในชนบท การทำกิจกรรมร่วมกัน ด้าน วัฒนธรรม ด้านชุมชน ด้านการตลาด ด้านความคุ้มค่า



ด้านความประหยัด และการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งต่อมาก็คการสหประชาชาติ (United Nations. 1990,p.21) ได้พัฒนาตัวชี้วัด คุณภาพชีวิต ตลอดจนถึงอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน โดยให้ความหมายของคุณภาพชีวิต และการดำรงชีวิตประจำวันในภาพกว้างเป็นการคำนึงถึงกระบวนการพัฒนามิติในด้านทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และการเมือง จุดสำคัญอยู่ที่ความเสมอภาค โดยให้ความเห็นว่ารัฐบาลต้องเอาใจใส่ต่อทุกคนตามความจำเป็น

สังคมโลกปัจจุบันเป็นสังคมที่ไม่ได้หยุดนิ่ง มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งในด้านการเมือง สังคม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การสื่อสารคมนาคม การแข่งขัน การตลาด ทำให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เป็นสิ่งที่ต้องปฏิบัติอย่างเร่งด่วน มุ่งให้ประชาชนของประเทศมีลักษณะที่พึงประสงค์ สนองความต้องการในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชีวิตประจำวัน ประชาชนอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุขร่วมมือกันเสริมสร้างชุมชนสังคมและประเทศชาติ กระบวนการพัฒนาคน พัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ ความสะดวกสบาย ความทันสมัย ความประหยัด ความคุ้มค่า อย่างมีประโยชน์ ให้เหมาะสมกับสังคมปัจจุบัน โดยอาศัยสิ่งแวดล้อมภายนอก และการดำเนินงาน เป็นฐานเป็นกระบวนการที่สำคัญยิ่งในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาประเทศชาติที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลดังนั้นการดำเนินธุรกิจจึงมีการแข่งขันในสูงในตลาดเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างพึงพอใจ จึงทำให้ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) หรือ Minimart ร้านค้าปลีกพัฒนาจากร้านค้าปลีกแบบเก่า หรือร้านขายของชำผสมผสานกับซูเปอร์มาร์เก็ต แต่ขนาดเล็กกว่า โดยให้ความสำคัญทำเลที่ตั้งร้านค้าเป็นสำคัญ พื้นที่ค้าขายไม่มากนัก ส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มประเภทอาหารจานด่วน สั่งเร็วได้เร็วสะดวก ราคาไม่แพงเกินไป ทำเลที่ตั้งแหล่งชุมชน เกิดขึ้นอย่างมากมายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าอย่างทั่วถึง จึงเป็นประเด็นทำให้ บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น จำกัด มีโครงการจะเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ “เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส” ในพื้นที่ต่างๆ ซึ่งสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างประหยัด คุ้มค่า นั้น ขยายตัวในด้านของการเปิดให้บริการต่อประชาชนเพื่อเป็นทางเลือกให้กับประชาชนได้มีทางเลือกมากขึ้น ประกอบกับนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของพื้นที่นั้นๆ กำหนดให้จะต้องมีการทำการวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนหรือลูกค้าในเขตพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง ในบริเวณพื้นที่ที่บริษัทเอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น จำกัด มีโครงการเปิดให้บริการ ด้วยเหตุนี้ มหาวิทยาลัยบูรพา ตั้ง ณ เลขที่ 169 ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นหน่วยงานมีความเป็นกลางในการบริหารงาน และ



มีผลงานการวิจัยเป็นที่ยอมรับของสังคม ได้ทำการวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม

2. วัตถุประสงค์

- 2.1. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส
- 2.2. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนทางธุรกิจของบริษัทเทสโก้ โลตัส
- 2.3. เพื่อให้สนองความต้องการของประชาชนในการใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อ ในภาพรวม

3. ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส ในชุมชนต่างๆที่ได้รับมอบหมาย ช่วงเวลาดังแต่ เดือนมกราคม-ธันวาคม 2551

4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 4.1. จะได้ทราบถึงความคิดเห็นของประชาชนในการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส
- 4.2. จะได้ทราบถึงแนวทางในการวางแผนทางธุรกิจของบริษัทเทสโก้ โลตัส
- 4.3. จะได้ทราบถึงความต้องการของประชาชนในการใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อ ในภาพรวม

5. นิยามศัพท์

- 5.1 ร้านสะดวกซื้อ หมายถึง ห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส
- 5.2 ความคิดเห็นของประชาชน หมายถึง ความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส
- 5.3 การบริการ หมายถึง การให้บริการของร้านสะดวกซื้อของห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส
- 5.4 การสำรวจ หมายถึง การศึกษา เรียนรู้ สอบถาม ขอความคิดเห็น ทั้งในด้านบวก (Positives) และด้านลบ (Negatives) จากประชาชนผู้ให้ข้อมูล
- 5.5 ประชาชน หมายถึง ลูกค้า บุคคล กลุ่มคน ชุมชน ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ของการเปิดให้บริการของร้านค้าสะดวกซื้อของห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวความคิดการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้ศึกษาดำรง เอกสาร แนวคิด ตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น
3. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
4. ธุรกิจการค้าปลีก
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

พิทักษ์ ตรีหิม (2538 : 24) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงการประเมินค่าซึ่งจะเห็นว่าเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

Vroom (1964 อ้างใน พิทักษ์ ตรีหิม : 2538 : 22) กล่าวว่า ทัศนคติ และความพึงพอใจในสิ่งหนึ่ง สามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Wolman (1973 อ้างใน พิทักษ์ ตรีหิม, 2538 : 22) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

ชรีณี เดชจินดา (2530 อ้างใน พิทักษ์ ตรีหิม, 2538 : 22) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง



นอกจากนี้ยังมีแนวคิดในลักษณะใกล้เคียง และสัมพันธ์กันหลายแนวคิด คือ ทศนคติหรือเจตคติแรงจูงใจและการรับรู้

2. แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

2.1.1 ความหมายของความคิดเห็น

ได้มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้หลายท่าน ดังนี้

ความคิดเห็น (opinion) ตามรากศัพท์จากพจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2524) ได้ให้ความหมายไว้ว่า

- 1) ข้อพิจารณาเห็นว่าเป็นจริงจากการใช้ปัญญาความคิดประกอบ ถึงแม้จะไม่ได้อาศัยหลักฐานพิสูจน์ยืนยันได้เสมอไปก็ตาม
- 2) ทศนะหรือประมาณการที่เกี่ยวกับปัญหาหรือประเด็นหนึ่ง เช่น ทศนะเกี่ยวกับความเหมาะสมของนโยบายวางแผนครอบครัว
- 3) คำแถลงของผู้ที่ยอมรับนับถือกันว่า เป็นผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อปัญหาที่มีผู้มาขอปรึกษา

สงวน สุทธิเลิศอรุณ และคณะ (2522) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่า เป็นการแสดงออกซึ่งวิจารณ์ญาติที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะความคิดเห็นของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปตามข้อเท็จจริง ทศนคติของบุคคล ในขณะที่ทศนะคติแสดงความรู้สึกรู้สึกทั่ว ๆ ไปเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งความคิดเห็นเป็นการอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจ

วีรชฎ์ คงคะจันทร์ (2524) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่า หมายถึงการแสดงออกของทศนคติ โดยการพูด

สุชา จันทน์เอม (2524) กล่าวว่า ความคิดเห็น คือความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่ง แต่เป็นลักษณะที่ไม่ลึกซึ้งเหมือนกับทศนคติ คนเรามักจะมีความคิดเห็นแตกต่างกันไป ความคิดเห็นเป็นส่วนหนึ่งของทศนคติ

สุรางค์ จันทน์เอม (2525) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่า เป็นความรู้สึกรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ (perceive) ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งนั้น ไม่ว่าข้อมูลนั้นจะมีหลักฐานอ้างอิงหรือไม่ หรืออาจเห็นด้วยตาม ทศนคติคือการที่บุคคลมีความรู้สึกรู้สึกทั่ว ๆ ไปต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนความคิดเห็นคือการอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ



โยธิน คันสนนุทธ และจุมพล พูลภัทรชีวัน (2529) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าเป็นการแสดงออกทางถ้อยคำ (Verbal expression) เกี่ยวกับทัศนคติค่านิยมและความเชื่อถือ ความคิดเห็นดังกล่าวอาจประกอบด้วย องค์ประกอบทางอารมณ์หรือทางพฤติกรรมด้วยก็ได้

จุมพล นิภาเกษม (2536) กล่าวว่า ความคิดเห็น หมายถึงความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยอาศัยพื้นฐานประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องในการแสดงออก

ภูวคณ จันทรร (2539) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าหมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีการแสดงออกที่สามารถสังเกตได้และการแสดงความคิดเห็นของบุคคลหนึ่งบุคคลอื่น ๆ อาจไม่เห็นด้วยก็ได้

จากแนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าความคิดเห็นมีความหมายใกล้เคียงกับทัศนคติมาก ไม่สามารถแยกออกจากกันได้คือ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องในการแสดงออกด้วยการพูดหรือการเขียนที่มีลักษณะเป็นการลงมติหรือตีความ ซึ่งอาจเป็นลักษณะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ความคิดเห็นอาจไม่ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ ก็ได้

2.1.2 การวัดความคิดเห็น

เนื่องจากความคิดเห็นและทัศนคติมีความหมายและลักษณะต่าง ๆ ใกล้เคียงกันมาก ดังนั้นการวัดความคิดเห็นจึงใช้วิธีการวัดทางทัศนคติได้ด้วย แต่เนื่องจากทัศนคติเป็นพฤติกรรมภายใน และไม่สามารถทราบได้เลยว่าบุคคลมีทัศนคติอย่างไร ดังนั้นจึงต้องใช้วิธีการอนุมานจากพฤติกรรมภายนอกที่บุคคลแสดงออก และมีวิธีการวัดหลาย ๆ อย่างด้วยกัน (นีออน กลิ่นรัตน์, 2525)

1.) การรายงานตนเอง

เป็นการวัดทัศนคติโดยวิธีการให้ผู้ถูกวัด รายงานตนเองถึงความรู้สึก ทำที่ต่อสิ่งนั้น ๆ อาจเป็นไปในรูปทางบวกหรือทางลบ ไม่ได้แยกวัดองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม และจะวัดเพียง ดี-ไม่ดี สนับสนุน-คัดค้าน เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย มาตรฐานวัด ทัศนคติแบบนี้แบ่งออกได้หลายประเภท เช่น มาตรฐานวัดของลิเคิร์ต (Likert - type scales) ได้สร้างมาตรฐานวัด ทัศนคติ โดยพัฒนามาจาก ของ Thurstone มีข้อความทั้งทางบวกและทางลบปะปนกัน ส่งไปให้ผู้ตอบตัดสินว่า ข้อความใดตรงกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบมากที่สุด ซึ่งมี 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่มีความเห็น ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่จากการใช้มาตรฐานวัดแบบนี้มักจะพบว่าผู้ตอบที่ช่องไม่มีความเห็นเป็นส่วนมาก จึงมีการใช้คำ



ว่า เห็นด้วยเพียงเล็กน้อย และไม่เห็นด้วยเพียงเล็กน้อย แทนคำว่าเฉยๆ เพื่อให้สามารถวัด
ความเห็นของผู้ตอบได้

2.) การสังเกตพฤติกรรม

การสังเกตพฤติกรรมภายนอกของบุคคลเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ทราบถึงทัศนคติของบุคคล
ได้ ซึ่งอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ประกอบด้วย เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์อธิบายเพิ่มเติม

นอกจากนั้นอาจจะใช้วิธีการต่าง ๆ ต่อไปนี้เพื่อวัดทัศนคติหรือความคิดเห็นได้แก่

ก. การใช้วิธีการกึ่งสะท้อนภาพ เช่น การให้ผู้ถูกศึกษาบรรยายภาพที่มองเห็น ไม่
ชัดเจน หรือให้เติมคำหรือข้อความ หรือให้พูดคำใดคำหนึ่งที่น่าขึ้นได้ทันทีหลังจากที่เสนอคำที่ต้องการ
วัด

ข. ผลการทำแบบทดสอบแบบปรนัย คือการเลือกคำตอบจากแบบทดสอบแบบ
ปรนัย ในตัวเลือกที่ไม่ถูกต้อง และแสดงถึงความลำเอียงในเรื่องนั้น โดยจะต้องมีคำตอบที่
ถูกต้องไว้ด้วย

ค. การวัดจากปฏิกิริยาของร่างกาย เนื่องจากว่าขณะที่ร่างกายเกิดอารมณ์จะมี
ปฏิกิริยาของร่างกายที่สามารถวัดได้ เช่น การใช้เครื่องวัดการตอบสนองของผิวหนัง การวัดจาก
อัตราการเต้นของหัวใจ การบีบตัวของหลอดเลือด การหดและการขยายตัวของม่านตา สิ่งเหล่านี้
จะทำให้รู้ถึงความเข้มข้นของทัศนคติ แต่ไม่สามารถบอกทิศทางว่าเป็นไปในทางลบหรือ
ทางบวก

ง. การวัดด้วยการแสดงออกทางใบหน้า แบบนี้แบ่งเกณฑ์การวัดออกเป็นอาการ
ของปาก กล่าวคือ ถ้าริมฝีปากโค้งขึ้นก็แสดงว่ามีความเห็นด้วย ถ้าริมฝีปากอยู่ในระดับแนวราบ
หรือปกติแสดงว่า ไม่แสดงความคิดเห็นหรือไม่แน่ใจ แต่ถ้าริมฝีปากโค้งงอลงล่างแสดงให้เห็น
ว่าไม่เห็นด้วย

การวัดทัศนคติส่วนใหญ่จะใช้วิธีการแบบรายงานตนเอง เพราะสามารถจัดเก็บ
ข้อมูลได้จากคนกลุ่มใหญ่ ซึ่งอาจกระทำได้โดยการสัมภาษณ์ ซึ่งมีทั้งแบบสัมภาษณ์ ที่มีลักษณะ
คำถามไว้ให้เลือกตอบ และลักษณะคำถามที่ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ หรือ
อาจใช้แบบสอบถามซึ่งสามารถใช้ได้รวดเร็วข้อมูลที่ได้อาจสามารถนำไปอธิบายได้กว้างขวาง แต่มี
ข้อจำกัด เพราะอาจได้ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริงกับพฤติกรรมของเขา เนื่องจากบุคคลเกิด
ความระมัดระวังในการตอบแบบสอบถาม เพราะฉะนั้นการวัดทัศนคติจึงควรใช้หลาย ๆ วิธี
ประกอบกันเพื่อช่วยเสริมข้อบกพร่องในวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น



3. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

1. การให้บริการสาธารณะ ปฐม มณีโรจน์ (อ้างใน พัทธ์ชัย ตรุษทิม, 2538 : 30) ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่า เป็นการบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการเพื่อให้เกิดความพอใจ จากความหมายนี้จึงเป็นการพิจารณา การให้บริการว่าประกอบด้วย ผู้ให้บริการ (Providers) และผู้รับบริการ (Recipients) โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการเพื่อให้ฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

เทพศักดิ์ บุญรัตพันธ์ (2536 อ้างใน พัทธ์ชัย ตรุษทิม, 2538 : 32) กล่าวว่า การให้บริการสาธารณะ คือการที่บุคคลกลุ่มบุคคล หรือ หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสาธารณะ ซึ่งอาจจะป็นของรัฐหรือเอกชนมีหน้าที่ในการส่งต่อการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อสนองต่อความต้องการของประชาชนโดยรวม

ชวงศ์ ฉายะบุตร (2536 : 11 – 14) ได้เสนอหลักการให้บริการในการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุกว่า จะต้องเป็นตามหลักการ

1. ยึดการตอบสนองความต้องการจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย การบริการของรับในเชิงรับจะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผน และมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการดังนี้คือ

1.1 ข้าราชการมีทัศนคติว่าการให้บริการจะเริ่มต้นก็ต่อเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการมากกว่าที่จะมองว่าตนมีหน้าที่ที่จะต้องจัดบริการให้แก่ราษฎรตามสิทธิประโยชน์ที่เขาควรจะได้รับ

1.2 การกำหนดระเบียบปฏิบัติและการใช้ดุลพินิจของข้าราชการ มักเป็นไปเพื่อสงวนอำนาจในการใช้ดุลพินิจของหน่วยงาน หรือปกป้องตัวข้าราชการเอง มีลักษณะที่เน้นการควบคุมมากกว่าการส่งเสริม การติดต่อราชการจึงต้องใช้เอกสารหลักฐานต่าง ๆ เป็นจำนวนมากและต้องผ่านการตัดสินใจหลายขั้นตอน ซึ่งบางครั้งเกินกว่าความจำเป็น

1.3 จากกรณีที่ข้าราชการมองว่าตนมีอำนาจในการใช้ดุลพินิจ และมีกฎระเบียบเป็นเครื่องมือที่จะปกป้องการใช้ดุลพินิจของตน ทำให้ข้าราชการจำนวนไม่น้อยมีทัศนคติในลักษณะของเจ้าขุนมูลนาย ในฐานะที่ตนมีอำนาจที่จะบันดาลผลได้ผลเสียแก่ประชาชน การดำเนินความสัมพันธ์จึงเป็นไปในลักษณะที่ไม่เท่าเทียมกัน และนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ เช่น ความไม่เต็มใจที่จะให้บริการ รู้สึกไม่พอใจเมื่อราษฎรแสดงความเห็นได้แย้ง เป็นต้น

ดังนั้นเป้าหมายแรกของการจัดการจัดบริการแบบครบวงจรก็คือ การมุ่งประโยชน์ของประชาชน ผู้รับบริการทั้งผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการ และผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการเป็นสำคัญ ซึ่งมีลักษณะดังนี้คือ



1. ข้าราชการจะต้องถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ ครอบคลุมผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน
2. การกำหนดระเบียบ วิธีปฏิบัติและการใช้ดุลพินิจจะต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลัก โดยพยายามให้ผู้บริการได้สิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับอย่างสะดวกและรวดเร็ว
3. ข้าราชการจะต้องมองผู้มารับบริการว่ามีฐานะและศักดิ์ศรี เท่าเทียม กับตน มีสิทธิที่จะรับรู้ให้ความเห็นหรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่

2. ความรวดเร็วในการให้บริการ สังคมปัจจุบัน เป็นสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกับสังคมอื่น ๆ อยู่ตลอดเวลาในขณะที่ปัญหาพื้นฐานของระบบราชการคือ ความล่าช้า ซึ่งในด้านหนึ่งเป็นความล่าช้าที่เกิดจากความจำเป็นตามลักษณะของการบริหารราชการเพื่อประโยชน์ส่วนรวมแห่งรัฐ แต่ในหลายส่วนความล่าช้าของระบบราชการเป็นเรื่องที่สามารถแก้ไขได้ เช่น ความล่าช้าที่เกิดจากการปิดการระในการตัดสินใจ ความล่าช้าที่เกิดจากการขาดการกระจายอำนาจหรือเกิดจากการกำหนดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น หรือความล่าช้าที่เกิดขึ้น เพราะขาดการพัฒนางานหรือนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ เป็นต้น ปัญหาที่ตามมาก็คือ ระบบราชการถูกมองว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้า และเป็นตัวถ่วงในระบบการแข่งขันเสรี ดังนั้น ระบบราชการจำเป็นที่จะต้องตั้งเป้าหมายในอันที่จะพัฒนาการให้บริการให้มีความรวดเร็วมากขึ้นซึ่งอาจกระทำได้ใน 3 ลักษณะคือ

1. การพัฒนาข้าราชการ ให้มีทัศนคติ มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน มีความกระตือรือร้น และกล้าตัดสินใจในเรื่องที่อยู่ในอำนาจของตน

2. การกระจายอำนาจ หรือ มอบอำนาจให้มากขึ้นและปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด

3. การพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่จะทำให้สามารถให้บริการได้เร็วขึ้น

อนึ่ง การพัฒนาความรวดเร็วในการให้บริการเห็นเรื่องที่สามารถกระทำได้ทั้งขั้นตอนก่อนการให้บริการซึ่งได้แก่ การวางแผน การเตรียมการต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะให้บริการ และการนำบริการไปสู่ผู้ที่สมควรที่จะได้รับบริการเป็นการล่วงหน้า เพื่อป้องกันปัญหาหรือความเสียหาย เช่น การแจกจ่ายน้ำสำหรับหมู่บ้านที่ประสบภัยแล้งนั้น หน่วยราชการไม่จำเป็นที่จะต้องรอให้มีการร้องขอ แต่อาจนำน้ำไปแจกจ่ายให้แก่หมู่บ้านเป้าหมายล่วงหน้าได้เลย การพัฒนาความรวดเร็วในขั้นตอนให้บริการ เมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการ และการพัฒนาความรวดเร็วในขั้นตอนภายหลังการให้บริการ เช่น การรายงาน การติดตามผลการจัดเก็บเอกสารต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อให้วงจรขอการให้บริการสามารถดำเนินการต่อเนื่องไปได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น การให้บริการในการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชน ซึ่งจะต้องมีการจัดส่งเอกสาร



หลักฐานให้ส่วนกลางเพื่อจัดทำบัตรการแจ้งย้ายปลายทาง ซึ่งสำนักทะเบียนปลายทางจะต้องรอการยืนยันหลักฐานทางการทะเบียนจากสำนักทะเบียนต้นทาง เป็นต้น .

3. การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรอีกประการหนึ่งก็คือ ความเสร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนักซึ่งลักษณะที่ดีของการให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียว หรือไม่เกิน 2 ครั้ง (คือมารับเรื่องที่แล้วเสร็จอีกครั้งหนึ่ง)

นอกจากนี้ การให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ ยังหมายถึงความพยายามที่จะให้บริการในเรื่องอื่น ๆ ที่ผู้มาติดต่อขอรับบริการสมควรจะได้รับด้วย แม้ว่าผู้มาขอรับบริการ ก็ควรที่จะให้คำแนะนำและพยายามให้บริการในเรื่องนั้น ๆ ด้วย เช่น มีผู้มาขอคัดสำเนาทะเบียนบ้าน หากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพบว่า บัตรประจำตัวประชาชนของผู้นั้นหมดอายุแล้ว ก็ดำเนินการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนให้ใหม่ เป็นต้น

4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ เป็นเป้าหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุก ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนบางส่วนยังมีความรู้สึกว่าการติดต่อขอรับบริการจากทางราชการเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเต็มใจที่จะให้บริการ ดังนั้น จึงมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการบริการของรัฐและต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาของการสื่อสารทำความเข้าใจกัน ดังนั้น หากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพยายามให้บริการด้วยความกระตือรือร้นแล้ว ก็จะทำให้ผู้มารับบริการเกิดทัศนคติที่ดี ยอมรับฟังเหตุผล คำแนะนำต่าง ๆ มากขึ้น และเต็มใจที่จะมารับบริการในเรื่องอื่น ๆ อีก นอกจากนี้ความกระตือรือร้นในการให้บริการยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริการนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีความสมบูรณ์ ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนในที่สุด

5. ความสุภาพอ่อนน้อม เป้าหมายอีกประการหนึ่งของการพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจรคือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อข้าราชการและการติดต่อกับทางราชการ อันจะส่งผลให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้ง่ายยิ่งขึ้น ความสุภาพอ่อนน้อมในการบริการนั้น จะเกิดขึ้นได้ก็โดยการพัฒนาทัศนคติของข้าราชการให้เข้าใจว่า ตนมีหน้าที่ในการให้บริการและเป็นหน้าที่ที่มีความสำคัญ รวมทั้งมีความรู้สึกเคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีของผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการ



6. ความเสมอภาคการให้บริการแบบครบวงจร จะต้องถือว่าข้าราชการมีหน้าที่ที่จะต้องให้บริการแก่ประชาชนโดยเสมอภาคกัน ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไข ดังนี้

1. การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน และได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครก็ตาม หรือเรียกว่า ความเสมอภาคในการให้บริการ

2. การให้บริการจะต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับบริการด้วย ทั้งนี้ เพราะประชาชนบางส่วนของประเทศ เป็นกลุ่มบุคคลที่มีข้อจำกัดในเรื่องความสามารถในการที่จะติดต่อขอรับบริการจากรัฐ เช่น มีรายได้น้อย ขาดความรู้ความเข้าใจหรือข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ อยู่ในพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร เป็นต้น ดังนั้นการจัดบริการของทางราชการจะต้องคำนึงถึงคนกลุ่มนี้ด้วย โดยจะต้องพยายามนำบริการไปให้บริการตามสิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับ เช่น การจัดหน่วยบริการเคลื่อนที่ต่าง ๆ เป็นต้น การลดเงื่อนไขในการรับบริการให้เหมาะสมกับความสามารถของผู้รับบริการ เช่น การออกบัตรสงเคราะห์ในการรักษาพยาบาลให้แก่ผู้รายได้น้อย การเรียกเก็บค่าปรับในอัตราที่ต่ำที่สุดตามที่กฎหมายกำหนด เมื่อเห็นว่าผู้รับบริการไม่มีเจตนาที่จะเสี่ยงการปฏิบัติตามกฎหมาย แต่เป็นเพราะขาดข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น ซึ่งอาจเรียกความเสมอภาคนี้ว่า ความเสมอภาคที่จะได้รับบริการที่จำเป็นจากรัฐ

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร หรือ Package Service เป็นการพัฒนาการให้บริการที่มีเป้าหมายที่จะให้ประชาชนได้รับบริการที่ควรจะได้รับอย่างครบถ้วน สมบูรณ์ มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มุ่งที่จะให้บริการในเชิงส่งเสริมและสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ตลอดจนเป็นการให้บริการที่มีความถูกต้องชอบธรรมสามารถตรวจสอบได้ และสร้างความเสมอภาคทั้งในการให้บริการและในการที่จะได้รับบริการจากรัฐ

Milet (อ้างใน พัทธกัญ ตรีษิต, 2538: 33) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการคือการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยมีหลักหรือแนวทาง คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ในแง่มุ่งของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน



2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timeiy Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา การปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพ ผลเสียถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ampie Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the right geographical location) มิฉะนั้นแล้ว ความเสมอภาคหรือการตรงเวลา จะไม่มีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Verma (อ้างใน พิทักษ์ ตรีหิม, 2538 : 33) การให้บริการที่ดีส่วนหนึ่งขึ้นกับการเข้าถึงบริการ และได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการดังนี้

1. ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการรับบริการ

2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้งการเดินทาง

3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้ยอมรับว่าให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวก

4. ความสามารถของผู้รับบริการ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ

5. การยอมรับคุณภาพของบริการซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

การบริการสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมที่อยู่ในความอำนาจหรือในความควบคุมของฝ่ายปกครองที่จัดขึ้น เพื่อสนองความต้องการของประชาชน ฝ่ายปกครองหมายถึง ฝ่ายบริหารที่รวมถึงข้าราชการทุกส่วนกลาง ภูมิภาคและท้องถิ่น ที่มีหน้าที่จะต้องจัดทำบริการสาธารณะให้แก่ประชาชน (ประยูร กาญจนกุล, คำบรรยายกฎหมายปกครอง, 2523) โดยมีลักษณะ ดังนี้

1. เป็นกิจกรรมที่อยู่ในความควบคุมของรัฐ

2. มีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน



3. การจัดระเบียบและวิธีดำเนินการสาธารณะ ย่อมแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย
4. ต้องจัดดำเนินการโดยสม่ำเสมอ
5. เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

4. ธุรกิจค้าปลีก

รูปแบบธุรกิจค้าปลีก ประเภทธุรกิจค้าปลีก รูปแบบธุรกิจค้าปลีก พัฒนาเปลี่ยนจากร้านค้าเล็กๆ เป็นขนาดใหญ่ ต้นทุนดำเนินงานสูงกว่ารูปแบบเดิม บริหารงานเป็นระบบมากขึ้น และใช้บุคลากรดำเนินการจำนวนมาก ปัจจุบัน จำแนกธุรกิจค้าปลีกได้ตามลักษณะสินค้า และการดำเนินงาน ดังนี้

ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Tradition Trade) หรือร้านโชห่วย ลักษณะร้านเป็นห้องแถว พื้นที่คับแคบ ไม่มีการตกแต่งหน้าร้านมากมาย สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ และไม่ทันสมัย และจัดวางตามความสะดวกการหยิบสินค้า เป็นกิจการดำเนินงานโดยเจ้าของคนเดียว หรือร่วมกันตั้งเป็นห้างหุ้นส่วน ดำเนินธุรกิจแบบครอบครัว เงินลงทุนน้อย บริหารงานง่ายๆ ไม่ซับซ้อน ไม่มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัย ทำให้ระบบการจัดการไม่ได้มาตรฐาน ลูกค้าเกือบทั้งหมดอยู่บริเวณใกล้เคียงร้านค้า ร้านค้าที่จัดอยู่ประเภทนี้ เช่น ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีกทั่วไป ร้านขายของชำ

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ประกอบด้วย ห้าง/ร้านขนาดกลาง-ใหญ่ ออกแบบร้าน และจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อความสวยงาม และเป็นระเบียบ บริการทันสมัย เพื่อดึงดูดลูกค้าใช้บริการมากขึ้น การดำเนินธุรกิจ มีทั้งแบบครอบครัวและมีอาชีพ ลงทุนสูงขึ้น และระบบจัดการบริหารงานซับซ้อนมากขึ้น ธุรกิจการค้าแบบนี้ ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจ 2 รูปแบบ คือ Discount Store หรือ Hypermarket ซึ่งเน้นสินค้าราคาถูก และ Convenience Store ซึ่งเน้นจำนวนสาขา ความสะดวกสบาย สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับผู้บริโภค เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง ธุรกิจรูปแบบนี้เพิ่งนำเข้ามาไทยราวต้นทศวรรษ 1990 ทั้งลักษณะร่วมทุนต่างชาติ และนักลงทุนชาวไทยเป็นเจ้าของ ทว่าผลพวงเกิดวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 และผลกระทบเปิดเสรีการค้า ส่งผลธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่ในไทยตกเป็นของชาวต่างชาติ ธุรกิจที่จัดอยู่ค้าปลีกประเภทนี้ ได้แก่



ห้างสรรพสินค้า (Department Store) ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เป็นศูนย์รวมสินค้าทุกชนิดที่มีคุณภาพ เพื่อจำหน่ายให้ลูกค้าจำนวนมาก ทุกระดับ ครบวงจร (One Stop Shopping) จัดวางสินค้าแบ่งเป็นหมวดหมู่ชัดเจน เพื่อสะดวกการค้นหาและเลือกซื้อ เน้นจำหน่ายเสื้อผ้า เครื่องสำอาง รองเท้า กระเป๋า รูปแบบบริหาร และจัดการ ค่อนข้างซับซ้อน พนักงานมาก และเน้นบริการที่สะดวก รวดเร็ว สร้างความประทับใจให้ลูกค้า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มคนทำงานที่มีฐานะ อำนาจซื้อสูง สามารถเลือกซื้อสินค้าคุณภาพและราคาสูงได้ สถานที่ตั้ง จะอยู่บริเวณชุมชน หรือเป็นศูนย์รวมการค้า ผู้ประกอบการประเภทนี้ เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เดอะมอลล์ โรบินสัน ดิจิทัลเซ็นเตอร์ เป็นต้น

ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Super Center) ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ พัฒนาจากซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้า พื้นที่ขายประมาณ 10,000-20,000 ตารางเมตร เน้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่หลากหลายและมีมาก ราคาประหยัด คุณภาพสินค้า ตั้งแต่คุณภาพดีจนถึงคุณภาพปานกลาง ส่วนใหญ่กว่า 60% เป็นอาหาร ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เป็นกลุ่มระดับปานกลางลงมา ผู้ประกอบการประเภทนี้ เช่น บิ๊กซี เทสโก้ โลตัส คาร์ฟูร์ เป็นต้น

ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ร้านค้าปลีกเน้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นสินค้าสดใหม่ โดยเฉพาะอาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ ผักและผลไม้ อาหารสำเร็จรูปต่างๆ ตลอดจนสินค้าอุปโภคบริโภคจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน ท่าเลที่ตั้งส่วนใหญ่ จะอยู่ชั้นล่างห้างสรรพสินค้า เพื่อความสะดวกขนถ่ายสินค้า ตัวอย่างผู้ประกอบการประเภทนี้ เช่น ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ฟู้ดแลนด์ เป็นต้น

ร้านค้าเงินสดและบริการตนเอง (Cash & Carry) จำหน่ายสินค้าให้ร้านค้าย่อย หรือบุคคลที่ต้องการซื้อสินค้าคราวละจำนวนมาก ราคาขายส่ง หรือราคาค่อนข้างต่ำ ซึ่งจะเอื้อร้านค้าย่อย หรือร้านโชห่วย หากสินค้ามาจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น โดยไม่ต้องผ่านยี่ปั้ว ซาปั้ว จำหน่ายสินค้าคุณภาพปานกลาง ส่วนใหญ่กว่า 60% เป็นสินค้าไม่ใช่อาหาร ที่เหลือเป็นอาหาร ลูกค้ายังสามารถสมัครเป็นสมาชิก เพื่อรับข่าวสารเป็นประจำ ที่สำคัญ ลูกค้าต้องบริการตัวเอง จึงมีพนักงานไม่มากนัก ผู้ประกอบการประเภทนี้ เช่น แม็คโคร

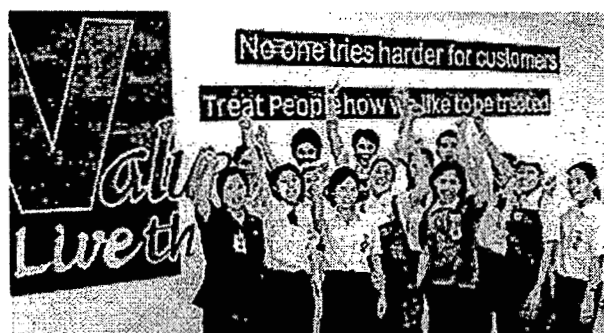


ร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store) จำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง เน้นสินค้าอุปโภคบริโภคเกี่ยวกับเวชภัณฑ์ เครื่องสำอาง ดูแลผิว ดูแลเส้นผม เป็นสินค้าหลากหลาย ตามลักษณะแฟชั่นและยุคสมัย สินค้าคุณภาพสูง บริการสะดวกและทันสมัย กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือลูกค้าทั่วไป ผู้ประกอบการประเภทนี้ เช่น บิวตี้ วัตสัน MARK & SPENCER เป็นต้น

ร้านค้าประชันชนิด (Category Killer) พัฒนาจากร้านขายสินค้าเฉพาะประเภท จุดเด่นคือสินค้าครบถ้วนประเภทนั้นๆ คล้ายแยกแผนกใดแผนกหนึ่งในห้างสรรพสินค้าออกไว้ต่างหาก นำสินค้าคุณภาพ และลักษณะใช้งานใกล้เคียงกัน แต่ราคาและยี่ห้อต่างกัน จัดวางประชัน เพื่อให้ผู้บริโภคเปรียบเทียบคุณภาพ และราคาสินค้า ผู้ประกอบการประเภทนี้ ได้แก่ แม็คโครออฟฟิศ พาวเวอร์บาย พาวเวอร์มอลล์ ซูเปอร์สปอร์ต เป็นต้น

ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) หรือ Minimart ร้านค้าปลีกพัฒนาจากร้านค้าปลีกแบบเก่า หรือร้านขายของชำผสมผสานกับซูเปอร์มาร์เก็ต แต่ขนาดเล็กกว่า ให้ความสำคัญทำเลที่ตั้ง ร้านค้าเป็นสำคัญ พื้นที่ค้าขายไม่มากนัก ส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มประเภทอาหารจานด่วน สั่งเร็วได้เร็ว สะดวก ราคาไม่แพงเกินไป ทำเลตั้งแหล่งชุมชน

Tesco Lotus Express





วัตถุประสงค์หลักของกลุ่มบริษัทเทสโก้

สร้างสรรค์คุณค่าที่ดีสำหรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราตลอดไป

คุณค่าของกลุ่มบริษัทเทสโก้

ไม่มีใครทุ่มเท สำหรับลูกค้าเหนือไปกว่าเรา

- เราเข้าใจและใส่ใจลูกค้ามากกว่าผู้อื่น
- เรากระตือรือร้น และพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ให้กับลูกค้า ก่อนผู้อื่นเสมอ
- เราใช้ศักยภาพที่มีอยู่ สร้างสรรค์คุณค่าที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า
- เราเอาใจใส่ดูแลพนักงานเป็นอย่างดีเพราะเขาจะดูแลและเอาใจใส่ลูกค้าเช่นกัน

ปฏิบัติต่อผู้อื่นเช่นเดียวกับที่เราต้องการได้รับการปฏิบัติ

- ทุกหน่วยงาน คือทีมเดียวกัน...ทีมเทสโก้
- เรามุ่งมั่นเพื่อปฏิบัติสู่ความเป็นเลิศในทุกด้าน
- เราช่วยเหลือ สนับสนุน ส่งเสริม และชมเชยซึ่งกันและกันมากกว่าการวิจารณ์
- เราร้องขอมากกว่าสั่ง และแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อนำมาพัฒนางาน
- เราทำงานอย่างมีความสุข ชื่นชมกับความสำเร็จและเรียนรู้จากประสบการณ์

5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การให้บริการในภาคเอกชน ชีระศักดิ์ วรรณสุข (2537) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอำนาจเจริญ พบว่า ผู้มาใช้บริการ 92% มีความพึงพอใจ และควรปรับปรุงบริการด้าน การสร้างความรู้สึที่ดีกับลูกค้า การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญ ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เครื่องมือเครื่องใช้ต้องมีสภาพใช้งานดี และด้านอาคารสถานที่ นอกจากนี้ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ได้แก่ ความตั้งใจที่จะใช้บริการในอนาคตโดยพบว่าผู้มีความพึงพอใจสูง มีความตั้งใจที่จะใช้บริการกับธนาคารตลอดไป ส่วนผู้มีความพึงพอใจต่ำ มักเป็นผู้ที่ไม่แน่นอนว่าจะใช้บริการกับธนาคารตลอดไป



พิทักษ์ ทรุษิม (2538) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการการให้บริการของกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสำนักงานเขตยานนาวา พบว่า กิจกรรมด้านสาธารณูปโภค โดยภาพรวม ประชาชนมีความพึงพอใจระดับปานกลาง (ร้อยละ 64.4) เรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ งานรักษาความสะอาด (66.1) งานโยธา (56.9) งานปกครอง (37.1) และอนามัย (31.9) และเสนอแนะให้ปรับปรุง (1) ด้านระบบการให้บริการในเรื่อง ความมีคุณค่าใช้สอย ความเพียงพอทั่วถึงและความพัฒนา ก้าวหน้า (2) ด้านกระบวนการให้บริการในเรื่อง ความสะดวกในการขอรับบริการ ความรวดเร็วของ ขั้นตอนและความสม่ำเสมอต่อเนื่อง (3) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในเรื่อง ความเอาใจใส่หน้าที่และความเสมอภาค เสมอหน้า ในส่วนฝ่ายทะเบียน ซึ่งเป็นด้านบริการเฉพาะด้าน ในเชิงปฏิบัติผู้วิจัยเห็นว่า สามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยได้ประมาณ 90 % ทั้งนี้เพราะเอกสารและขั้นตอนต่างๆ ในการจัดเก็บ ค้นเอกสารและการบริการประชาชนจะได้รับความสะดวกและรวดเร็วมาก

อัญชลี เหล่าชาติพงศ์ (2524 อ้างใน พิทักษ์ ทรุษิม, 2538 : 35) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการความพอใจในการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักศูนย์บริการสาธารณสุข เนื่องจากศูนย์ อยู่ใกล้บ้านจึงสะดวกประหยัดเวลา ส่วนความคิดเห็นต่อการปฏิบัติงานของแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่นั้น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่า แพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ ให้คำแนะนำและอธิบายข้อสงสัยให้ทราบเสมอ

นิพนธ์ คำพา (2518 อ้างใน พิทักษ์ ทรุษิม, 2538 : 35) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัญหาในการบริการราชการส่วนภูมิภาค ศึกษาเฉพาะกรณีประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชนระดับอำเภอพบว่า ปัญหาอุปสรรคที่ทำให้การบริการแก่ประชาชนในระดับอำเภอ ไม่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ทำที่ทัศนคติที่ไม่ดีในการทำงานของข้าราชการวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ไม่เพียงพอ จำนวนประชากรในเขตการปกครองมีมากเกินไปและการปฏิบัติงานของนายอำเภอที่ไม่สนใจในเรื่องการให้บริการแก่ประชาชน เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ เปลี่ยนแปลงทัศนคติในการทำงานของข้าราชการ เพิ่มวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ และให้นายอำเภอให้ความสนใจเกี่ยวกับบริการในระดับอำเภอมากขึ้น



บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐมรายละเอียดดังต่อไปนี้

ระเบียบวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งวิธีการศึกษาวิจัย คือ การศึกษาวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) และการศึกษาวิจัยภาคสนาม (Field Research) โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกประกอบกัน

ประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม ทั้งนี้ การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล จะใช้วิธีการแบบสุ่มของ ทาโร ยามาเน่ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้คำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน่ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือ ขนาดของประชากรทั้งหมด

e คือ ความคาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (sampling error) ในที่นี้จะ

กำหนดเท่ากับ ± 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95%

ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้จากสูตรของทาโร ยามาเน่ คณะผู้จัดทำวิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งจะทำให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ข้อมูลเอกสาร (Documentary Data) ออกมาเป็นแบบสอบถามโดยจะทำการสำรวจประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม ตามจำนวนในกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งได้ทำแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In - depth Interview) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม



การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยนี้จะใช้การวิเคราะห์ในแนววิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

1. การใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย
2. การใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ดำเนินการควบคู่ไปกับการเก็บข้อมูลตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงขั้นสุดท้าย โดยในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อจะใช้หลักการสังเคราะห์ข้อมูลตีความ (interpretive analysis)

ระดับการแปรผลจากการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากแบบสอบถามซึ่งใช้มาตราส่วน (Rating scale) ตามแบบไลเกอร์ที่จะแบ่งมาตราส่วนออกเป็น 5 ลำดับ คือ

มาตราส่วน	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ในการวิเคราะห์ระดับความเหมาะสมของเนื้อหา รูปแบบและกระบวนการเรียนการสอนของหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิตจะใช้เกณฑ์คะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับ
4.5 – 5	มากที่สุด
3.5 – 4.49	มาก
2.5 – 3.49	ปานกลาง
1.5 – 2.49	น้อย
1 – 1.49	น้อยที่สุด



บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม
สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อ
เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส
2. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนทางธุรกิจของบริษัทเทสโก้ โลตัส
3. เพื่อให้สนองความต้องการของประชาชนในการใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อ
ในภาพรวม

ผลการศึกษา ระดับความคิดเห็นของประชาชน มีดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 เพศ และจำนวนร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	183	45.75
หญิง	183	45.75
รวม	183	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่ามีจำนวนเพศชาย 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 และผู้หญิง
จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25



ตารางที่ 2 อายุ และจำนวนร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	0	0.00
15-25 ปี	●	33.25
26-36 ปี	●	33.25
37-47 ปี	●	22.00
48-58 ปี	●	0.00
59-69 ปี	0	0.00
70 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	400	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าอายุที่มีจำนวนมากที่สุดคือ อายุ 26-36 ปี มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 และน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 15 ปี มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00, อายุ 59-69 ปี มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 และอายุ 70 ปีขึ้นไป มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 3 สถานภาพ และจำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	●	33.25
สมรส	●	33.25
อยู่ร้าง	●	0.00
หม้าย	0	100
รวม	400	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าสถานภาพมากที่สุดคือ สมรส มีจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 และน้อยที่สุด คือ หม้าย มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00



ตารางที่ 4 ระดับการศึกษา และจำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	79	19.75
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	159	19.75
ปวส./อนุปริญญา	79	19.75
ปริญญาตรี	159	25.50
สูงกว่าปริญญาตรี	79	2.25
รวม	400	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษามากที่สุด คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 และน้อยที่สุด คือ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 5 อาชีพ และจำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	9	2.25
พนักงานบริษัทเอกชน	86	25.50
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	159	19.75
นักศึกษา	79	22.25
เกษตรกร/ประมง	9	0.00
ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม	9	2.25
รับจ้างแรงงานทั่วไป/ใช้แรงงาน	60	15.00
แม่บ้าน/เกษียณอายุ	79	4.50
ว่างงาน	9	4.50
อื่น ๆ	79	0.00
รวม	400	100



จากตารางแสดงให้เห็นว่าอาชีพที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ก้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ เกษตร/ประมง มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 6 รายได้ต่อเดือน จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	81	20.25
5,001-10,000 บาท	236	59.00
10,001-15,000 บาท	56	59.00
15,001-20,000 บาท	56	2.50
20,001-25,000 บาท	6	2.50
25,001-30,000 บาท	6	1.75
สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	4	1.00
รวม	400	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่ารายได้ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ 5,001-10,000 บาท มีจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 7 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	129	32.25
6-10 ปี	56	32.25
11-15 ปี	6	8.25
16-20 ปี	51	12.75
11-15 ปี	56	6.00
มากกว่า 26 ปี	236	28.50
รวม	400	100

381.47

คน 962

25 158 2



จากตารางแสดงให้เห็นว่าระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ต่ำกว่า 5 ปี มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ 21-25 ปี มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 8 สถานที่ จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษ

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป	192	48.00
ตลาด	192	26.25
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	20	5.00
ร้านสะดวกซื้อ	20	48.00
อื่น ๆ	20	3.75
รวม	400	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าสถานที่ที่มีการใช้จ่ายซื้อของ จำนวนมากที่สุด คือ ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ อื่น ๆ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75

ตารางที่ 9 ความถี่ในการซื้อของกินของใช้ จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษ

ความถี่ในการซื้อของกินของใช้	จำนวน	ร้อยละ
อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	111	27.75
อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง	400	27.75
1 เดือนครั้ง	20	2.50
2-3 ครั้งต่อเดือน	192	3.75
ทุกวัน	111	28.00
อื่น ๆ	20	3.75
รวม	400	100



จากตารางแสดงให้เห็นว่าความถี่ในการซื้อของกินของใช้ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ 2-3 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 10 ความคิดเห็นในการมีร้านสะดวกซื้อเปิดให้บริการอยู่ใกล้บ้านถือเป็นสิ่งจำเป็นหรือไม่ จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ความคิดเห็นในการมีร้านสะดวกซื้อ เปิดให้บริการอยู่ใกล้บ้าน	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสิ่งจำเป็น	349	87.25
ไม่เป็นสิ่งจำเป็น	34	8.50
ไม่มีความคิดเห็น	34	4.25
รวม	400	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นในการมีร้านสะดวกซื้อเปิดให้บริการอยู่ใกล้บ้าน ถือเป็นสิ่งจำเป็นมีจำนวนมากที่สุด คือ เป็นสิ่งจำเป็น มีจำนวน 349 คน คิดเป็นร้อยละ 87.25 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่มีความคิดเห็น มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25

ตารางที่ 11 ถ้ามีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้าน และจำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ถ้ามีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้าน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ	376	94.00
ไม่ใช้บริการ	24	6.00
รวม	400	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าถ้ามีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านจะไปใช้บริการจำนวนมากที่สุด คือ ใช้บริการ มีจำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่ใช้บริการ มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00



ตารางที่ 12 การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ตัวท่าน จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ตัวท่าน	จำนวน	ร้อยละ
มีประโยชน์	348	87.00
ไม่มีประโยชน์	29	7.25
ไม่มีความคิดเห็น	23	5.75
รวม	400	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าการมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ตัวท่านที่มีจำนวนมากที่สุด คือ มีประโยชน์ มีจำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่มีความคิดเห็น มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75

ตารางที่ 13 การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ตัวชุมชน จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
มีประโยชน์	333	83.25
ไม่มีประโยชน์	34	8.50
ไม่มีความคิดเห็น	34	8.25
รวม	400	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าการมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนที่มีจำนวนมากที่สุด คือ มีประโยชน์ มีจำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 83.25 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่มีความคิดเห็น มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25



ตารางที่ 14 เห็นด้วยหรือไม่ ในการมีร้านสะดวกซื้อในชุมชน และร้อยละของประชาชนที่
ทำการศึกษา

เห็นด้วยหรือไม่ ในการ มีร้านสะดวกซื้อในชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	360	90.00
ไม่เห็นด้วย	40	10.00
รวม	360	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่ามีความเห็นด้วยหรือไม่ในการมีร้านสะดวกซื้อในชุมชน
มีจำนวนมากที่สุด คือ เห็นด้วย มีจำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ
ไม่เห็นด้วย มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 15 การเปิดร้านสะดวกซื้อในชุมชน จะก่อให้เกิดผลดีผลเสียมากกว่ากัน จำนวนและร้อยละ
ของประชาชนที่ทำการศึกษา

การเปิดร้านสะดวกซื้อในชุมชน จะก่อให้เกิดผลดีผลเสียมากกว่ากัน	จำนวน	ร้อยละ
มีประโยชน์	326	81.50
ไม่มีประโยชน์	32	8.00
ไม่มีความคิดเห็น	32	10.50
รวม	360	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าการเปิดร้านสะดวกซื้อในชุมชน จะก่อให้เกิดผลดีผลเสียมากกว่ากัน
มีจำนวนมากที่สุด คือ มีประโยชน์ มีจำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ
ไม่มีประโยชน์ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00



ตารางที่ 16 เทศบาลนครนครปฐม ครอบอนุญาตให้ร้านเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส เปิดให้บริการในชุมชนหรือไม่ และจำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

เทศบาลนครนครปฐม ครอบได้รับอนุญาต ให้ร้านเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส เปิดให้บริการในชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
ครอบอนุญาต	319	79.75
ไม่ครอบอนุญาต	38	9.50
ไม่มีความเห็น	38	79.75
รวม	400	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าเทศบาลนครนครปฐม ครอบอนุญาตให้ร้านเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส เปิดให้บริการในชุมชนที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ครอบอนุญาต มีจำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.75 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่ครอบอนุญาต มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

ตารางที่ 17 ท่านคิดว่าร้านสะดวกซื้อควรมีส่วนในการช่วยเหลือชุมชนของท่าน จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ท่านคิดว่าร้านสะดวกซื้อควรมีส่วนในการช่วยเหลือชุมชนของท่าน	จำนวน	ร้อยละ
มีความจำเป็น	92	23.00
ไม่มีความจำเป็น	308	77.00
รวม	300	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าคิดว่าร้านสะดวกซื้อควรมีส่วนในการช่วยเหลือชุมชนของท่านที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ไม่มีความจำเป็น จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ มีความจำเป็น มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00



ตารางที่ 18 ท่านเคยใช้บริการของ Tesco Lotus หรือไม่ และสาขาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด และจำนวน และร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ท่านเคยใช้บริการของ Tesco Lotus หรือไม่ และสาขาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้	388	97.00
ไม่เคยใช้	12	3.00
รวม	400	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าท่านเคยใช้บริการ Tesco Lotus หรือไม่และสาขาที่ใช้บริการบ่อย ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ เคยใช้ มีจำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่เคยใช้ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ตารางที่ 19 ความถี่ของท่านในการใช้บริการของ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส มากน้อยเพียงใด จำนวน และร้อยละของประชาชนที่ทำการศึกษา

ความถี่ของท่านในการใช้บริการของ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส	จำนวน	ร้อยละ
อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	30	3.00
อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง	106	26.50
1 เดือนครั้ง	30	20.75
2-3 ครั้งต่อเดือน	30	26.50
ทุกวัน	2	0.50
อื่นๆ	125	31.25
รวม	106	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่าความถี่ของท่านในการใช้บริการของ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ อื่นๆ มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ทุกวัน มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50



ตารางที่ 20 ความพึงพอใจต่อการให้บริการเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส และจำนวนและร้อยละของ
ประชาชนที่ทำการศึกษา

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจต่อการบริการของประชาชน		
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ร้อยละ
1. การบริการของเจ้าหน้าที่/พนักงานขาย	3.92	มาก	78.40
2. ด้านราคาสินค้า	3.96	มาก	79.20
3. ความหลากหลายของสินค้าที่จำหน่าย	3.84	มาก	76.80
4. คุณภาพของสินค้าที่จำหน่าย	3.72	มาก	74.40
5 สถานที่ เช่น ความสะอาดความสะดวกสบาย ฯลฯ	3.76	มาก	75.20
6. การรอกิวชำระสินค้า	3.72	มาก	74.40
รวม	3.80	มาก (คิดเป็นร้อยละ 76.00)	

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส มีค่าเฉลี่ย 3.80 คิดเป็นร้อยละ 76.00 อยู่ในระดับมาก ระดับความพึงพอใจที่มีอันดับมากที่สุด คือ ด้านราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.96 คิดเป็นร้อยละ 79.20 อยู่ในระดับที่มาก ส่วนอันดับสุดท้ายคือ การรอกิวชำระสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.62 คิดเป็นร้อยละ 72.40 อยู่ในระดับที่มาก



ตารางที่ 21 ความพึงพอใจต่อการให้บริการเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส และจำนวนและร้อยละของ
ประชาชนที่ทำการศึกษา

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส					
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม
1. การบริการของเจ้าหน้าที่/ พนักงานขาย	97 (24.25)	183 (45.75)	113 (28.25)	7 (1.75)	0 (0.00)	400 (100.00)
2. ด้านราคาสินค้า	109 (27.25)	175 (43.75)	108 (27.00)	8 (2.00)	0 (0.00)	400 (100.00)
3. ความหลากหลายของสินค้าที่ จำหน่าย	74 (18.50)	199 (49.75)	117 (29.25)	10 (2.50)	0 (0.00)	400 (100.00)
4. คุณภาพของสินค้าที่จำหน่าย	58 (14.50)	189 (47.25)	138 (34.50)	15 (3.75)	0 (0.00)	400 (100.00)
5 สถานที่ เช่น ความสะดวก สะดวกสบาย ฯลฯ	64 (16.00)	192 (48.00)	129 (32.25)	15 (3.75)	0 (0.00)	400 (100.00)
6. การรอกิวชำระสินค้า	47 (11.75)	188 (47.00)	136 (34.00)	26 (6.50)	3 (0.75)	400 (100.00)



บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจ ต่อการให้บริการเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรสอยู่ในระดับที่มีความพึงพอใจมาก คือ มีค่าเฉลี่ย 3.80 คิดเป็นร้อยละ 76.00 อยู่ในระดับมาก

1. มีจำนวนเพศชาย 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 และผู้หญิง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25
2. อายุที่มีจำนวนมากที่สุด คือ อายุ 26-36 ปี มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 และน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 15 ปี มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00, อายุ 59-69 ปีมีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 และอายุ 70 ปีขึ้นไป มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00
3. สถานภาพมากที่สุด คือ สมรส มีจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 และน้อยที่สุด คือ หม้าย มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00
4. ระดับการศึกษามากที่สุด คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 และน้อยที่สุด คือ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25
5. อาชีพที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ เกษตร/ประมง มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00
6. รายได้ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ 5,001-10,000 บาท มีจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00
7. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ต่ำกว่า 5 ปี มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ 21-25 ปี มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00
8. สถานที่ที่มีการใช้จ่ายซื้อของ จำนวนมากที่สุด คือ ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ อื่นๆ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75
9. ความถี่ในการซื้อของกินของใช้ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ 2-3 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25



10. ความคิดเห็นในการมีร้านสะดวกซื้อเปิดให้บริการอยู่ใกล้บ้านถือเป็นสิ่งจำเป็น มีจำนวนมากที่สุด คือ เป็นสิ่งจำเป็น มีจำนวน 349 คน คิดเป็นร้อยละ 87.25 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่มีความคิดเห็น มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25

11. ถ้ามีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านจะไปใช้บริการจำนวนมากที่สุด คือ ใช้บริการ มีจำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่ใช้บริการมีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

12. การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ตัวท่านที่มีจำนวนมากที่สุด คือ มีประโยชน์ มีจำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่มีความคิดเห็น มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75

13. การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนที่มีจำนวนมากที่สุด คือ มีประโยชน์ มีจำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 83.25 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่มีความคิดเห็น มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25

14. มีความเห็นด้วยหรือไม่ในการมีร้านสะดวกซื้อในชุมชนมีจำนวนมากที่สุด คือ เห็นด้วย มีจำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่เห็นด้วย มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

15. การเปิดร้านสะดวกซื้อในชุมชนจะก่อให้เกิดผลดีผลเสียมากกว่ากัน ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ มีประโยชน์ มีจำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่มีประโยชน์ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

16. เทศบาลนครนครปฐม ควรอนุญาตให้ร้านเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส เปิดให้บริการในชุมชนที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ควรอนุญาต มีจำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.75 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่ควรอนุญาต มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

17. ร้านสะดวกซื้อควรมีส่วนในการช่วยเหลือชุมชนของท่านที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ไม่มีความจำเป็น จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ มีความจำเป็น มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00

18. ท่านเคยใช้บริการ Tesco Lotus หรือไม่และสาขาที่ใช้บริการบ่อยที่มีจำนวนมากที่สุด คือ เคยใช้ มีจำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.00 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ไม่เคยใช้ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00



19. ความถี่ของท่านในการใช้บริการของ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรสที่มีจำนวนมากที่สุด คือ อื่นๆ มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 จำนวนที่น้อยที่สุด คือ ทุกวัน มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

20. ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส มีค่าเฉลี่ย 3.80 คิดเป็นร้อยละ 76.00 อยู่ในระดับมาก ระดับความพึงพอใจที่มีอันดับมากที่สุด คือ ด้านราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.96 คิดเป็นร้อยละ 79.20 อยู่ในระดับที่มาก ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การรอคิวชำระสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.62 คิดเป็นร้อยละ 72.40 อยู่ในระดับที่มาก

การประเมินผลระดับความพึงพอใจของประชาชนและระดับความคิดเห็นของประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ เพราะเมื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา ที่ได้ในแต่ละประเด็นจะพบได้ว่า ไม่มีข้อใดที่อยู่ในระดับที่น้อย

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นในการพัฒนาแก้ไข ปรับปรุงการให้บริการร้านสะดวกซื้อ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส ในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม

1. ประชาชนในเขตพื้นที่ ต้องการให้ห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส ส่งเสริมด้านการศึกษาแก่เยาวชนในชุมชน กิจกรรมชมรมของทางมหาวิทยาลัยศิลปากร และสนับสนุนทุนการศึกษา
2. ประชาชนในเขตพื้นที่ ต้องการให้ห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส ดูแลความสะอาดบริเวณห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส และทำกิจกรรมร่วมชุมชนในการรักษาสิ่งแวดล้อม
3. อยากให้ห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส มีการส่งเสริมการขาย และมีการจำหน่ายสินค้าราคาถูก ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค
4. มีการนำผลิตภัณฑ์ของชุมชนมาจำหน่ายด้วย
5. ประชาชนอยากให้ห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส จำหน่ายอาหารแช่แข็งจำพวกอาหารเจหรือผลิตภัณฑ์อาหารเจภายในห้างเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรสด้วย เพื่อจะได้เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการบริโภค และรักษาสุขภาพทางเลือกใหม่

บรรณานุกรม

- กระทรวงมหาดไทย. (2539). สรุปรายงานคุณภาพชีวิตของคนไทย ปี 2535-2538. กรุงเทพฯ :
เพิ่มเสริมกิจ.
- โกวิทย์ พวงงาม. การปกครองท้องถิ่นไทย หลักการและมติใหม่ในอนาคต. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์
วิญญูชน, 2546.
- ธนสวรรค์ เจริญเมือง. 100 ปี การปกครองท้องถิ่นไทย พ.ศ.2440-2540. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์
คบไฟ. 2544.
- เชาวน์วัศ เสนพงศ์. การเมืองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, 2546.
- ชูศักดิ์ เทียงตรง. การบริหารการปกครองท้องถิ่นของไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมศาสตร์. 2518.
- ชวน หลีกภัย. (2526). การศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต. หนังสือพิมพ์ข่าวสด ฉบับพิเศษ ก้าวสู่
ปีที่ 3. หน้า 2.
- ณรงค์ศักดิ์ ตะละภัก. (2529). การพัฒนาคุณภาพชีวิต. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสิวพร
นิพนธ์ คันทเสวี. (2531). คุณภาพชีวิตสำหรับสังคมไทย. ในเอกสารประกอบการสัมมนาระดับชาติ
เรื่อง ภาวะสังคมไทย ณ โรงแรมสยามเบเซอรั รีสอร์ท พัทยา.
- ธีระศักดิ์ วรรณสุข. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา
อำนาจเจริญ.” ภาคนิพนธ์ คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 2537
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิมพ์จรีย์ นามวัฒน์. การวางแผนและควบคุมงานบริหาร.
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ.
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช, 2539.
- พิมพ์จรีย์ นามวัฒน์. การวางแผนและควบคุมงานบริหาร. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช, 2539.
- สิงห์สองพันปี (นามแฝง) “ทะเบียนราษฎร : ความพึงพอใจของผู้มารับบริการ” เทศาภิบาล 88
(กุมภาพันธ์ 2536): 32-37

ภาษาอังกฤษ

- Andrews, F.M.(1976). **The validity of measures of self – reported well being.** Social Indication Research. 3, p. 1-19.
- Bennett, Robert J. Local Government in the New Europe. London: Belhaven Press, 1991.
- Jackson, R.M. The Machinery of Local Government. New York: St. Martin's Press, 1965.
- Knowles, Raymond S.B. Modern Management in Local Government. London : Butterworth & Co., 1971.
- Lane, Jan-Erik, (2000). **The Public Sector: Concepts, Models and Approaches.** 3rd.ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Hill, Dilys M. Democratic Theory and Local Government. London : George Allen & Unwin,1974.
- Holloway, William V. State and Local Government in the United States. New York : Mc Graw-Hill, 1951.
- Pender, N.J. (1987). **Health promotion in nursing practice.** (2 nd.ed). Norwork connection: Appleton & Lange.
- Stewart, John. Understanding the Management of Local Government Harlow: Longman, 1994.
- Walker,et al. (1987). **The health promoing lifestyle profile: development and psychometric Characteristic.** Nursing Research, 36 (2), pp. 70-81.

อินเทอร์เน็ต

- <http://research.doae.go.th>
- <http://research.doae.go.th>
- <http://www.dld.go.th>

ภาคผนวก



ความคิดเห็นของประชาชนต่อ “การเปิดให้บริการร้านเทสโก้ โลคัส เอ็กซ์เพรส สาขามหาวิทยาลัยศิลปากร จ.นครปฐม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ ชาย หญิง

อายุ ปี สถานภาพ โสด สมรส หย่าร้าง หม้าย

ระดับการศึกษาชั้นสูงสุดที่สำเร็จมา มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

ปวส./อนุปริญญา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพประจำในปัจจุบันที่เป็นแหล่งรายได้หลัก

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

นักศึกษา เกษตรกร / ประมง ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม

รับจ้างแรงงานทั่วไป / ใช้แรงงาน แม่บ้าน / เกษียณอายุ ว่างาน อื่น ๆ.....

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน

ไม่เกิน 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท

20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท สูงกว่า 30,000 ขึ้นไป

ระยะเวลาที่ท่านอาศัยอยู่ในชุมชนประมาณ.....ปี

เกี่ยวกับการเปิดให้บริการของร้านสะดวกซื้อในชุมชน

- โดยปกติแล้วท่านซื้อของกิน-ของใช้ที่ไหนเป็นประจำ

ร้านค้า / ร้านชำทั่วไป ตลาด ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ อื่น ๆ.....
- ความถี่ในการซื้อของกิน-ของใช้ของท่านเป็นอย่างไร?

อาทิตย์ละ 1 ครั้ง อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง 1 เดือนครั้ง 2-3 ครั้งต่อเดือน

ทุกวัน อื่น ๆ
- ในความคิดเห็นของท่าน การมีร้านสะดวกซื้อเปิดให้บริการอยู่ใกล้บ้านถือเป็นสิ่งจำเป็นหรือไม่

เป็นสิ่งจำเป็น ไม่เป็นสิ่งจำเป็น ไม่มีความเห็น
- ถ้ามีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้าน ท่านจะใช้บริการหรือไม่

ใช้บริการเพราะ.....

ไม่ใช้บริการ เพราะ.....
- ท่านคิดว่า การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านของท่านจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวท่านหรือไม่

มีประโยชน์ ไม่มีประโยชน์ ไม่มีความเห็น
- ท่านคิดว่า การมีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านของท่านจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนของท่านหรือไม่

มีประโยชน์ ไม่มีประโยชน์ ไม่มีความเห็น
- ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ถ้าจะมีการเปิดให้บริการร้านสะดวกซื้อในชุมชนของท่าน

เห็นด้วย เพราะ.....

ไม่เห็นด้วย เพราะ.....
- ท่านคิดว่าการเปิดให้บริการของร้านสะดวกซื้อในชุมชนของท่าน จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียมากกว่ากัน

มีประโยชน์ ไม่มีประโยชน์ ไม่มีความเห็น

9. ท่านคิดว่าเทศบาลนครนครปฐม ควรอนุญาตให้ร้านเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส เปิดให้บริการในชุมชนหรือไม่

- ควรอนุญาต เพราะ.....
- ไม่ควรอนุญาต เพราะ.....
- ไม่มีความเห็น เพราะ.....

10. ท่านคิดว่าร้านสะดวกซื้อควรมีส่วนในการช่วยเหลือชุมชนของท่านอย่างไร

- 1 2
- 3 ไม่จำเป็นต้องช่วยเหลือในชุมชน

ชื่อ-นามสกุลของผู้ถูกสัมภาษณ์.....ที่พักอาศัย.....

วันที่ให้สัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส ที่เคยใช้บริการ

11. ท่านเคยใช้บริการของ TESCO LOTUS หรือไม่? และสาขาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด

- เคยใช้ สาขา.....
- ไม่เคยใช้ เพราะ.....

12. ความถี่ของท่านในการใช้บริการของ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส มากน้อยเพียงใด?

- อาทิตย์ละ 1 ครั้ง อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง 1 เดือนครั้ง 2-3 ครั้งต่อเดือน
- ทุกวัน อื่น ๆ

13. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส ที่ท่านเคยใช้บริการ

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การบริการของเจ้าหน้าที่/พนักงานขาย					
2. ด้านราคาสินค้า					
3. ความหลากหลายของสินค้าที่จำหน่าย					
4. คุณภาพของสินค้าที่จำหน่าย					
5. สถานที่ เช่น ความสะอาด ความสะดวกสบาย ฯลฯ					
6. การรอคิวชำระสินค้า					
ภาพรวม					

เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	183	45.8	45.8	45.8
	หญิง	217	54.3	54.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-25	133	33.3	33.3	33.3
	26-36	153	38.3	38.3	71.5
	37-47	88	22.0	22.0	93.5
	48-58	26	6.5	6.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

สถานภาพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	โสด	181	45.3	45.3	45.3
	สมรส	217	54.3	54.3	99.5
	อยู่ร้าง	2	.5	.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

การศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	มัธยมศึกษาตอนต้น/หรือต่ำกว่า	79	19.8	19.8	19.8
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	159	39.8	39.8	59.5
	ปวส./อนุปริญญา	51	12.8	12.8	72.3
	ปริญญาตรี	102	25.5	25.5	97.8
	สูงกว่าปริญญาตรี	9	2.3	2.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

อาชีพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	9	2.3	2.3	2.3
พนักงานบริษัทเอกชน	86	21.5	21.5	23.8
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	111	27.8	27.8	51.5
นักศึกษา	89	22.3	22.3	73.8
ทำงานโรงงาน	7	1.8	1.8	75.5
รับจ้างแรงงานทั่วไป/ใน ชั้นแรงงาน	60	15.0	15.0	90.5
แม่บ้าน/เกษียณ	18	4.5	4.5	95.0
ว่างงาน	8	2.0	2.0	97.0
อื่น ๆ	12	3.0	3.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

รายได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่เกิน5000	81	20.3	20.3	20.3
5001-10000	236	59.0	59.0	79.3
10001-15000	56	14.0	14.0	93.3
15001-20000	10	2.5	2.5	95.8
20001-25000	6	1.5	1.5	97.3
25001-30000	7	1.8	1.8	99.0
สูงกว่า30000	4	1.0	1.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ระยะเวลา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า 5 ปี	129	32.3	32.3	32.3
6-10 ปี	49	12.3	12.3	44.5
11-15 ปี	33	8.3	8.3	52.8
16-20ปี	51	12.8	12.8	65.5
21-25 ปี	24	6.0	6.0	71.5
มากกว่า 26 ปีขึ้นไป	114	28.5	28.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

โดยปกติช

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป	192	48.0	48.0	48.0
ตลาด	105	26.3	26.3	74.3
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	20	5.0	5.0	79.3
ร้านสะดวกซื้อ	68	17.0	17.0	96.3
อื่น ๆ	15	3.8	3.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

V19_A

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	30	7.5	7.5	7.5
	อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง	106	26.5	26.5	34.0
	1 เดือนครั้ง	83	20.8	20.8	54.8
	2-3 ครั้งต่อเดือน	54	13.5	13.5	68.3
	ทุกวัน	2	.5	.5	68.8
	อื่น ๆ	125	31.3	31.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

การบริโภค

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	1.8	1.8	1.8
	3	113	28.3	28.3	30.0
	4	183	45.8	45.8	75.8
	5	97	24.3	24.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

ราคาสินค

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	2.0	2.0	1.0
	3	108	27.0	27.0	30.0
	4	175	43.8	43.8	75.8
	5	109	27.3	27.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

ความหลากหลาย

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	2.5	2.5	2.5
	3	117	29.3	29.3	31.8
	4	199	49.8	49.8	81.5
	5	74	18.5	18.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

คุณภาพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	15	3.8	3.8	3.8
	3	138	34.5	34.5	38.3
	4	189	47.3	47.3	85.5
	5	58	14.5	14.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

สถานที่

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	15	3.8	3.8	3.8
3	129	32.3	32.3	36.0
4	192	48.0	48.0	84.0
5	64	16.0	16.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

การรอคิว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	.8	.8	.8
2	26	6.5	6.5	7.3
3	136	34.0	34.0	41.3
4	188	47.0	47.0	88.3
5	47	11.8	11.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	