

ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อคุณภาพบริการการจัดเก็บภาษีของ
องค์การบริหารส่วนตำบลเขาทราย อำเภอทับคล้อ จังหวัดพิจิตร

ศศิรินทร์ สมบูรณ์

มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์วิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและความพึงพอใจต่อการชำระภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบล โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามไปรวบรวมความเห็นของประชาชนในเขตพื้นที่ตำบลเขาทราย อำเภอทับคล้อ จังหวัดพิจิตรจำนวน 410 คนและนำกลับมาวิเคราะห์ผลด้วยสถิติวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson โดยมีผลวิจัยพบว่า คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มาชำระภาษีไปในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่า $r = .60$ องค์ประกอบของคุณภาพบริการการเก็บภาษีในด้าน ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ความเห็นใจ มีความสัมพันธ์กันที่ $r .57, .55, .33$ ตามลำดับ

คำสำคัญ คุณภาพบริการ และความพึงพอใจของประชาชน

: The Case Study of Local Government, Khao Sai district, Tubclo, Pijit Province

Sasinan Somboon

The Eastern University of Management and Technology

Abstract

The objective of this research is to study the relationship between satisfaction and service quality of tax collecting: the case study of local government. The researcher use a questionnaire for collecting 410 respondents of the people who live in Khao Sai district, Tubclo, Pijit Province. Pearson coefficient correlation was used to analyze the data. The research results found that service quality of tax collecting related significantly and moderately in the same direction to people's satisfaction at $r = .60$ (Sig .01). The elements of service quality of tax collecting such as reliability, assurance and empathy related at $r = .57, .55, .33$, respectively.

Keywords: Service Quality and People's Satisfaction

1) บทนำ

Benmansour (2019) ได้กล่าวว่าผลงานของรัฐบาล (Government Performance) สามารถคิดได้จากการให้บริการ (Service Delivery) ให้แก่ประชาชน รูปแบบของบริการสาธารณะ (Public Service) โดยจะต้องทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) ในการบริการ สาธารณชนนั้น ความพึงพอใจของประชาชนจะผันแปรตามลักษณะของสถานะภาพทางสังคม (socioeconomic) และทางประชากรศาสตร์ (Demographic) ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ Rose & Newton (2010) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การบริการสาธารณะ (Public Service) ของรัฐขึ้นอยู่กับ มาตรฐาน (Standard) ที่รัฐนำเสนอ การที่ประชาชนจะพึงพอใจหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการประเมิน (Evaluate) ของประชาชนว่า ระดับคุณภาพของการบริการสาธารณะ (Level of Public Service Quality) ที่เป็นคุณภาพชีวิต (Quality of life) ของประชาชนสูงขึ้นเพียงใด ฉะนั้น การบริการ สาธารณะขององค์กร (Public Service Organization) จึงขึ้นอยู่กับข้อมูลย้อนกลับ (feedback) ของ ผู้ได้รับบริการเพื่อใช้ในการตัดสินใจของผู้ให้บริการ

Long & McMellon (2004) อธิบายความแตกต่างของคุณภาพบริการ (Service Quality) ในมิติต่างๆ ของแต่ละอุตสาหกรรมบริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากคุณภาพบริการ ความพึงพอใจของ ลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของความสำเร็จในธุรกิจบริการ เพราะ คุณภาพบริการเป็นตัวชี้วัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า การตั้งใจมาใช้บริการและการกลับมาใช้

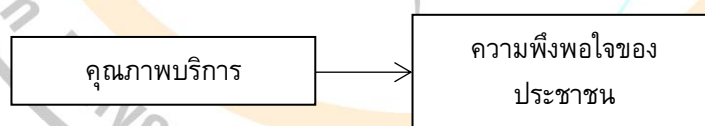
บริการอีก (Revisiting) ตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญภายใต้ปกครองในระบอบประชาธิปไตย ที่มักนำมาพาดพิงถึงประโยชน์สุขของประชาชนที่ควรได้รับจากการให้บริการสาธารณะของหน่วยงานรับและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยทั่วไป ตั้งแต่การให้บริการด้านการศึกษา การดูแลสุขภาพอนามัย ไปจนถึง การบริการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ ซึ่งสิ่งนี้เป็นทั้งหลักการ ที่ได้รับการอธิบายเหตุผลอันสมควรดีแล้ว ตามบทบัญญัติแห่งอำนาจรัฐ นอกจากนี้แล้ว ยังมีส่วนสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการกระจายอำนาจ ที่ยังคงตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม เช่น การบริหารงานบุคคล ไปจนถึง การจัดสรรงบประมาณ หรือการจัดเก็บรายได้ขององค์กร จากภาษีของประชาชนในพื้นที่ แล้วต้องนำย้อนกลับมาทำนุบำรุงสุขภาพของประชาชนได้ทั้งร่างกายและจิตใจ หากแต่ตามสภาพความเป็นจริงแล้ว หลักการดังกล่าวนี้มิได้รับการตอบสนองเท่าที่ควร ยกตัวอย่างเช่น การดูแลสุขภาพจิตความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น หรือการกระจายอำนาจด้วยความโปร่งใส และรับผิดชอบ ทั้งนี้เพราะปัญหาการทุจริตในหน้าที่ยังคงมิให้เห็นได้ชัดในแต่ละพื้นที่ ผ่านการแพร่ระบาดของยาเสพติด รวมไปถึง การเล่นพนันออนไลน์ของประชาชน โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งด้วยเหตุนี้ ความพยายามที่จะพิสูจน์คุณภาพในการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผ่านการให้บริการสาธารณะทั้งที่เกี่ยวกับ การดูแลสุขภาพอนามัย ไปจนถึง การดำรงชีวิตประจำวันของประชาชนที่ดีขึ้น หรือไม่ดีขึ้น นั้น จึงจะเป็นตัวบ่งชี้แท้ ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อคุณภาพบริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Howard, 2010)

จุดมุ่งหมายสำคัญของการก่อตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นอยู่ที่ การแบ่งอำนาจ กระจายอำนาจออกไปจากรัฐบาลกลาง ลงไปสู่องค์กรส่วนท้องถิ่นในการดูแลสุขภาพจิตความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น นี่คือหลักการแท้และเป็นหลักการหนึ่งเดียวที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แต่ละแห่งต้องนำไปหลักยึดสำหรับการปฏิบัติงาน หรือการบริหารจัดการองค์กรในแต่ละด้าน แล้วนำเอาผลผลิตที่เกิดขึ้นไปใช้เป็นตัวบ่งชี้ ในการประเมินระดับคุณภาพของการให้บริการว่าถูกใจประชาชนหรือไม่ รวมไปถึงการนำเอาไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุง หรือพัฒนาความสำเร็จขององค์กรให้ดีขึ้น

และเรื่องนี้ Londono et al (2017) อธิบายว่าระบบคุณภาพ (Quality System) เป็นการอธิบายว่าระบบคุณภาพ (Quality system) ของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) และความสามารถในการแข่งขันแข่งขัน การจัดการระบบคุณภาพในภาคธุรกิจจึงหมายถึงการวางแผน (Planning) การควบคุม (Controlling) และการปรับปรุงกิจกรรมขององค์กร อย่างไรก็ตาม มีการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างระบบคุณภาพลูกค้า (Customer) ลูกจ้าง (employee) และผลทางสังคม (Social results) ในองค์กรสาธารณะน้อย คำนี้องค์กรสาธารณะอาจนำระบบคุณภาพไปดัดแปลง (Adapt) ใช้ในกิจการเฉพาะได้ นอกจากนี้ Alves et al (2019) ได้สรุปไว้ว่า ปรัชญาของการจัดการคุณภาพ (Quality Management Philosophy) แสดงผลลัพธ์เข้าออกของสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม ขณะที่ Parasuraman et al (1988) ได้จัดประเภทตัวชี้วัดของคุณภาพบริการ (Service Quality) ออกเป็น ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) เป็นความสามารถของพนักงานในการตั้งใจช่วยเหลือลูกค้าอย่างเป็นเพื่อน (Friendly) มีการแบ่งปันข้อมูลและสอบถามหลักการบริการ

ความน่าเชื่อถือ วัดโดยพิจารณาความสามารถของพนักงานที่จัดการกับการร้องเรียนของลูกค้าโดยการแสดงพฤติกรรมที่น่าเชื่อถือ (Reliability) ให้คำแนะนำที่ดี การรับรอง (Assurance) เป็นการแสดงออกของพนักงานในการช่วยเหลือดูแลตามความสนใจของลูกค้าให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้า ความรับผิดชอบ (Responsiveness) พนักงานตรงต่อเวลา ดำเนินการตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าในเวลา และชั่วโมงที่สะดวก การจับต้องได้ (Tangible) การอำนวยความสะดวกในเรื่องอุปกรณ์ต่างๆในการบริการ

Parasuman et al (1994) ได้อธิบายเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าว่า เป็นลักษณะ (Characteristic) และขอบเขต (Scope) ของแนวคิด (Perspective) ของลูกค้า ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 แนวคิด (Perspective) ได้แก่ Cognitive Perspective เป็นมุมมองของลูกค้าที่จะเปรียบเทียบความคาดหวัง (Expectation) กับสินค้าหรือบริการที่ได้รับจริง (Actual Goods or Services) เมื่อมีการบริโภคแล้ว (Consumption) ก็จะเกิดอารมณ์ (Emotion) กับความคาดหวัง (Expectation) เป็นลักษณะเชิงจิตวิทยา (Psychological State) แล้วลูกค้าจะเกิดการยอมรับ (Confirmed) แสดงว่าพึงพอใจ (Satisfaction) ถ้าไม่ยอมรับ (Disconfirmed) แสดงว่าไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) ขณะที่ Affective Perspective เป็นมุมมองของผลกระทบที่ได้รับที่ละเอียดถี่ถ้วนจาก ประสบการณ์ (Experiences) และการประเมิน (Evaluation) ของลูกค้าในการบริโภคสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นอารมณ์ (Mood) ของพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ แต่อย่างไรก็ตาม Anderson et al (1994) ได้แบ่งประเภทของความพึงพอใจของลูกค้าออกเป็น Transaction-Specific Perspective เป็นมุมมองของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของลูกค้าเมื่อมีการตัดสินใจเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการหลักจากที่ได้รับสินค้าหรือบริการโดยตรง ซึ่งความพึงพอใจเกิดขึ้นจากการประเมิน (Evaluation) ประสบการณ์ และการมีปฏิกิริยา (Reaction) ต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการทันที กับ Overall Satisfaction เป็นการสะสมการประเมินสินค้าหรือบริการโดยภาพรวมทั้งหมดของสินค้าหรือบริการ



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

2) วัตถุประสงค์วิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและความพึงพอใจต่อการชำระภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบล

3) วิธีดำเนินการวิจัย

3.1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) หมายถึงประชาชนผู้เสียภาษีแก่องค์กรบริหารส่วนตำบลเขาทราย อำเภอทับคล้อ จังหวัดพิจิตร จำนวน 11,745 คน

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ไม่เกินร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 386 คน และเก็บเพิ่มขึ้นอีก 24 คนเป็นได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 410 คน

วิธีสุ่มตัวอย่าง (Random sampling) ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยเริ่มต้นจากการจับสลากรายชื่อหมู่บ้านในเขตตำบลเขาทราย อำเภอทับคล้อ จังหวัดพิจิตร และขอสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลการเก็บภาษีเพื่อประชาสัมพันธ์รับสมัครผู้ให้ข้อมูล โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลต่อไปนี้

เป็นผู้เสียภาษีให้กับองค์กรบริหารส่วนตำบลเขาทราย

สมัครใจในการให้ข้อมูลโดยปราศจากเงื่อนไข

สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยได้เมื่อร้องขอ

ต่อจากนั้นผู้วิจัยจัดทำบัญชีรายชื่ออาสาสมัครให้ข้อมูลเพื่อนำไปจับสลากรายชื่อกลุ่มตัวอย่าง จนกว่าจะได้ข้อมูลครบตามจำนวน

3.2) เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม และนำไปทดสอบคุณภาพก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูล โดยมีขั้นตอนการพัฒนาต่อไปนี้

3.2.1) ขั้นตอนการรวบรวมสาระสำคัญที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสารและนำไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ตามคำแนะนำ

3.2.2) ขั้นตอนการร่างข้อคำถาม โดยนำเอาผลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาร่างเป็นข้อคำถามกับนำไปขอให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาได้ตรวจสอบความถูกต้องของการใช้ภาษา และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์

3.2.3) ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม เป็นขั้นตอนนำเอาร่างข้อคำถามแต่ละข้อที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขมาแล้วไปสร้างเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

เป็นแบบสอบถามชนิดมาตรวัดหลายระดับกับแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามความเห็นเกี่ยวกับตัวแปร แบ่งเป็น

ความเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการจำนวน 25 ข้อและเป็นแบบมาตรวัด 5 ระดับตามตัวเลข 1, 2, 3, 4 และ 5 โดยมีความหมายกำกับว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด

ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจ จำนวน 9 ข้อ เป็นมาตรวัด 10 ระดับตามตัวเลข 1 ถึง 10 และมีความหมายกำกับว่า 0 ไม่พึงพอใจทั้งหมด 1-5 พึงพอใจน้อยจนถึงพึงพอใจปานกลาง 8-9 พึงพอใจค่อนข้างมากถึงพึงพอใจมาก และ 10 พึงพอใจทั้งหมด

ตอนที่ 3 แสดงความเห็นอื่นเพิ่มเติม

3.2.4) ขั้นนำไปทดลองใช้ เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างอื่นและนำกลับมาทดสอบความตรงกับความเชื่อมั่น โดยกำหนดเกณฑ์สำหรับการทดสอบต่อไปนี้

เกณฑ์ทดสอบความตรง ผู้วิจัยใช้ค่า KMO ตั้งแต่ .80 ค่า Extraction มากกว่า .50 และค่า Variance มากกว่าร้อยละ 50 เป็นเกณฑ์ทดสอบความตรง (วีระศักดิ์ จินารัตน์, 2564)

เกณฑ์ทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยใช้ค่า Alpha ตั้งแต่ .80 กับค่า Corrected items ตั้งแต่ .40 วัดความเที่ยงตรงรายข้อเป็นเกณฑ์ทดสอบความเชื่อมั่น (วีระศักดิ์ จินารัตน์, 2564)

ทั้งนี้ผลทดสอบความตรงและความเชื่อมั่นต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลทดสอบความตรงและความเชื่อมั่น

ตัวแปร	คุณภาพบริการ	ความพึงพอใจ
KMO	.72	.86
Extraction	.53-.83	.56-.86
Variance	67.93%	74.84%
Alpha	.91	.90
Corrected item	.42-.65	.54-.77

จากตารางผลทดสอบความตรงและความเชื่อมั่นพบว่า

1) แบบสอบถามชุดคุณภาพบริการมีค่า KMO ต่ำกว่าเกณฑ์เล็กน้อยโดยมีค่า KMO = .72 ขณะที่ค่าถามความพึงพอใจผ่านเกณฑ์ทดสอบ

2) แบบสอบถามทั้งสองมีบางข้อมีค่า Extraction ต่ำกว่า .50 จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไข และได้ค่าทดสอบระหว่าง .53-.86

3) แบบสอบถามทั้งสองมีค่าความแปรปรวนร้อยละ 67.93 และร้อยละ 74.84 มากกว่าเกณฑ์กำหนด

4) แบบสอบถามทั้งสองมีค่า Alpha ที่ .91 และ .90 กับมีบางข้อมีค่าความเที่ยงตรงรายข้อต่ำกว่า .40 ต้องนำไปปรับปรุงแก้ไข และนำมาทดสอบได้ระหว่าง .42-.77

ดังนั้นสรุปได้ว่า แบบสอบถามนี้มีความตรงและความเชื่อมั่นตามเกณฑ์กำหนด

3.3) การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเองตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.3.1) ผู้วิจัยประชาสัมพันธ์และประกาศรับสมัครผู้ให้ข้อมูลไปยังพื้นที่กลุ่มตัวอย่างแล้วนำมาจัดทำบัญชีรายชื่อ

3.3.2) จัดประชุมและชี้แจงผู้ให้ข้อมูลถึงวัตถุประสงค์วิจัยพร้อมทั้งตอบข้อสงสัยให้ทุกคนได้เข้าใจตรงกัน

3.3.3) แจกแบบสอบถามและชี้แจงวิธีตอบคำถามเบื้องต้นให้ทุกคนได้เข้าใจ พร้อมกับนัดหมายวันเวลาและวิธีส่งแบบสอบถามกลับคืนผู้วิจัย

3.3.4) ติดตามการจัดส่งแบบสอบถามกลับคืนผู้วิจัย

3.3.5) ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน โดยแยกเอาแบบสอบถามที่มีคำตอบครบทุกข้อไว้สำหรับนำไปวิเคราะห์ผล

3.4) การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร ใช้สถิติวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และกำหนดเกณฑ์แปลขนาดและทิศทางความสัมพันธ์ต่อไปนี้

ถ้าค่า r เท่ากับ .00 แปลผลได้ว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

ส่วนค่า r ระหว่าง .01-.40 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันน้อย

ค่า r ระหว่าง .41-.60 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันปานกลาง

ค่า r ตั้งแต่ .61 ขึ้นไปแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันมาก

กับมีเครื่องหมายลบและบวกกำกับทิศทางความสัมพันธ์ของแต่ละคู่ตัวแปรไปในทิศทางตรงข้ามกันและสอดคล้องกัน

4) สรุปผลวิจัยและอภิปรายผล

ผลวิจัยพบว่า คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มาชำระภาษีไปในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่า $r = .60$ โดยมีความสัมพันธ์ขององค์ประกอบความน่าเชื่อถือมากที่สุดที่ $r .57$ รองลงมามีค่า r เท่ากันที่ .55 คือ องค์ประกอบความมั่นใจและองค์ประกอบความเห็นใจ แต่ที่มีความสัมพันธ์น้อยสุดเป็นองค์ประกอบ การจับต้องได้ $r = .33$ แต่อย่างไรก็ตามผลทดสอบข้อมูลพบว่า ทุกคู่ตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง และเส้นโค้งต่ำกว่านัยสำคัญทางสถิติ ตามตารางประกอบต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

Variables	Tangibl e	Reliabilit y	Assuranc e	Empath y	Resp .	Servic e	Satisfactio n
Tangible	1	.55**	.77*	.54**	.40**	.80**	.33**

Reliability		1	.73**	.60**	.33**	.79**	.57**
Ass.			1	.66**	.49**	.90**	.55**
Empathy				1	.52**	.83**	.55**
Resp.					1	.69**	.42**
Service						1	.60**
Satisfact.							1

**P value .01

Linearity Sig. 000, 000, 000, 000, 000, 000

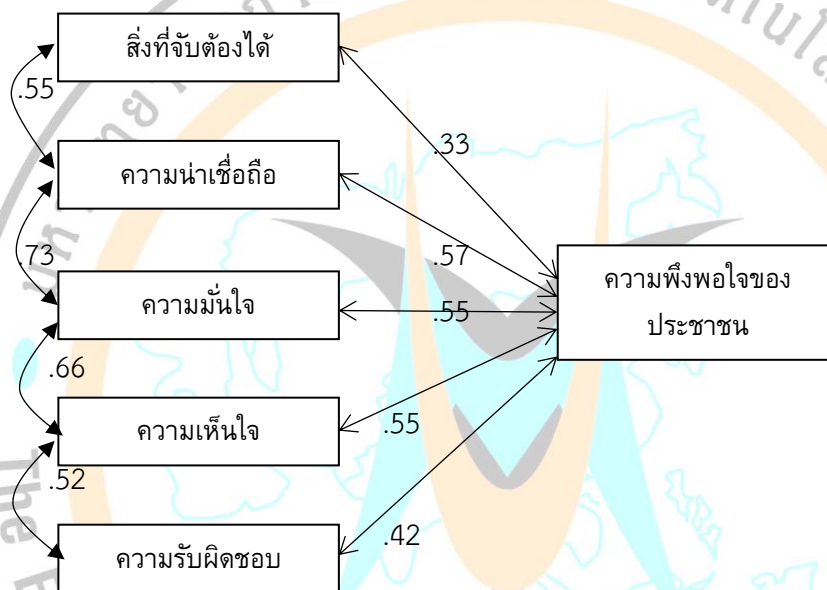
Deviation from linearity Sig. 000, 000, 000, 000, 000, 000

จากผลวิจัยที่สรุปได้พออนุมานได้ว่า ประชาชนที่มาขอชำระภาษีแก่องค์การบริหารส่วนตำบลนั้นให้ความสำคัญกับสิ่งที่จับต้องได้มาก โดยมีความคาดหวังว่าจะได้รับบริการจากสิ่งที่จับต้องได้มากกว่าที่ได้สัมผัสจริง โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับ 1) หน่วยงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลมีระบบและสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย 2) หน่วยงานจัดเก็บภาษีมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่จะให้บริการเพียงพอ 3) หน่วยงานจัดเก็บภาษีมีการจัดตกแต่งสถานที่อย่างสวยงามเป็นระเบียบ 4) เจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีมีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย และ 5) หน่วยงานจัดเก็บภาษีมีอุปกรณ์การสื่อสารและให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาษีให้แก่ประชาชนได้ดี ซึ่งเรื่องนี้ Parasuraman, et al (1988) ได้อธิบายคุณภาพบริการที่สามารถวัดได้โดย Tangibles บริการที่สะดวกสบายโดยผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพและเป็นบริการที่สัมผัสได้ Reliability เป็นการบริการที่สมเหตุสมผล Responsiveness เป็นบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการตามเวลาที่กำหนด รวมทั้งตั้งใจในการให้บริการ Assurant ผู้ให้บริการมีความรู้และสามารถสื่อสารกับผู้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่น นอกจากนี้แล้วประชาชนยังให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่และองค์กรเกี่ยวกับ 1) เจ้าหน้าที่ที่มีความตั้งใจที่จะช่วยเหลือประชาชนในการยื่นชำระภาษี 2) เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมที่จะให้บริการประชาชนได้ทันที 3) เจ้าหน้าที่มีการเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการยื่นชำระภาษีเป็นอย่างดี 4) เจ้าหน้าที่ที่ตอบและแก้ไขปัญหาให้แก่ประชาชนเกี่ยวกับรายละเอียดการชำระภาษีได้อย่างรวดเร็ว และ 5) เจ้าหน้าที่มีความตรงต่อเวลาในการทำงาน

ดังที่ Famiyeh (2018) ได้จัดประเภทตัวชี้วัดของคุณภาพบริการ (Service Quality) ออกเป็น ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) เป็นความสามารถของพนักงานในการตั้งใจช่วยเหลือลูกค้าอย่างเป็นเพื่อน (Friendly) มีการแบ่งปันข้อมูลและสอบถามหลักการบริการ ความน่าเชื่อถือ วัดโดยพิจารณาความสามารถของพนักงานที่จัดการกับการร้องเรียนของลูกค้าโดยการแสดงพฤติกรรมที่น่าเชื่อถือ (Reliability) ให้คำแนะนำที่ดี การรับรอง (Assurance) เป็นการแสดงออกของพนักงานในการช่วยเหลือดูแลตามความสนใจของลูกค้าให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้า

ความรับผิดชอบ (Responsiveness) พนักงานตรงต่อเวลา ดำเนินการตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าในเวลา และชั่วโมงที่สะดวก การจับต้องได้ (Tangible) การอำนวยความสะดวกในเรื่องอุปกรณ์ต่างๆในการบริการ

ดังนั้นการพัฒนางองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้มาขอใช้บริการในระดับน้อยย่อมส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวของคุณภาพการให้บริการขององค์กร ทั้งนี้เพราะ Responsiveness เป็นบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการตามเวลาที่กำหนด รวมทั้งตั้งใจในการให้บริการ และ Tangibles บริการที่สะดวกสบายโดยผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพและเป็นบริการที่สัมผัสได้



ภาพประกอบที่ 2 ความสัมพันธ์ของตัวแปร

จากภาพประกอบผลวิจัยพบว่า องค์ประกอบคุณภาพบริการมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของประชาชนที่มาขอชำระภาษีให้กับองค์การบริหารส่วนตำบล และนั่นหมายความว่า แนวทางพัฒนางองค์ประกอบแต่ละตัวได้รับการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น ย่อมช่วยให้ประชาชนเกิดความรู้สึกพึงพอใจมากจากการได้รับบริการขององค์กร โดยเฉพาะการพัฒนาสิ่งที่จับต้องได้และความรับผิดชอบองค์กร

เพราะฉะนั้นจากผลวิจัยที่สรุปได้นี้ช่วยให้มองเห็นได้ชัดมากกว่า ความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันของคุณภาพบริการจะส่งผลให้ประชาชนพึงพอใจมากขึ้นจากการให้บริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในสังคมไทย ทั้งนี้เพราะ การบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เกือบทั้งประเทศยังไม่ประสบความสำเร็จในการให้บริการแก่ประชาชน อันเป็นหลักการเชิงวัตถุประสงค์สำคัญขององค์กร ที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนทั้งทางตรง และทางอ้อม ทั้งนี้เนื่องจาก องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกประเภท ถูกจัดตั้งขึ้นตามเจตนารมณ์ของประชาชน ที่ต้องการใช้เป็นเครื่องมือสำคัญ สำหรับการยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ในแต่ละวันให้ดีขึ้น

จากการใช้จ่ายงบประมาณตามความจำเป็นที่ตลาดรับรู้ของผู้ที่เป็นตัวแทนของประชาชน หากแต่สิ่งที่ประชาชนได้รับ ส่วนใหญ่มักเป็นสิ่งที่อยู่ไกลเกินความจำเป็น เช่น การได้ถนนหนทางภายในหมู่บ้านที่ขาดแคลนแต่ท่อระบายน้ำ ซึ่งทำให้เกิดปัญหาน้ำเน่าเหม็นไปจนถึง การไม่ดูแลรักษาความสะอาดภายในหมู่บ้าน ไม่เก็บขยะตามเวลาที่สมควร หากแต่ปล่อยให้ส่งกลิ่นคลุ้งไปทั้งหมู่บ้าน ซึ่งจากสภาพของการปฏิบัติงานดังกล่าวนี้ นำมาสู่ความจำเป็นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องรับรู้ แล้วนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรให้ทันสมัย คือเป็นองค์กรที่มีผลปฏิบัติงานไปตามความต้องการของประชาชน ซึ่งนอกจากจะสามารถสนองตอบต่อวัตถุประสงค์ขององค์กรแล้วยังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนได้อย่างเป็นรูปธรรม (วิฑูรย์ ขาวดี และคณะ, 2563)

5) ข้อเสนอแนะสำหรับนำไปปรับใช้ประโยชน์

จากข้อค้นพบสำคัญของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลที่มุ่งพัฒนาคุณภาพบริการให้เป็นที่พึงพอใจของประชาชนผู้มาชำระภาษีแก่องค์ประกอบ ประกอบด้วยแนวทางต่อไปนี้

1) แนวทางการพัฒนาสิ่งที่จับต้องได้ ประกอบด้วย

1.1) หน่วยงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลจัดให้มีระบบและสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย

1.2) หน่วยงานจัดเก็บภาษีจัดให้มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่จะให้บริการเพียงพอ

1.3) หน่วยงานจัดเก็บภาษีจัดให้มีการจัดตกแต่งสถานที่อย่างสวยงามเป็นระเบียบ

1.4) ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีให้มีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย

1.5) หน่วยงานจัดเก็บภาษีจัดให้มีอุปกรณ์การสื่อสารและให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาษีให้แก่ประชาชนได้ดี

2) แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบ ประกอบด้วย

2.1) ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความตั้งใจที่จะช่วยเหลือประชาชนในการยื่นชำระภาษี

2.2) ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความพร้อมที่จะให้บริการประชาชนได้ทันที

2.3) ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีการเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการยื่นชำระภาษีเป็นอย่างดี 2.4)

ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้รู้จักการตอบคำถามและพัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหาให้แก่ประชาชนเกี่ยวกับรายละเอียดการชำระภาษีได้อย่างรวดเร็ว

2.5) ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความซื่อตรงต่อเวลาในการทำงาน

นอกจากนี้แล้วยังสามารถนำเอาผลวิจัยนี้ไปออกแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพและงานวิจัยแบบมีส่วนร่วม รวมไปถึงนำไปพัฒนาการจัดเก็บข้อมูลที่รัดกุมมากขึ้น

6) องค์ความรู้ใหม่ที่ได้



คุณภาพบริการด้านสิ่งที่ยึดต้องได้และ
ความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่องค์กร

ภาพประกอบที่ 2 การพัฒนาคุณภาพบริการ

จากภาพประกอบผลวิจัยพบว่า การพัฒนาคุณภาพบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลด้านการจัดเก็บภาษี ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับการยกระดับสิ่งที่ยึดต้องได้ควบคู่ไปพร้อมกับการพัฒนาความรับผิดชอบต่อในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ทั้งนี้เพราะทั้งสองปัจจัยส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่มาขอใช้บริการจากองค์กร

รายการอ้างอิง

กัญญสิริ จันทรเจริญ. (2554). บทที่ 5 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง,

https://www.ict.up.ac.th/surinthips/ResearchMethodology_2554....

ประสพชัย พสุนนท์. (2557). ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณ, *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 27(1), 144-163.

วิฑูรย์ ขาวดี กนกวรรณ แสนเมือง และโสรัตน์ มงคลมะไฟ. (2563). ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลยี่สาร อำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม, *วารสาร สังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชน*, 2(1).

วีระศักดิ์ จินารัตน์. (2564). *ระเบียบวิธีวิจัยสมัยใหม่*, พิมพ์ครั้งที่ 1; อุบลราชธานี, ยงสวัสดิ์ อินเตอร์กรุปจำกัด.

วีระศักดิ์ จินารัตน์. (2564). *มาตรฐานงานวิจัยเชิงปริมาณและการพัฒนา*, พิมพ์ครั้งที่ 1; อุบลราชธานี, ยงสวัสดิ์ อินเตอร์กรุปจำกัด.

Benmansour, N. A., (2019). Citizens and expatriates satisfaction with public services in Qatar evidence from a survey. *International Journal of Social Economic*, 16(3) pp. 326-337.

Howard, C. (2010), "Are we being served? A critical perspective on Canada's citizens

first satisfaction surveys", *International Review of Administrative Sciences*, Vol. 76 No. 1, pp. 65-83.

Londoño, B., Prado, Y. and Salazar, V. (2017), "Service quality, perceived value, satisfaction and intention to pay", *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, Vol. 30, pp. 269-286.

Long, M. & McMellon, C. (2004 Exploring determinants of retail service quality on the internet ". *Journal of Services Marketing*, Vol. 18 No. 1, pp. 78-90.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988), "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64 No. 1, pp.1440,

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1994). Alternative scales for measuring Service. *Retailing*, Vol. 70 No. 3, pp. 201-230.

Rose, R. and Newton, K. (2010), *Evaluating the Quality of Society and Public Services*, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, Dublin.

