

คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะ
ของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์

สมภาพร ฉุนฉ่ำ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ปีการศึกษา 2565

คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะ
ของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์

สมภาพร ฉุนฉ่ำ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระ เรื่อง คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษี
จากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์
เสนอโดย นางสาวสมาพร ฉุนฉ่ำ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ



.....คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรรณนิภา เดชพล)

วันที่ ๔ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ เรือโท ดร.ทวีศักดิ์ รูปสิงห์)



.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา แจ็งสว่าง)



.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ สมหวัง)



.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรยุทธ ทองคำ)



.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.สุธิษา เชษชาญ)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา แจ้งสว่าง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ สมหวัง
ชื่อนักศึกษา	สมาพร ฉุนฉ่ำ
สาขาวิชา	การจัดการ
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ และ 2) เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการประกอบกิจการ และสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 248 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองเมื่อนำไปทดลองใช้ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.788 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติทดสอบที่การวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบทางเดียวด้วยการทดสอบเอฟ และทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของฟิชเชอร์

ผลการวิจัยพบว่า

1. คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยสูงสุดถึงค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่

2. เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการประกอบกิจการ ไม่แตกต่างกัน

ประกาศคุณูปการ

การค้นคว้าอิสระเรื่องคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ฉบับนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความเมตตาจากคณาจารย์และคณะบุคคลหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา แจ่มสว่าง และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ สมหวัง ซึ่งได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้ทำการวิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่านได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรยุทธ ทองคำ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณี จิตติมณี และอาจารย์ ดร.สุธิชา เชิญชาญ อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม และบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เจ้าของงานวิจัย วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าอิสระ หนังสือตำรา ที่ผู้วิจัยใช้อ้างอิงของท่าน

เหนือสิ่งอื่นใด ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ของผู้วิจัยที่เฝ้าเลี้ยงดูและให้การสนับสนุน ในทุกด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบและขออุทิศ แต่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการค้นคว้าอิสระนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ได้ศึกษาต่อไป

สมาพร ฉุนฉ่ำ

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานของการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด.....	10
ประวัติความเป็นมา.....	10
ข้อมูลทั่วไปขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์.....	11
โครงสร้างการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์.....	12
ความรับผิดชอบงานที่ทำขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์.....	13
อำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด.....	15
ประเภทรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด.....	16
ที่มาของรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด.....	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ.....	18
ความหมายของคุณภาพการให้บริการ.....	18
องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ.....	19
ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ.....	22
ลักษณะของการให้บริการ.....	24
ประเภทของการให้บริการ.....	29
คุณภาพการให้บริการผู้รับบริการ.....	31
ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ.....	31

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ)	
ด้านความมั่นใจ.....	35
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ.....	38
ด้านการดูแลเอาใจใส่.....	40
ด้านรูปลักษณ์.....	44
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
งานวิจัยในประเทศ.....	46
งานวิจัยต่างประเทศ.....	51
บทที่ 3	
วิธีดำเนินการวิจัย.....	53
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	53
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	54
การหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
บทที่ 4	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
บทที่ 5	
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	85
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	85
สรุปผลการวิจัย.....	85
อภิปรายผล.....	88
ข้อเสนอแนะ.....	91
บรรณานุกรม.....	93

	หน้า
ภาคผนวก.....	97
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	98
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย.....	104
ภาคผนวก ค หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย.....	106
ประวัติผู้ทำการค้นคว้าอิสระ.....	110

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

สารบัญตาราง

		หน้า
ตาราง 1	รายได้ภาษีจากการค้ำน้ำมัน/ก๊าซ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565.....	2
ตาราง 2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	62
ตาราง 3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านภาพรวม.....	65
ตาราง 4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ.....	65
ตาราง 5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความมั่นใจ.....	66
ตาราง 6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ.....	67
ตาราง 7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการดูแลเอาใจใส่.....	68
ตาราง 8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านรูปลักษณ์.....	70
ตาราง 9	ผลเปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามเพศ.....	71
ตาราง 10	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามอายุ.....	72

ตาราง 11	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของระดับคุณภาพการบริการ จัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมัน และก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	73
ตาราง 12	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจาก การค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขต จังหวัดนครสวรรค์ ด้านความมั่นใจ เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	74
ตาราง 13	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของระดับคุณภาพการบริการ จัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมัน และก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา.....	74
ตาราง 14	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของระดับคุณภาพการบริการ จัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมัน และก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	75
ตาราง 15	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของระดับคุณภาพการบริการ จัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมัน และก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการ ประกอบกิจการ.....	77
ตาราง 16	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจาก การค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขต จังหวัดนครสวรรค์ ด้านความมั่นใจ เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการ ประกอบกิจการ.....	78
ตาราง 17	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของระดับคุณภาพการบริการ จัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมัน และก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถาน ประกอบการ.....	79
ตาราง 18	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจาก การค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขต จังหวัดนครสวรรค์ ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ เมื่อจำแนกตาม สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	80

ตาราง 19	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	81
ตาราง 20	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการดูแลเอาใจใส่ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	82
ตาราง 21	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านรูปลักษณ์ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	83
ตาราง 22	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านภาพรวม เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	84

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพ 1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
ภาพ 2	องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ.....	22

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ขึ้นซึ่งมีสาระสำคัญในการกำหนดอำนาจและหน้าที่ในการจัดบริการสาธารณะระหว่างรัฐกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยกันเอง โดยพยายามถ่ายโอนภารกิจหน้าที่หลายประการที่รัฐดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน และภารกิจนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก็สามารถดำเนินการและรับผิดชอบได้ รวมทั้งกำหนดให้มีการจัดสรรรายได้ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เหมาะสมกับภารกิจที่ได้รับมอบหมาย และยังมีแผนปฏิบัติการกำหนดขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2561, หน้า 20)

รายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กำหนดในรูปแบบของกฎหมาย พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง ประกาศกระทรวง รวมถึงระเบียบและข้อบังคับอื่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีให้แก่องค์กรและเพื่อให้ท้องถิ่นมีรายได้มาพัฒนาและตอบสนองความต้องการของประชาชน รวมทั้งแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นและเพื่อให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญที่กระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้มีความเป็นอิสระในการกำหนดนโยบาย การบริหารงานบุคคล การบริหารการเงินการคลัง และนโยบายการกระจายอำนาจทางการเงินการคลังและงบประมาณให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีหลักการและแนวทางเกี่ยวกับรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญกับรายได้ การปรับปรุงรายได้ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดเก็บเองแนวทางการขยายฐานภาษี การกำหนดอัตราภาษี เพื่อเพิ่มรายได้ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2561, หน้า 35)

องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์มีรายได้จากภาษีอากรที่จัดเก็บเอง ซึ่งได้แก่

- 1) ภาษีบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากการค้ายาสูบ
- 2) ภาษีบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากการค่าน้ำมัน/ก๊าซ
- 3) ค่าธรรมเนียมตามประมวลกฎหมายที่ดิน มาตรา 9
- 4) ค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากผู้เข้าพักโรงแรม
- 5) ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ
- 6) ค่าปรับการผิดสัญญา
- 7) รายได้จากดอกเบี้ย
- 8) รายได้จากทรัพย์สินอื่น ๆ
- 9) ค่าขายแบบแปลน
- 10) รายได้เบ็ดเตล็ดอื่น ๆ
- และ 11) ค่าขายทอดตลาดทรัพย์สินประเภทรายได้ที่รัฐจัดเก็บและจัดสรรให้ ได้แก่

- 1) ภาษีและค่าธรรมเนียมรถยนต์และล้อเลื่อน
- 2) ภาษีมูลค่าเพิ่มตาม พ.ร.บ. กำหนดแผนฯ
- 3) ภาษีมูลค่าเพิ่มตาม พ.ร.บ. องค์การบริหารส่วนจังหวัด ร้อยละ 5 และ
- 4) ค่าภาคหลวงแร่ ประเภทเงินอุดหนุนจากรัฐบาล

ได้แก่ 1) เงินอุดหนุนทั่วไปสำหรับดำเนินการตามอำนาจหน้าที่และภารกิจถ่ายโอน และ

2) เงินอุดหนุนทั่วไปประวัติดูประสงค์/เฉพาะกิจ (ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์, 2565, หน้า 7)

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ มีรายได้จากภาษีอากรจัดเก็บเอง จำนวน 3,655,264.18 บาท ประกอบด้วย 1) ภาษีบำรุง อบจ. จากการค้ายาสูบ 2) ภาษีบำรุง อบจ. จากการค่าน้ำมัน/ก๊าซ 3) ค่าธรรมเนียมตามประมวลกฎหมายที่ดินมาตรา 9 4) ค่าธรรมเนียมบำรุง อบจ. จากผู้เข้าพักโรงแรม 5) ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ 6) ค่าปรับการผิดสัญญา 7) ดอกเบี้ย 8) รายได้จากทรัพย์สินอื่น ๆ 9) ค่าขายแบบแปลน 10) รายได้เบ็ดเตล็ดอื่น ๆ และ 11) ค่าขายทอดตลาดทรัพย์สิน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์, 2565, หน้า 2)

ตาราง 1 รายได้ภาษีจากการค่าน้ำมัน/ก๊าซ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

ไตรมาส	จำนวนเงินภาษีที่เก็บได้ (บาท)
ไตรมาส 1	669,264.29
ไตรมาส 2	926,774.36
ไตรมาส 3	1,096,392.84
ไตรมาส 4	962,832.69

ที่มา : องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์, 2565, หน้า 5

จากตาราง 1 พบว่า รายได้ประเภทที่จัดเก็บเองเมื่อเปรียบเทียบกับรายไตรมาสแล้วนั้น ภาษีบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากการค่าน้ำมัน/ก๊าซ มีแนวโน้มลดลง จึงได้มีการลงพื้นที่สำรวจความคิดเห็นผู้เสียภาษีของผู้ประกอบการการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ทำให้ทราบข้อมูลว่าผู้มีหน้าที่เสียภาษีบางคนพยายามหลีกเลี่ยงการเสียภาษีบางคนไม่ให้ความสำคัญในการชำระภาษี บางคนเข้าใจผิดคิดว่าเสียภาษีให้สรรพากรแล้วไม่ต้องเสียภาษีให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ หรือในบางช่วงเวลามีประชาชนมาติดต่อชำระภาษีจำนวนมากทำให้ต้องรอนาน ทำให้ประชาชนต้องเสียเวลา มารอใช้บริการรอนาน ทำให้เกิดความไม่พอใจ จนทำให้ขาดความมั่นใจ ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่และยังไม่ได้รับการตอบสนองตอบจากเจ้าหน้าที่

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะผู้ปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ และมีความเกี่ยวข้องกับงานด้านการเงินการคลังและงานจัดเก็บรายได้ จึงมีความสนใจทำการวิจัย เรื่อง คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซ ในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อจะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปเป็นแนวทางพัฒนาการจัดเก็บ ภาษีให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของ ผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของ ผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการประกอบกิจการ และสถานที่ตั้งของสถาน ประกอบการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ประชากร คือ ผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขต จังหวัดนครสวรรค์ มีจำนวนทั้งสิ้น 650 ราย ข้อมูล ณ 30 กันยายน 2565 (องค์การบริหารส่วน จังหวัดนครสวรรค์, 2565, หน้า 3)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัด นครสวรรค์ มีจำนวนที่แน่นอน (finite population) จึงใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ยอมให้คลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 48) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 248 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple random sampling) จำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระยะเวลาในการประกอบกิจการ และสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

2.1.1 เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

2.2.2 อายุ

- 1) น้อยกว่า 30 ปี
- 2) 30-39 ปี
- 3) 40-49 ปี
- 4) มากกว่า 49 ปี

2.1.3 สถานภาพสมรส

- 1) โสด
- 2) สมรส
- 3) หย่า/หม้าย

2.1.4 ระดับการศึกษา

- 1) ประถมศึกษา
- 2) มัธยมศึกษาตอนต้น
- 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
- 4) อนุปริญญา / ปวส./ปวท.
- 5) ปริญญาตรี / สูงกว่าปริญญาตรี

2.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) น้อยกว่า 10,000 บาท
- 2) 10,000 - 15,000 บาท
- 3) 15,001 - 20,000 บาท
- 4) มากกว่า 20,000 บาท

2.1.6 ระยะเวลาในการประกอบกิจการ

- 1) น้อยกว่า 2 ปี
- 2) 2 - 4 ปี
- 3) 5 - 6 ปี
- 4) 7 - 8 ปี
- 5) มากกว่า 8 ปี

2.1.7 สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

- 1) อำเภอเมือง
- 2) อำเภอพยุหะคีรี
- 3) อำเภอบรรพตพิสัย
- 4) อำเภอชุมแสง
- 5) อำเภอลาดยาว
- 6) อำเภอเก้าเลี้ยว
- 7) อำเภอไพศาลี
- 8) อำเภอตากฟ้า

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variable) คือ คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ประกอบด้วย

- 2.2.1 ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ
- 2.2.2 ด้านความมั่นใจ
- 2.2.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ
- 2.2.4 ด้านการดูแลเอาใจใส่
- 2.2.5 ด้านรูปลักษณ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. องค์การบริหารส่วนจังหวัด หมายถึง องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์
2. ผู้รับบริการ หมายถึง ผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์
3. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ หมายถึง พนักงานกองคลังองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ ที่ทำหน้าที่ให้บริการแก่ผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ที่มาชำระภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซที่มารับบริการ
4. คุณภาพการบริการ หมายถึง การบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและคาดหวังของประชาชนซึ่งก็คือผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ที่มาชำระภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งประกอบด้วย

4.1 ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ หมายถึง ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพมีกิริยาท่าทาง และมารยาทที่ดีในการให้บริการ สามารถที่จะทำให้

ผู้รับบริการเกิดความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุดให้บริการ ถูกต้องตามระเบียบ ขั้นตอนและระยะเวลาที่กำหนดไว้ ได้รับเอกสารครบถ้วนถูกต้อง

4.2 ด้านความมั่นใจ หมายถึง ความรู้ความสามารถ และความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ ของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้ใช้บริการ โดยการสร้างให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความมั่นใจในการให้บริการ และทำตามคำสัญญาไว้ มีความเชื่อมั่นสูงต่อการมารับบริการในแต่ละครั้งและครั้งต่อ ๆ ไป ได้อย่าง ต่อเนื่องกันไปในอนาคต และไม่ต้องการจะเปลี่ยนไปรับบริการจากผู้ให้บริการรายอื่น

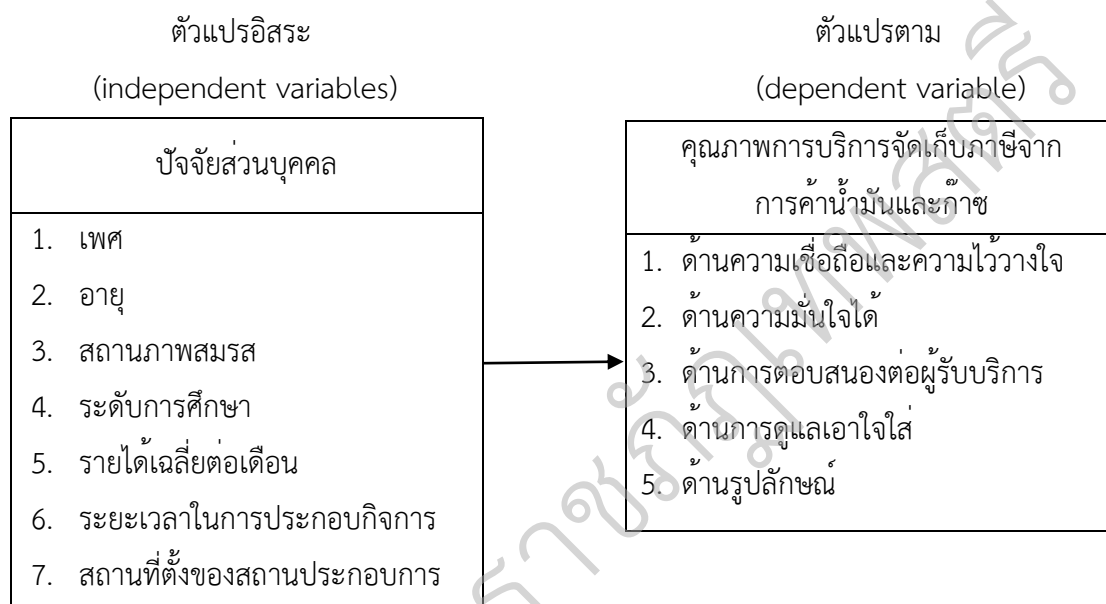
4.3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงทีที่ผู้รับบริการสามารถเข้ารับ บริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการรวมทั้งจะต้องกระจายให้บริการไปอย่าง ทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

4.4 การดูแลเอาใจใส่ หมายถึง ผู้ให้บริการต้องเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ พร้อมที่จะให้บริการเหล่านั้นแก่ผู้รับบริการอย่างเต็มความสามารถทำความเข้าใจปัญหาหรือความ ต้องการของผู้รับบริการที่ต้องการได้รับการตอบสนองอย่างตั้งใจเน้นการให้บริการและการแก้ไข ปัญหา นั้นเป็นรายบุคคลอย่างเท่าเทียมมีการติดต่อสื่อสารที่ดีมีประโยชน์แก่ผู้รับบริการยอมรับฟัง ปัญหาทั้งผลดีและผลเสียด้วยความเต็มใจพร้อมทั้งให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลที่ดีแก่ผู้รับบริการเสมอ รวมไปถึงการติดต่อสอบถามไปยังผู้รับบริการหลังการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

4.5 รูปลักษณ์ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ มีเครื่องมือ เครื่องใช้ทันสมัย เช่น มีเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ให้บริการ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่พร้อมใช้งาน อาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม เช่น อาคารสถานที่ที่สะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อยสวยงาม ที่นั่งรอรับบริการสะอาดและพอเพียง มีเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการบริการที่เป็น แบบฟอร์มอย่างเพียงพอ และได้มาตรฐาน มีเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการบริการที่ดีและน่าสนใจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซ ในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555, หน้า 33 - 34) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพ 2



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามเพศ
2. คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามอายุ
3. คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส
4. คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา
5. คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
6. คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ

7. คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ให้ผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้กับผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์

2. องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์มีข้อมูลในการวางแผนปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยดำเนินการค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด
 - 1.1 ประวัติความเป็นมา
 - 1.2 ข้อมูลทั่วไปขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์
 - 1.3 โครงสร้างการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์
 - 1.4 การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์
 - 1.5 อำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด
 - 2.1 ประเภทรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด
 - 2.2 ที่มาของรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
 - 3.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ
 - 3.2 องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ
 - 3.3 ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ
 - 3.4 ลักษณะของการให้บริการ
 - 3.5 ประเภทของการให้บริการ
4. คุณภาพการให้บริการผู้รับบริการ
 - 4.1 ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ
 - 4.2 ด้านความมั่นใจ
 - 4.3 ด้านการตอบสนองผู้รับบริการ
 - 4.4 ด้านการดูแลเอาใจใส่
 - 4.5 ด้านรูปลักษณ์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด

1. ประวัติความเป็นมา

องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ ได้จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2498 ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2498 และประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 218 ลงวันที่ 29 กันยายน 2535 ซึ่งเป็นกฎหมายแม่บท ว่าด้วยการจัดระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน กำหนดให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีฐานะเป็นนิติบุคคลโดยมีอำนาจหน้าที่ เช่น การรักษาความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน การศึกษา การทำนุบำรุงศาสนา และการส่งเสริมวัฒนธรรม การสาธารณสุข การป้องกันโรค การบำบัดโรคและการจัดตั้งและบำรุงสถานพยาบาล เป็นต้น (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์, 2561, หน้า 1)

องค์การบริหารส่วนจังหวัดอาจทำกิจการซึ่งอยู่นอกเขตเมื่อกิจการนั้นจำเป็นต้องทำ และเป็นการเกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมที่ดำเนินตามอำนาจหน้าที่ที่อยู่ภายในเขตของตน โดยได้รับความยินยอมจากสภาเทศบาล คณะกรรมการสุขาภิบาล สภาจังหวัด หรือสภาตำบลที่เกี่ยวข้องนั้น และได้รับอนุมัติจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยแล้วด้วย และได้มีพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 ที่ได้ผ่านการพิจารณาของรัฐสภาและประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 114 ตอนที่ 62 ก ลงวันที่ 31 ตุลาคม 2540 โดยใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2540 เป็นต้นมา พระราชบัญญัติดังกล่าวเป็นกฎหมายที่กล่าวถึงระเบียบวิธีการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ซึ่งเป็นหน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นแทนที่องค์การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ซึ่งเป็นหน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นแทนที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการส่วนจังหวัด พ.ศ. 2495 สำหรับเหตุผลของการใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้อาจพิจารณาได้จากบทบัญญัติของพระราชบัญญัติซึ่งระบุว่า “โดยที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการส่วนจังหวัด พ.ศ. 2498 เป็นองค์การปกครองท้องถิ่นที่รับผิดชอบในพื้นที่ทั้งจังหวัดที่อยู่นอกเขตสุขาภิบาล และเทศบาล เมื่อได้มีพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 จึงมีการปรับปรุงบทบาทและอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดให้เหมาะสมยิ่งขึ้น”

พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 กำหนดให้มีหน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งเรียกว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัด มีอยู่ในทุกจังหวัด ๆ ละ 1 แห่ง รวม 76 แห่ง มีฐานะเป็นนิติบุคคลและมีพื้นที่รับผิดชอบทั่วทั้งจังหวัด โดยทำงานทับซ้อนกับพื้นที่ของหน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นอื่น คือ เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนั้น ๆ

ปัจจุบันองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ ตั้งอยู่ที่ ถนนสวรรคร์วิถี ตำบลสวรรคร์คัก อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

2. ข้อมูลทั่วไปขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์

2.1 อาณาเขต

2.1.1 ทิศเหนือติดต่อกับอำเภอปางศิลาทองอำเภอขาณุวรลักษบุรีอำเภอบึงสามัคคี จังหวัดกำแพงเพชร อำเภอบึงนาราง อำเภอโพทะเล อำเภอบางมูลนาก อำเภอดงเจริญ จังหวัดพิจิตร

2.1.2 ทิศใต้ติดต่อกับอำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี อำเภอสรรพยา อำเภอมโนรมย์ อำเภอเมืองชัยนาท จังหวัดชัยนาท

2.1.3 ทิศตะวันออกติดต่อกับอำเภอชนแดน อำเภอบึงสามพัน อำเภอวิเชียรบุรีจังหวัดเพชรบูรณ์ อำเภอโคกเจริญ อำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี

2.1.4 ทิศตะวันตกติดต่อกับอำเภอเมืองอุทัยธานี อำเภอทัพทัน อำเภอสว่างอารมณ์ อำเภอลานสัก อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก

2.2 เนื้อที่

จังหวัดนครสวรรค์มีพื้นที่ของจังหวัด 9,597,677 ตารางกิโลเมตร หรือ 5,998,548 ไร่ มากเป็นอันดับ 9 ของภาคเหนือ และมีที่ตั้งอยู่ในภาคเหนือตอนล่างของประเทศ โดยตั้งอยู่ประมาณละติจูดที่ 15.5 – 16.7 องศาเหนือ และลองจิจูดที่ 99.7 – 100.4 องศาตะวันออก ระยะทางจากกรุงเทพฯ ถึงจังหวัดนครสวรรค์ตามเส้นทางทางหลวงสายพหลโยธิน (สายที่ 1) 237 กิโลเมตร หรือระยะทางตามทางรถไฟ 250 กิโลเมตร พื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเล 30 เมตร

2.3 ภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัด เป็นที่ราบค่อนข้างเรียบแคบบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำโดยเฉพาะตอนกลางของจังหวัด ซึ่งอยู่ในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ อำเภอบรรพตพิสัย อำเภอชุมแสง อำเภอท่าตะโก อำเภอโกรกพระ อำเภอเก้าเลี้ยว และอำเภอพยุหะคีรี สภาพพื้นที่ทางทิศตะวันตก (เขตอำเภอลาดยาว อำเภอแม่วงก์ อำเภอแม่เปินและอำเภอชุมตาบง) และทิศตะวันออก (เขตอำเภอหนองบัว อำเภอไพศาลี อำเภอตากฟ้าและอำเภอตากลี) มีลักษณะเป็นแบบลอนลูกคลื่น ยกตัวขึ้นจากตอนกลางของจังหวัดสูงจากระดับน้ำทะเล ปานกลาง 20 -100 เมตร

2.4 จำนวนอำเภอ

จำนวนอำเภอในเขตองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ มีอำเภอทั้งหมด 15 อำเภอ อำเภอเมืองนครสวรรค์ อำเภอหนองบัว อำเภอชุมแสงอำเภอบรรพตพิสัย อำเภอลาดยาว อำเภอพยุหะคีรีอำเภอโกรกพระอำเภอท่าตะโก อำเภอตากลีอำเภอไพศาลี อำเภอเก้าเลี้ยว อำเภอตากฟ้า อำเภอแม่วงก์อำเภอแม่เปินอำเภอชุมตาบง

3. โครงสร้างการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์



ที่มา : องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์, 2565, หน้า 2

4. ความรับผิดชอบงานที่ทำขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์

องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ มีอัตรากำลังฝ่ายการเมืองและฝ่ายประจำ รวมจำนวน 655 คน ประกอบด้วย สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 35 คน ข้าราชการ จำนวน 153 คน ลูกจ้างประจำ จำนวน 24 คน พนักงานจ้าง จำนวน 391 คน ข้าราชการ ภายนอก จำนวน 3 คน ลูกจ้างภายนอก จำนวน 8 คน ข้าราชการครู จำนวน 41 คน

การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด แบ่งโครงสร้าง ดังนี้

สำนักปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีหน้าที่เกี่ยวกับกิจการทั่วไปขององค์การบริหาร ส่วนจังหวัด โดยมีหัวหน้าสำนักปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัด เป็นผู้รับผิดชอบ แบ่งโครงสร้าง ออกเป็น 2 ฝ่าย คือ 1) ฝ่ายบริหารงานทั่วไป และ 2) ฝ่ายนิติการ

กองช่าง มีหน้าที่เกี่ยวกับงานด้านช่างและการสาธารณสุข โดยมีส่วนราชการกองช่าง เป็นผู้รับผิดชอบ แบ่งโครงสร้างออกเป็น 6 ฝ่าย ดังนี้ 1) ฝ่ายสำรวจและออกแบบ 2) ฝ่ายก่อสร้างและซ่อมบำรุง 3) ฝ่ายเครื่องจักรกล 4) ฝ่ายป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 5) ฝ่ายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ 6) ฝ่ายผังเมือง

กองการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม มีหน้าที่เกี่ยวกับการศึกษาขั้นพื้นฐานและงาน ส่งเสริมการศึกษา โดยมีผู้อำนวยการกองการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมเป็นผู้รับผิดชอบ แบ่ง โครงสร้างออกเป็น 2 ฝ่าย ดังนี้ 1) บริหารการศึกษา และ 2) ฝ่ายส่งเสริมวัฒนธรรม ศาสนาและ วัฒนธรรม

กองกิจการสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีหน้าที่เกี่ยวกับกิจการของสภาองค์การ บริหารส่วนจังหวัด โดยมีผู้อำนวยการกองกิจการสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด เป็นผู้รับผิดชอบ แบ่งโครงสร้างเป็น 2 ฝ่าย คือ 1) ฝ่ายการประชุมสภา และ 2) ฝ่ายกิจการสภาองค์การบริหารส่วน จังหวัด

กองแผนและงบประมาณ มีหน้าที่เกี่ยวกับการจัดทำแผนพัฒนาและการจัดทำ ข้อบัญญัติงบประมาณรายจ่าย ประจำปี โดยมีผู้อำนวยการกองแผนและงบประมาณเป็นผู้รับผิดชอบ แบ่งโครงสร้างออกเป็น 3 ฝ่าย คือ 1) ฝ่ายนโยบายและแผน 2) ฝ่ายงบประมาณและการพัฒนา และ 3) ฝ่ายข้อมูลสารสนเทศ

กองคลัง มีหน้าที่เกี่ยวกับการเงินและการบัญชีขององค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยมี ผู้อำนวยการกองคลังเป็นผู้รับผิดชอบ แบ่งโครงสร้างเป็น 3 ฝ่าย คือ 1) ฝ่ายการเงิน 2) ฝ่ายบัญชี และ 3) ฝ่ายเร่งรัดและจัดเก็บรายได้

กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต มีหน้าที่เกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพและท่องเที่ยวด้านการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยมีผู้อำนวยการกองส่งเสริมคุณภาพชีวิตเป็นผู้รับผิดชอบแบ่งโครงสร้างเป็น 3 ฝ่ายคือ 1) ฝ่ายบริหารงานทั่วไป 2) ฝ่ายบ้านพักคนชรา และ 3) ฝ่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตและจัดสวัสดิการ

กองการเจ้าหน้าที่ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสรรหา บรรจุแต่งตั้ง ส่งเสริมพัฒนาบุคลากร และส่งเสริมคุณธรรม โดยมีผู้อำนวยการกองการเจ้าหน้าที่ เป็นผู้รับผิดชอบ แบ่งโครงสร้างเป็น 3 ฝ่าย คือ 1) ฝ่ายสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง 2) ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาบุคลากร และ 3) ฝ่ายวินัยและส่งเสริมคุณธรรม

กองพัสดุและทรัพย์สิน มีหน้าที่รับผิดชอบจัดหาพัสดุ ตรวจสอบการจัดทำและควบคุมทะเบียนพัสดุ ครุภัณฑ์ และทรัพย์สิน แบ่งโครงสร้างเป็น 2 ฝ่าย คือ 1) ฝ่ายจัดหาพัสดุและทรัพย์สิน และ 2) ฝ่ายทะเบียนและทรัพย์สิน

กองกิจการพาณิชย์ มีหน้าที่รับผิดชอบจัดหาประโยชน์ในทรัพย์สิน ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ทุกประเภทเพื่อเพิ่มพูนรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ แบ่งโครงสร้างเป็น 3 ฝ่าย คือ 1) ฝ่ายจัดหาประโยชน์ 2) ฝ่ายกิจการขนส่ง 3) ฝ่ายพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

หน่วยงานตรวจสอบภายใน มีหน้าที่รับผิดชอบ ตรวจสอบการบริหารเงินงบประมาณ ตรวจสอบบัญชี เอกสารการเบิกจ่ายและเอกสารการรับเงินทุกประเภท การสอบทานและติดตามแผนการปฏิบัติงาน และผลการดำเนินงานของส่วนราชการในสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์

5. อำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์

ตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 และที่แก้ไขเพิ่มเติมถึงฉบับที่ 3 พ.ศ. 2546 องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีอำนาจหน้าที่ในการดำเนินกิจการภายในเขตองค์การบริหารส่วนจังหวัด

- (1) ตราข้อบัญญัติโดยไม่ขัดหรือแย้งต่อกฎหมาย
- (2) จัดทำแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนจังหวัด และประสานการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดตามระเบียบที่คณะรัฐมนตรีกำหนด
- (3) สนับสนุนสภาพตำบลและราชการส่วนท้องถิ่นอื่นในการพัฒนาท้องถิ่น
- (4) ประสานและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติหน้าที่ของสภาพตำบลและราชการส่วนท้องถิ่นอื่น
- (5) แบ่งสรรเงินซึ่งตามกฎหมายจะต้องแบ่งให้แก่สภาพตำบลและราชการส่วนท้องถิ่นอื่น

(6) อำนาจหน้าที่ของจังหวัดตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการส่วนจังหวัด พ.ศ. 2498 เฉพาะภายในเขตสภาพำบล

(7) คุ้มครอง ดูแล และบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บำรุงรักษา ศิลปะจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น

(8) จัดทำกิจการใด ๆ อันเป็นอำนาจหน้าที่ของราชการส่วนท้องถิ่นอื่นที่อยู่ในเขต องค์การบริหารส่วนจังหวัด และกิจการนั้นเป็นการสมควรให้ราชการส่วนท้องถิ่นอื่น ที่อยู่ร่วมกัน ดำเนินการหรือให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดดำเนินการ แต่ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

(9) จัดทำกิจการอื่นใดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้ หรือกฎหมายอื่นกำหนดให้ เป็นอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ทั้งนี้บรรดาอำนาจหน้าที่ใดซึ่งเป็นของราชการ ส่วนกลาง หรือราชการส่วนภูมิภาค อาจมอบให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดปฏิบัติได้ ทั้งนี้ตามที่ กำหนดในกฎกระทรวง

นอกจากนี้ กฎหมายยังได้กำหนดต่อไปอีกด้วยว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดสามารถ ทำหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประเภทอื่น ๆ ได้เช่นกัน หากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อื่น ๆ ร้องขอและได้รับความยินยอมจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ข้อจำกัดขององค์การบริหาร ส่วนจังหวัดมิได้มีอยู่แต่ภายในเขตของจังหวัดเท่านั้น หากองค์การบริหารส่วนจังหวัดใดได้รับการ ร้องขอและยินยอมจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดอื่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดที่ได้รับการร้องขอ และยินยอมก็สามารถดำเนินการกิจการที่ได้รับการร้องขอได้เช่นกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด

พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 3 พ.ศ.2546 มาตรา 58 งบประมาณรายจ่ายขององค์การบริหารส่วนจังหวัดให้ทำเป็นข้อบัญญัติ ถ้าข้อบัญญัติ งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณออกไม่ทันปีงบประมาณใหม่ ให้ข้อบัญญัติงบประมาณ รายจ่ายในปีงบประมาณที่แล้วนั้นไปพลางก่อนพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 3 พ.ศ.2546 มาตรา 74 กำหนดให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดอาจมีรายจ่าย ดังต่อไปนี้

- (1) เงินเดือน
- (2) ค่าจ้าง
- (3) เงินตอบแทนอื่น ๆ
- (4) ค่าใช้สอย
- (5) ค่าวัสดุ
- (6) ค่าครุภัณฑ์

- (7) ค่าที่ดิน สิ่งก่อสร้าง และทรัพย์สินอื่น ๆ
- (8) เงินอุดหนุน
- (9) รายจ่ายอื่นใดตามที่มีข้อผูกพัน หรือตามที่มีกฎหมายหรือระเบียบของกระทรวงมหาดไทยกำหนดไว้

1. ประเภทรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด

โกวิท พวงงาม (2556, หน้า 260-263) กล่าวว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีรายได้ตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2537 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2546 ดังต่อไปนี้

1.1 รายได้ที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดจัดเก็บเอง ได้แก่

1.1.1 ภาษีจัดเก็บเองที่เป็นรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ได้แก่ ภาษีบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่จัดเก็บจากการค่าน้ำมัน ภาษีบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่จัดเก็บจากการค้ายาสูบ และค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากผู้พักโรงแรม

1.1.2 รายได้จากค่าธรรมเนียม ค่าใบอนุญาต และค่าปรับ

1.1.3 รายได้จากทรัพย์สินขององค์การบริหารส่วนจังหวัด

1.1.4 รายได้จากสาธารณูปโภค

1.1.5 รายได้จากการพาณิชย์

1.1.6 รายได้อื่นที่กฎหมายบัญญัติให้เป็นขององค์การบริหารส่วนจังหวัด เช่น ค่าตอบแทนรายปีตามประมวลกฎหมายที่ดิน

1.2 ภาษีและค่าธรรมเนียมที่รัฐจัดเก็บให้และจัดสรรให้ ได้แก่

1.2.1 ภาษีและค่าธรรมเนียมรถยนต์และล้อเลื่อน

1.2.2 ภาษีมูลค่าเพิ่มตามประมวลรัษฎากรร้อยละ 5

1.2.3 ค่าภาคหลวงแร่และค่าภาคหลวงปิโตรเลียม

1.3 ภาษีที่รัฐแบ่งให้ ได้แก่ ภาษีมูลค่าเพิ่มตามประมวลรัษฎากรซึ่งรัฐแบ่งเพิ่มให้ ตามกฎหมายกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1.4 เงินอุดหนุนจากรัฐบาล อาทิเช่น เงินอุดหนุนทั่วไปตามอำนาจหน้าที่ เงินอุดหนุนทั่วไปกำหนดวัตถุประสงค์ เงินอุดหนุนเฉพาะกิจ

2. ที่มาของรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด

รายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540 มาตรา 73 กำหนดให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดอาจมีรายได้ ดังต่อไปนี้

(1) ภาษีอากรตามที่มีกฎหมายบัญญัติไว้

(2) ค่าธรรมเนียม ค่าใบอนุญาต และค่าปรับ ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้

- (3) รายได้จากทรัพย์สินขององค์การบริหารส่วนจังหวัด
- (4) รายได้จากสาธารณูปโภคขององค์การบริหารส่วนจังหวัด
- (5) รายได้จากการพาณิชย์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด
- (6) พันธบัตรหรือเงินกู้ตามที่มีกฎหมายบัญญัติไว้
- (7) เงินกู้จากกระทรวง ทบวง กรม องค์การ หรือนิติบุคคลต่าง ๆ ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรี

- (8) เงินอุดหนุนหรือรายได้อื่นตามที่รัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐจัดสรรให้
 - (9) เงินและทรัพย์สินอย่างอื่นที่มีผู้อุทิศให้
 - (10) รายได้อื่นตามที่มีกฎหมายบัญญัติให้เป็นขององค์การบริหารส่วนจังหวัด
- พระราชกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองท้องถิ่น พ.ศ. 2542 มาตรา 24 องค์การบริหารส่วนจังหวัดอาจมีรายได้จากภาษีอากรค่าธรรมเนียม และเงินรายได้ดังต่อไปนี้

(1) ภาษีบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัด สำหรับน้ำมันเบนซินและน้ำมันที่คล้ายกัน น้ำมันดีเซลและน้ำมันที่คล้ายกัน ก๊าซปิโตรเลียมที่ใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับรถยนต์ซึ่งเก็บจากการค้าภายในเขต จังหวัดโดยออกข้อบัญญัติจัดเก็บเพิ่มเติมไม่เกินลิตรละสิบสตางค์สำหรับน้ำมัน และกิโลกรัมละไม่เกินสิบสตางค์สำหรับก๊าซปิโตรเลียม

(2) ภาษีบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดสำหรับยาสูบ ซึ่งเก็บจากการค้าในเขตจังหวัด โดยออกข้อบัญญัติจัดเก็บเพิ่มเติมไม่เกินมวนละสิบสตางค์

(3) ภาษีมูลค่าเพิ่มตามประมวลรัษฎากรที่ได้รับการจัดสรรในอัตราซึ่งเมื่อรวมกับอัตราตาม มาตรา 23 (4) และมาตรา 25 (6) แล้วไม่เกินร้อยละสามสิบของภาษีมูลค่าเพิ่มที่จัดเก็บได้หักส่วนที่ต้องจ่ายคืนแล้ว โดยเป็นหน้าที่ของกรมสรรพากรที่จะจัดเก็บ

(4) ภาษีธุรกิจเฉพาะตามประมวลรัษฎากร โดยออกข้อบัญญัติจัดเก็บเพิ่มขึ้นในอัตราซึ่งเมื่อรวมกับอัตราตามมาตรา 23

(5) แล้วไม่เกินแล้วไม่เกินร้อยละสามสิบของอัตราภาษีที่จัดเก็บตามประมวลรัษฎากรโดยเป็นหน้าที่ของกรมสรรพากรที่จะจัดเก็บ 5 ภาษี และค่าธรรมเนียมรถยนต์ รวมทั้งเงินเพิ่มตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ ภาษีรถตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก และค่าธรรมเนียมล้อเลื่อนตามกฎหมายว่าด้วยล้อเลื่อน

(6) ภาษีเพื่อการศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

(7) อากรังนกก็แอ่นตามกฎหมายว่าด้วยอากรังนกก็แอ่น

(8) ค่าภาคหลวงแร่ตามกฎหมายว่าด้วยแร่ ให้ได้รับการจัดสรรในอัตราร้อยละยี่สิบของค่าภาคหลวงแร่ที่จัดเก็บได้ภายใน เขตองค์การบริหารส่วนจังหวัดนั้น

(9) ค่าภาคหลวงปิโตรเลียมตามกฎหมายว่าด้วยปิโตรเลียมให้ได้รับการจัดสรรในอัตราร้อยละ ยี่สิบของค่าภาคหลวงปิโตรเลียมที่จัดเก็บได้ภายในเขตองค์การบริหารส่วนจังหวัดนั้น

(10) ค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดโดยออกข้อบัญญัติเรียกเก็บจากผู้พักใน โรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม

(11) ค่าธรรมเนียม ค่าใบอนุญาต และค่าปรับในกิจการที่กฎหมายมอบหมายหน้าที่ให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็น เจ้าหน้าที่ดำเนินการภายในเขตองค์การบริหารส่วนจังหวัดนั้น และให้ตกเป็นรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด

(12) ค่าธรรมเนียมใดๆ ที่เรียกเก็บจากผู้ใช้หรือได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะที่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดให้มีขึ้น

(13) รายได้อื่นตามที่กฎหมายบัญญัติให้เป็นขององค์การบริหารส่วนจังหวัด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

1. ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

ในการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการได้มีการนำมุมมองความคิดเห็นของ นักวิชาการมาอธิบายถึงความหมายของการบริการดังต่อไปนี้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2558, หน้า 18) ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible goods) ของธุรกิจให้กับ ผู้รับบริการ โดยสินค้าที่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความ พึงพอใจได้

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2558, หน้า 66) ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การสร้างทัศนคติกับผู้รับบริการที่คาดหวังจากการรับบริการ ซึ่งถ้าหากอยู่ในระดับที่ยอมรับ ได้ผู้รับบริการก็จะเกิดความพึงพอใจ และจะมีระดับที่แตกต่างกันออกไปตามคาดหวังของบุคคล

ปิยณัฐ จันทรเกิด (2560, หน้า 29) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการว่าเป็น คุณลักษณะหรือคุณสมบัติโดยรวมของการสิ่งๆที่ผู้รับบริการได้รับจากกิจกรรมหรือการดำเนินงานของ องค์กรที่นำมาสู่การสร้าง ความพึงพอใจและความประทับใจแก่ผู้รับบริการ

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561, หน้า 20 – 21) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการว่าเป็น ลักษณะของกิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินงานอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กรที่ต้องการ ตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุขและความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจ จากกิจกรรมหรือการดำเนินการดังกล่าว โดยสามารถเป็นไปในรูปแบบสิ่งที่จับต้องได้ หรือไม่ก็ได้ ขึ้นกับลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมของบริการดังกล่าว

มงคล ปานศรี (2562, หน้า 24) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการว่าเป็น กระบวนการหรือกิจกรรมที่มีลักษณะของการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการโดย เป็นสิ่งที่ดำเนินการเพื่อสร้างความพึงพอใจ คุณค่า หรือจัดหาประโยชน์แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่ เฉพาะของการบริการดังกล่าว

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการ ว่าสามารถตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังได้มากน้อยเพียงใด โดยคุณภาพการให้บริการจะดี หรือไม่ดีขึ้นอยู่กับผู้รับบริการจะประเมินว่าการบริการที่ได้รับจริงสูงกว่า หรือเท่ากับการบริการที่คาดหวังไว้

2. องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ

ได้มีนักวิชาการจำนวนมากนำเสนอองค์ประกอบต่างๆ ที่นำมาใช้สนับสนุนที่มาของการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า หรือการหวังผลทางการตลาดโดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้นำแนวทางของ ธรรีธรร ธีรขวัญโรจน์, และ สุพจน์ กฤษฏาธาร (2563, หน้า 96 - 98) ที่ได้นำเสนอองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการประกอบไปด้วย

1. สิ่งที่มีสัมผัสได้ (Tangibles)

เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ ประกอบไปด้วยอาคารตึกของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการทั้งหมด เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เคาน์เตอร์ให้บริการที่ จอดรถ สวน ห้องน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ รวมทั้งการแต่งกายของ พนักงาน สิ่งที่มีสัมผัสได้เหล่านี้ลักษณะคล้ายกับลักษณะทางกายภาพของส่วนประสมทางการตลาด นอกจากนี้สิ่งที่มีสัมผัสได้ยังรวมไปถึงความสวยงาม ความสะอาด คุณภาพของเนื้อหาที่นำเสนอ และการใช้งานได้จริงของสิ่งที่มีสัมผัสได้ เช่นบันไดที่ไม่ทำขั้นสูงเกินไป สวนที่ออกแบบมาสวยแต่ต้องดูแลดี ไม่เป็นแหล่งรวมของสัตว์เลื้อยคลาน พื้นที่ระหว่างอาคารออกแบบให้สะดวกและเหมาะสมต่อการเดิน ได้จริง เป็นต้น

2. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability)

เป็นความสามารถในการส่งมอบบริการที่สนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญา หรือที่ควรจะเป็นได้อย่างถูกต้อง ตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นภายในเวลาที่เหมาะสม เช่น การ รักษาคนไข้ของโรงพยาบาล ต้องรักษาให้หายป่วย ผลจากการผ่าตัดหน้าท้องต้องเย็บได้สวย ไม่มี การลืมหูลืมใจไว้ในท้องคนไข้ การฝากเงินกับธนาคารต้องมีการรักษายอดเงินของลูกค้าให้ถูกต้อง อยู่ ครบทุกบาททุกสตางค์ คำนวณดอกเบี้ยไม่มีผิดพลาด

3. ความรวดเร็ว (Responsiveness)

คือเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าโดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ใช้เวลาในการ ดำเนินการนาน รวมทั้งต้องมีความกตัญญู เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับ ให้การช่วยเหลือ สอบถามถึง

การใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ หากเป็นการให้บริการผ่านระบบอัตโนมัติก็ต้องเข้าใจงานง่าย มีระบบการใช้งานที่สะดวกและรวดเร็ว ไม่มีขั้นตอนในการใช้งานที่ทำให้เกิดการติดขัดระหว่างการใช้บริการ

4. การรับประกัน (Assurance)

เป็นการรับประกันว่า พนักงานที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ และมีความสุภาพ มีจริยธรรมในการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่า จะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน ปลอดภัยไร้กังวล นอกจากนี้อาจจะต้องรับประกันถึงมาตรฐานขององค์กรด้วย เช่นได้รับมาตรฐาน ISO หรือรางวัลจากสถาบันต่างๆ ไม่ว่าจะป็นธนาคารดีเด่น หรือ ผู้บริหารได้รับรางวัลผู้บริหารดีเด่น ถ้าหากเป็นการให้บริการผ่านระบบอัตโนมัติ การรับประกันจะรวมถึงระบบที่ปลอดภัย ได้มาตรฐาน ไม่ต้องกลัวความผิดพลาดที่จะเกิดในขณะที่ใช้งานหรือเกิดขึ้นมาในภายหลัง รวมถึงสามารถตรวจสอบการใช้งานย้อนหลังได้

5. การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy)

เป็นการดูแลเอาใจใส่บริการอย่างตั้งใจของพนักงานเนื่องจากเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องการได้รับการตอบสนองเน้นการบริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้ารายบุคคลตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันได้อย่างดี รวมถึงมีการสื่อสารอธิบายทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างชัดเจน

พาราสุรมาน, ไชทามล์, และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 2008, pp. 32-52) อธิบายถึงความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบของคุณภาพบริการสามารถแบ่งสัดส่วนได้ดังตาราง 2

ตาราง 2 ลำดับความสำคัญของคุณภาพในการในการบริการ

องค์ประกอบ	เปอร์เซ็นต์ความสำคัญ ตามความเห็นของผู้บริโภค
ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability)	32
ความรวดเร็ว (Responsiveness)	22
การรับประกัน (Assurance)	19
การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy)	16
สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)	11

จากตารางลูกค้าจะให้ความสำคัญเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ว่า ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) ความรวดเร็ว (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) การเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล (Empathy) และสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)

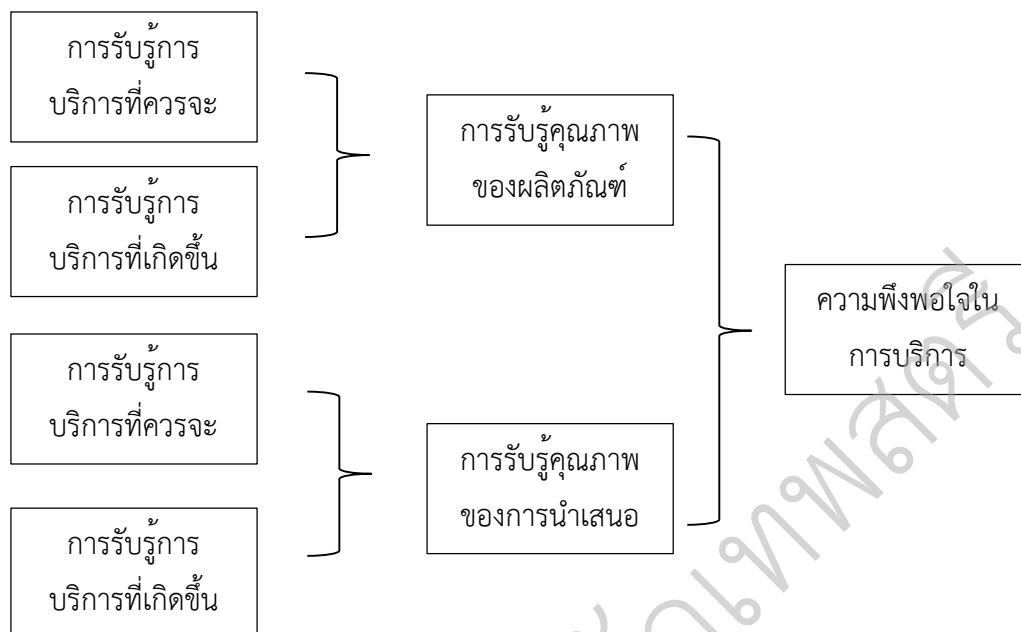
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 1 (2562, หน้า 13) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแบ่งออกเป็น 2 ประการได้แก่

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ

ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับ มีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่น การสมัครใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือผู้จ่ายควรได้รับสัญญาที่ดี การใช้จ่ายรถโดยสารโดยสายเดินทางผู้จ่ายจะต้องได้รับการนำส่งไปยังจุดหมายตามที่ตั้งกลงเอาไว้ การใช้บริการสถานพยาบาลผู้เข้ารับบริการจะต้องได้รับการรักษาพยาบาลตามปริมาณค่าใช้จ่ายและข้อตกลงในการรักษาที่ตกลงกันเอาไว้ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์บริการที่ผู้รับบริการควรจะได้รับตามลักษณะของการบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ

ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่และ ปฏิบัติการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ เช่น พนักงานโรงแรมต้อนรับแขกด้วยอัธยาศัยไมตรีจิตอันดีและช่วยเหลือแขกเรื่องสัมภาระ พนักงานเสิร์ฟอาหารรับคำสั่งอาหารด้วยความสุภาพเป็นกันเอง พนักงานธนาคารช่วยชี้แจงระเบียบข้อบังคับการยื่นขอสินเชื่อด้วยความเอาใจใส่ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการสร้างให้กับลูกค้าด้วยไมตรีจิตของการบริการที่แท้จริง



ภาพ 2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ
ที่มา : สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 1 (2562, หน้า 13)

จากภาพที่ 4 แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการต้องอาศัยคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการและการนำเสนอบริการร่วมกันโดยความพึงพอใจดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้เมื่อคุณภาพขององค์ประกอบทั้งสองส่วนสามารถตอบสนองความต้องการได้เท่ากับหรือมากกว่าการรับรู้ของผู้รับบริการคาดหวังไว้

3. ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2559, หน้า 6) กล่าวว่า การบริการนับว่าเป็นกิจกรรมประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อชีวิตเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการบริการล้วนแต่เกี่ยวข้องกับทุกคนทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การให้บริการทางการเงิน การศึกษา การแพทย์ การเดินทาง เกี่ยวกับอุปโภคบริโภค และวัด เป็นต้น จะเห็นอย่างชัดเจนว่านอกจากการบริการจะเป็นกิจกรรมที่มีความจำเป็นและเกี่ยวข้องกับคนในฐานะเป็นผู้รับบริการตั้งแต่วันแรกเกิดถึงวันตายแล้ว การบริการยังมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินชีวิตประจำวันมีความสุขสบายยิ่งขึ้นอีกด้วย

อนุก สุวรรณบัณฑิต, และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ (2559, หน้า 257) กล่าวว่า การดำเนินธุรกิจบริการเป็นการนำเสนอสินค้า อันได้แก่ การบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้โดยเป็นการให้บริการของผู้บริการแก่ผู้รับบริการ โดยมีจุดมุ่งหวังที่ความพึงพอใจสูงสุดของผู้รับบริการ ดังนั้น

สิ่งที่สำคัญซึ่งทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะต้องรับรู้ร่วมกันคือคุณภาพในการบริการโดย ความสำคัญของการให้บริการมี ดังนี้

1. การเติบโตของอุตสาหกรรมบริการ ก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมากและสร้าง รายได้เข้าสู่ประเทศ รวมถึงการขยายตัวของธุรกิจภาคบริการต่อเนื่องต่าง ๆ

2. การเพิ่มขึ้นของการแข่งขัน จากคู่แข่งชั้นในประเภทการบริการเดียวกันรวมถึง ข้อบังคับตามกฎหมายการค้าเสรี องค์การจึงต้องมุ่งเน้นคุณภาพการบริการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ อันหนึ่งในการที่จะอยู่รอดในการแข่งขัน

3. การเพิ่มการทำความเข้าใจในตัวผู้รับบริการ โดยผ่านการศึกษาและทำนายต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบริการที่ดี สร้างความพึงพอใจในราคาที่สมเหตุสมผล และนำไปสู่การกลับมาใช้บริการ ซ้ำของผู้รับบริการ

4. การสร้างให้เกิดเหตุผลทางเศรษฐกิจ องค์การธุรกิจบริการมุ่งหวังให้เกิดการกลับมา ใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ การมีฐานผู้รับบริการที่มากซึ่งไม่ได้คำนึงเพียงการสร้างผู้รับบริการราย ใหม่ แต่ยังรวมถึงผู้รับบริการรายเก่าที่จะต้องมุ่งรักษาไว้โดยการสร้างคุณภาพการบริการให้เกิดขึ้น

ธธีร์ธร ธีระขวัญโรจน์ (2562, หน้า 16) กล่าวว่า การบริการเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่ เกี่ยวข้องกับความต้องการและตอบสนองทางด้านจิตใจของมนุษย์ แม้เพียงรอยยิ้มจากผู้ให้บริการ เท่านั้นก็จะสามารถดึงดูดผู้ที่เดินผ่านไปมาให้มาเป็นลูกค้าได้ ดังนั้นการบริการด้วยไมตรีจิตจึงเป็น เสมือนโช่ตรวจมัดใจลูกค้าไม่ให้หนีไปเป็นลูกค้าของคู่แข่ง ในปัจจุบัน การบริการได้เข้ามาอยู่รอบตัว มนุษย์ทุกคนตั้งแต่เช้าจนถึงเข้านอน และการบริการได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากกับทุกธุรกิจ จนกล่าว ได้ว่า การบริการเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มหรือเพิ่มคุณประโยชน์ให้กับสินค้า ซึ่งทำให้ผู้บริโภครับรู้ ถึงผลประโยชน์ หรือสร้างความพึงพอใจที่ตนได้รับมากกว่าผลประโยชน์ที่ได้จากสินค้าเพียงอย่างเดียว

พนิตสุภา ธรรมประมวล (2563, หน้า 6) กล่าวว่า จากความเปลี่ยนแปลงและพัฒนา ของเทคโนโลยี ทำให้ธุรกิจมีการแข่งขันกันมากขึ้น การบริการจึงเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมาก ในการประกอบธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การบริการนั้น แตกต่างจากการจำหน่ายสินค้าโดยส่วนมากจะผสมผสานหรือควบคู่ไปกับสินค้าเช่น การบริการสอน ว่ายน้ำมักจะมีการจัดจำหน่ายหรือให้เช่าชุดว่ายน้ำ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า การบริการให้เช่าที่พักและอาหารและเครื่องดื่มไว้จำหน่าย ศูนย์บริการซ่อมยานพาหนะรถยนต์ จะมีอุปกรณ์อะไรไว้จำหน่ายด้วยเช่นกัน การให้บริการลูกค้า มีความสำคัญมากขึ้นในปัจจุบัน เนื่องมาจากสาเหตุ ดังนี้

1. ลูกค้ามีความคาดหวังที่สูงขึ้นและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น
2. ธุรกิจต่าง ๆ หันมาใช้บริการเป็นเครื่องมือในการแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น

3. การตลาดสายสัมพันธ์ (relationship marketing) มีความสำคัญและได้รับความสนใจจากนักการตลาดมากยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ คือ คุณภาพการให้บริการมีความสำคัญอย่างยิ่งไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพและด้านปริมาณ ซึ่งจะสร้างความรับรู้และความจงรักภักดี ผู้รับบริการกับบริการนั้น ๆ นอกจากผลจะเกิดขึ้นกับผู้รับบริการแล้ว ยังส่งผลให้ผู้บริการลดต้นทุนลดข้อผิดพลาดในการบริการ และนำข้อผิดพลาดไปแก้ไขปรับปรุงการบริการในองค์กรเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลกับองค์กรต่อไป

4. ลักษณะของการให้บริการ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555, หน้า 13-15) กล่าวว่า ลักษณะของการให้บริการยังมีลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ที่เจ้าของกิจการและผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงดังต่อไปนี้

1. เป็นสินค้าที่ไม่อาจจับต้องได้ บริการโดยทั่วไปมีลักษณะที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม ไม่มีตัวตน ไม่มีรูปร่าง ดังนั้น จึงเป็นการยากที่จะสามารถรับรู้ถึงการบริการผ่านประสาทสัมผัสต่าง ๆ ได้ เช่น ไม่สามารถมองเห็น “รูปร่าง” ของ “การท่องเที่ยว” ได้ ดังนั้น ความไม่มีตัวตนของการบริการทำให้ไม่อาจจับต้องบริการดังกล่าวได้ จึงส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค คือ ทำให้ผู้บริโภคเกิด “ความเสียว” ในการเลือกซื้อบริการได้

2. เป็นสินค้าที่มีคุณภาพไม่คงที่ คุณภาพของการบริการทั่วไปมีความไม่แน่นอนค่อนข้างสูง มีคุณภาพไม่คงที่เนื่องจากมักจะขึ้นอยู่กับพนักงานที่เป็นผู้ส่งมอบบริการเวลาที่ให้บริการของผู้ส่งมอบบริการ วิธีการในการให้บริการ และสถานที่ที่ให้บริการแก่ลูกค้า

3. เป็นสินค้าที่ไม่สามารถแยกการบริโภคบริการออกจากผู้ให้บริการได้ เป็นสินค้าที่ไม่สามารถแยกการบริโภคบริการออกจากผู้ให้บริการได้หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าการ “ให้บริการ” และ “บริโภคบริการ” นั้นเกิดขึ้นในระยะเวลาเดียวกัน โดยลูกค้าที่เป็นผู้ซื้อบริการมักจะต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตบริการนั้นด้วย เช่น บริการร้านตัดผม เมื่อลูกค้าตกลงใจซื้อบริการตัดผมขั้นการผลิตจะเริ่มตอนที่ลูกค้านั่งลงบนเก้าอี้ตัดผม ช่างตัดผมจะนำผ้ากันเปื้อนมาคลุมเสื้อให้ และจะถามว่า “ต้องการให้ตัดผมทรงผมแบบไหน” และจะเริ่มลงมือตัดผมของลูกค้า โดยจะเห็นว่าช่างตัดผมทำการตัดผม ลูกค้าก็จะบริโภคสินค้าไปพร้อม ๆ กัน

4. เป็นสินค้าที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ โดยทั่วไปไม่สามารถที่จะเก็บรักษาบริการไว้ในรูปของสินค้าคงคลังได้ เพราะเป็นสินค้าที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ทำให้องค์การเสียโอกาสในการขายบริการได้ เพราะสาเหตุมาจากไม่สามารถแยกการผลิตออกจากการบริโภคของลูกค้าได้ ดังนั้น เมื่อลูกค้ามาซื้อในเวลาใด ผู้ขายจึงจะเริ่มทำการผลิตได้เมื่อนั้น

5. ผู้บริโภคมีส่วนในการสร้างงานบริการอย่างมาก ผู้บริโภคมีส่วนในการสร้างงานบริการอย่างมาก กล่าวคือ การบริการในแต่ละครั้งจะทำให้สนองความต้องการของลูกค้าเป็นราย ๆ ไป หาได้ยากที่จะให้บริการลูกค้า 2 คน เหมือนกันทุกอย่าง เพราะลูกค้าแต่ละคนย่อมมีความต้องการและความชอบ-ไม่ชอบเป็นของตัวเอง

6. การบริการต้อง “ใช้แรงงานคน” อย่างยิ่ง คือ ต้องใช้คนในการบริการ แม้ว่าปัจจุบันเครื่องจักรจะเข้ามาแทนมนุษย์ในการให้บริการหลายประเภท ดังนั้นบริการจะดีหรือไม่ดี มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ถ้าได้คนดีมีจิตสำนึกในการให้บริการดี มีทัศนคติต่อการให้บริการดี และได้รับการปลูกฝังนิสัยในการให้บริการและฝึกฝนตนเองมาดี ก็จะทำให้เกิดการบริการที่เป็นเลิศ ในทางกลับกันถ้าได้คนไม่ดีมาเป็นผู้ทำงานให้บริการ ก็จะเท่ากับผิดพลาดตั้งแต่ต้นแล้วจะหวังให้เกิดบริการที่ดีคงเป็นไปได้ยาก

7. ลูกค้าได้รับความพอใจหรือไม่พอใจ ลูกค้าได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็จะเกิดความรู้สึกในทันที งานบริการเป็นงานให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก ดังนั้น เมื่อผู้รับบริการได้รับการสนองตอบตรงตามความต้องการ ก็จะแสดงออกถึงความรู้สึกที่ดี แต่ในทางกลับกัน ถ้าไม่ได้รับความพอใจก็จะเกิดความรู้สึกในทางที่ไม่ดีต่อผู้ให้บริการและองค์การที่ให้บริการในทันทีเช่นกัน

8. ผลของการบริการเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็ว เพราะงานบริการสามารถเริ่มต้นและดำเนินการได้ในทุกขณะ ทั้งในตอนต้น ตอนกลางและในตอนท้าย เพราะไม่มีข้อจำกัดว่าจะต้องให้บริการเฉพาะในเวลาหนึ่งเวลาใดเท่านั้น

9. ผลของการบริการเชื่อมโยงไปถึงคนและองค์การ เพราะงานบริการสร้างความรู้สึกได้ในทันทีที่ได้รับบริการ จึงสามารถแปรเปลี่ยนเป็นผลจากการให้บริการได้ทั้งในแง่ดีและไม่ดี อาจจะแปรผลจากการให้บริการได้ทั้งในแง่ดีและไม่ดี

10. ผิดพลาดแล้วชดเชยด้วยสิ่งอื่นไม่ได้ ก็เพียงแค่การบรรเทาความไม่พอใจ การบริการที่ผิดพลาดและบกพร่องไม่สามารถจะเปลี่ยนความรู้สึกของผู้รับบริการให้กลับมาดีได้นอกจากเป็นการลดความพอใจที่เกิดขึ้นได้น้อยลง

11. สร้างทัศนคติต่อบุคคลและองค์การได้อย่างมาก การบริการสามารถจะสร้างความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อผู้ให้บริการหรือองค์การอย่างมากมายไม่มีขีดจำกัด ขึ้นอยู่กับลักษณะของการให้บริการที่มีมากน้อยเพียงใด หรือสำคัญมากน้อยเท่าใด

12. สร้างภาพลักษณ์ให้องค์การเป็นเวลานาน การบริการทั้งที่ดีและไม่ดีจะติดอยู่ในความทรงจำของผู้รับบริการอยู่ตลอดไป แม้เมื่อมีการปรับปรุงแก้ไขบริการให้ดีขึ้นมากแล้ว แต่ภาพเก่าที่ไม่ดียังหลงเหลืออยู่ กว่าที่จลล้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดีได้ต้องใช้เวลานับเป็นสิบปี

13. หากเกิดการบกพร่องจะเห็นได้ชัด เพราะการบริการเป็นสิ่งที่ไวต่อการรับรู้ เมื่อมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดไม่สมบูรณ์หรือขาดตกบกพร่องก็จะปรากฏให้เห็นได้ในทันทีทันใด จึงต้องระมัดระวังในเรื่องบริการให้มาก

14. คนเป็นตัวแปรที่สำคัญในการสร้างและทำลายงานบริการ บริการที่ผิดพลาดและบกพร่องนำความเสียหายมาสู่องค์กร จะพบว่าส่วนใหญ่เกิดจากคน องค์กรหลายแห่งเคยได้รับชื่อเสียงยกย่องว่าให้บริการดี แต่พอเปลี่ยนทีมงานที่ให้บริการก็มีเสียงสะท้อนว่าให้บริการด้อยคุณภาพไม่ดีขึ้น และอาจถึงขั้นทำให้เสียผู้รับบริการเดิมไปก็ได้

สมิต สัชฌุกร (2558, หน้า 25-26) กล่าวว่า ลักษณะของการให้บริการมี 3 ประการด้วยกันดังนี้

1. เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น โดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำการบริการจะมีการแสดงออกในลักษณะของสีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง คำพูดและน้ำเสียง การแสดงพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นจะเกิดผลได้ทันที เกิดผลขึ้นได้ตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็วอันเป็นลักษณะเฉพาะของการบริการ

2. เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ การบริการจะเป็นเช่นไรขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการ ซึ่งจะแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึก ความเชื่อ ความปรารถนา และค่านิยม ถ้าสิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจที่ดีก็ย่อมจะมีผลต่อการบริการที่ดีตามไปด้วย

3. เป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ การบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นผู้ให้บริการและต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี เพราะกิจกรรมใด ๆ เกี่ยวกับการบริการจะต้องมีส่วนสัมพันธ์ในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการเป็นผู้ดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2561, หน้า 218-219) กล่าวว่า การให้บริการมีลักษณะ 5 ประการดังนี้

1. บริการไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นจับต้อง หรือรู้สึกถึงการบริการใด ๆ ก่อนการซื้อและรับบริการได้ แต่จะสามารถรับรู้ว่าการบริการนั้นดีหรือไม่ก็ต่อเมื่อได้เข้ารับบริการนั้น ๆ แล้ว ในขณะที่ผู้บริโภคสามารถมองเห็นจับต้องหรือพิจารณาคุณสมบัติของสินค้าได้ก่อนการซื้อ เนื่องจากสินค้าจะมีตัวตนและคุณสมบัติที่ชัดเจน ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลจากประสาทสัมผัสทั้งห้าได้ จึงทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้นและง่ายกว่าการตัดสินใจซื้อบริการ

2. บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (inseparability) การให้บริการและการรับบริการต้องเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ไม่สามารถแยกกระบวนการผลิตและการบริโภคบริการออกจากกันได้ ซึ่งเป็น

ข้อจำกัดในด้านผู้ให้บริการที่เป็นบุคคล และข้อจำกัดด้านเวลา ทำให้สามารถให้บริการได้เพียงครั้งละ 1 ราย พนักงานผู้ให้บริการ 1 คน จึงไม่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าหลาย ๆ ราย ในเวลาเดียวกันได้

3. บริการมีความไม่แน่นอน (variability) คุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ซึ่งส่วนใหญ่ต้องอาศัยความพร้อมของพนักงาน หากพนักงานเกิดความไม่พร้อม ไม่ว่าจะด้านจิตใจหรือร่างกาย อาจส่งผลถึงคุณภาพของการบริการไปด้วย เช่น การเข้าไปรับประทานอาหารในร้านเดียวกัน แต่ต่างเวลาก็กอาจทำให้ไม่ได้รับประทานอาหารที่รสชาติเหมือนกันได้ หรือการเลือกตัดผมกับช่างผมคนเดียวกันก็อาจตัดผมได้ไม่เหมือนกันในแต่ละครั้ง รวมถึงความพร้อมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจของผู้รับบริการด้วย ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และการประเมินคุณภาพของการบริการ เช่น เมื่อเกิดความรู้สึกหรือเกิดทัศนคติในทางลบก็อาจส่งผลต่อการประเมินคุณภาพที่ลำเอียง (bias) ด้วยเช่นกัน

4. บริการจัดทำมาตรฐานได้ยาก (heterogeneous) เนื่องจาก วัสดุอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้กระบวนการเกิดความสะดวกและคู่มือตัวตน แต่ปัจจัยหลักที่จะช่วยในการให้บริการ คือ “คน” และคุณภาพในการให้บริการขึ้นอยู่กับทักษะ ความสามารถและอัธยาศัยของผู้ให้บริการแต่ละคน โดยสิ่งนี้เองที่ทำให้ผู้บริการที่มีฝีมือประสบความสำเร็จได้เฉพาะบุคคล ส่งผลให้การแข่งขันด้านบริการทำได้ยาก เนื่องจากขาดแรงงานที่มีฝีมือและการพยายามพัฒนาคุณภาพของบุคลากรให้เท่าเทียมและการขยายศักยภาพในการให้บริการ เนื่องจากการจัดการคนให้มีมาตรฐานเดียวกันเป็นเรื่องที่ยาก

5. บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perishability) การบริการจะทำได้เพียงครั้งละ 1 หน่วย และจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเกิดการซื้อและรับบริการในขณะเดียวกัน ในขณะที่ลูกค้ามีน้อยพนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงานทำให้เกิดความสูญเสียค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน

ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2559, หน้า 20-23) กล่าวว่า ลักษณะของสินค้าและบริการ มี 4 ประการ ดังนี้

1. การที่ไม่อาจจับต้องได้ บริหารโดยทั่วไปมีลักษณะที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม ไม่มีตัวตน ไม่มีรูปร่าง ดังนั้น จึงเป็นการยากที่จะสามารถรับรู้ถึงการบริการผ่านประสาทสัมผัสต่าง ๆ ได้ เช่น ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างของการท่องเที่ยว ดังนั้น ความไม่มีตัวตนของการบริการที่ทำให้ไม่อาจจับต้องบริการได้ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อผู้รับบริการทำให้เกิดความรู้สึกว่าเกิดความเสียหายในการเลือกใช้บริการ

2. การที่คุณภาพไม่คงที่ หรือขาดความแน่นอน คุณภาพของการบริการโดยทั่วไปมีความไม่แน่นอนค่อนข้างสูง เนื่องจากมักจะขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ พนักงานที่ให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ สถานที่ที่ให้บริการ และวิธีการในการให้บริการ

3. การที่ไม่อาจแยกการผลิตและการบริโภคออกจากกันได้ โดยทั่วไปการบริการมักจะ ถูกเสนอขายก่อน และหลังจากนั้นการผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาเดียวกัน โดยผู้รับบริการที่เป็นผู้ซื้อบริการมักจะต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตบริการนั้นด้วย

4. การที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ โดยทั่วไปไม่สามารถที่จะเก็บรักษาบริการไว้ในรูป ของสินค้าคงคลังได้ ทำให้ผู้ให้บริการเสียโอกาสในการขายบริการ แนวทางในการแก้ปัญหาของนัก การตลาด คือ การปรับความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานบริการ ดังนี้ 1) ด้านอุปสงค์ คือ การตั้งราคา ค่าบริการให้แตกต่างกันตามฤดูกาล ให้บริการเสริม และสร้างระบบการจองล่วงหน้า และ 2) ด้านอุปทาน คือ จ้างพนักงานชั่วคราว ให้ลูกค้าบริการตนเอง แสวงหาพันธมิตรในการให้บริการ และเตรียมหาสถานที่สำหรับการขยายบริการในอนาคต

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2559, หน้า 10) กล่าวว่า ลักษณะของการให้บริการ เฉพาะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) บริการเป็นผลการปฏิบัติงานอาศัย ประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการมาเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจใช้บริการและมีแนวโน้มจะใช้ทัศนะ มากกว่าวัตถุประสงค์

2. ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (inseparability) บริการแยกไม่ได้ระหว่างการผลิต และการบริโภค สินค้าจะเริ่มต้นจากการผลิตไปสู่การขายและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน

3. ไม่แน่นอน (variability) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perishability) บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ จึงมีกำลังการผลิต ไม่ได้ใช้ในบางเวลา และบริการไม่มีสินค้าคงคลัง

5. ไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ (ownership) เป็นการบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็น เจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น

ธธีร์ธ ธีระขวัญโรจน์ (2562, หน้า 27-28) กล่าวว่า ลักษณะการบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ ดังนี้

1. ความไม่มีตัวตน การบริการไม่สามารถมองเห็นจับต้องหรือสัมผัสได้โดยใช้ประสาท สัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะเป็ตา หู จมูก ลิ้น ผิวน้ำมือ บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ เช่น หากจะซื้อน้ำหอมผู้ซื้อย่อมจับขวดน้ำหอมมาทดสอบ จับได้ดมกลิ่นได้หรือซื้อเป็นขวดได้

2. ความแตกแยกกันไม่ได้ ระหว่างผู้ให้บริการลูกค้าผู้รับบริการ ในช่วงเวลา การให้บริการนั้น เช่น บริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ ที่ให้บริการในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ส่วนกรณีการปรึกษาปัญหาทางจิต และปัญหาทางกฎหมายทางโทรศัพท์ แม้ว่าผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะอยู่กันคนละสถานที่ แต่ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ในช่วงเวลาที่ให้บริการนั้น

3. การเก็บรักษาไม่ได้ การบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้น หากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์และก่อให้เกิดรายได้ได้

4. ความต้องการที่ไม่แน่นอน ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในแต่ละวัน ในวันต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล เช่น สาขาของธนาคารช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากในช่วงบ่าย ช่วงวันจันทร์และวันศุกร์จะมีลูกค้าฝากถอนเงินมากกว่าในช่วงวันอื่น ๆ ในสัปดาห์ ช่วงปลายเดือนที่มีเงินเดือนพนักงานบริษัทออกเครื่องเอทีเอ็ม จะต้องมีปริมาณเงินสดมากกว่าช่วงอื่นของเดือน จะเห็นได้ว่าการบริการนั้นแตกต่างจากสินค้าหลายประเภท เช่น ปริมาณการบริโภคน้ำตาลย่อมไม่แตกต่างกันมากนักในแต่ละวัน

5. ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง คือความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ เนื่องจากกรรมการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ซึ่งการที่พนักงานจะยิ้มหรือไม่ จะให้บริการด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ ต้องขึ้นกับองค์ประกอบ อื่น ๆ ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ

พินิตสุภา ธรรมประมวล (2563, หน้า 9-10) กล่าวว่า ลักษณะของตลาดบริการมีลักษณะดังนี้ คือ บริการไม่มีตัวตน จับต้องและสัมผัสไม่ได้ แยกจากกันไม่ได้ ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ เก็บรักษาไม่ได้ความต้องการที่ไม่แน่นอน บริการในแต่ละครั้งไม่เท่ากันไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ ซึ่งปัจจุบันลักษณะของการบริการจะมีทั้งให้บริการที่ให้บริการและผู้รับบริการต้องพบหน้า หรือการให้บริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์โดยผู้รับบริการสามารถบริการได้ด้วยตนเอง

สรุปได้ว่า ลักษณะของการให้บริการมี 5 ลักษณะ ได้แก่ 1) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ 2) การบริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ 3) การบริการไม่มีความแน่นอน 4) การบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ และ 5) การบริการไม่สามารถเป็นเจ้าของได้

5. ประเภทของการให้บริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2560, หน้า 23-24) กล่าวว่า ประเภทของการให้บริการแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ตามความสำคัญหรือการทำกำไรให้ธุรกิจ ดังนี้

1. การบริการหลัก การบริการประเภทนี้เป็นหัวใจหลักของธุรกิจ โดยทั่วไปบริการหลักจะสร้างกำไรให้ธุรกิจมากแต่อย่างไรก็ตาม บริการหลักมักจะมีข้อขัดข้องในการให้บริการหรือการส่งมอบให้กับลูกค้ามากกว่าประเภทของบริการอีกสองประเภทตามที่กล่าวข้างต้น เช่น ในธุรกิจธนาคาร การปล่อยสินเชื่อถือว่าเป็นบริการที่สร้างกำไรมาก ในมหาวิทยาลัย การสอนที่มีมาตรฐาน

ถือว่าเป็นบริการที่เป็นตัวสร้างรายได้หลัก ดังนั้นบริการเหล่านี้ผู้บริการจะต้องให้ความสำคัญมาก ในการพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งมอบบริการหลักที่แข่งขันกับคู่แข่งได้

2. การบริการเสริม การบริการประเภทนี้สร้างรายได้และทำกำไรให้กับธุรกิจได้ แต่น้อยกว่าการบริการหลัก บริการเสริมในมหาวิทยาลัย เช่น การให้บริการอบรมคอมพิวเตอร์ แก่บุคคลภายนอก บริการเสริมในโรงพยาบาล เช่น ร้านอาหาร ร้านทำผม บริการเสริมเหล่านี้เป็นเหมือนสีสนให้กับธุรกิจนั้น ๆ บริการเสริมมีความซับซ้อนน้อยกว่าบริการหลัก ดังนั้นธุรกิจใดจะมีบริการเสริมได้ก็ต่อเมื่อได้พัฒนาบริการหลักให้มีความไว้วางใจจากลูกค้าก่อน เพราะมีเช่นนั้นแล้ว บริการเสริมจะกลายเป็นบริการหลัก และในที่สุดจะต้องเปลี่ยนประเภทของธุรกิจนั้น

3. การบริการอื่น ๆ การบริการประเภทนี้ไม่ได้เป็นหัวใจหลักของธุรกิจ แต่เป็นบริการที่ขาดไม่ได้เนื่องจากเป็นบริการที่สนับสนุนบริการหลักและบริการเสริมให้ดำเนินต่อไปได้อย่างสะดวก การบริการประเภทนี้มักไม่ทำกำไรให้กับธุรกิจหรือเป็นค่าใช้จ่ายนั่นเอง บริการประเภทนี้ เช่น การให้บริการที่จอดรถ การให้บริการลิฟต์ การให้บริการรักษาความปลอดภัย ผู้บริหารควรลดค่าใช้จ่ายประเภทนี้แต่ต้องไม่ทำให้มีผลกระทบต่อคุณภาพในการให้บริการของธุรกิจ เช่น การจ้างบริษัทรักษาความปลอดภัยจากบริษัทภายนอก แทนการจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัยของบริษัทเอง

สมิต สัจฉกร (2561, หน้า 28) กล่าวว่า ประเภทของการให้บริการแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่

1. การบริการโดยตรง เป็นการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการเฉพาะหน้า เช่น ขายของให้ ทียบห่อให้ จัดส่งให้ เป็นต้น

2. การบริการทางอ้อม เป็นการดำเนินการที่เป็นประโยชน์โดยไม่ได้สัมผัสเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการโดยตรง แต่ผู้รับบริการได้รับประโยชน์โดยอาจไม่เคยพบเห็นผู้ให้บริการเลย เช่น คนออกแบบตกแต่งห้อง ให้บริการความสวยความงาม ประโยชน์ใช้สอยของห้อง แต่ไม่รู้ว่าคุณค่าเป็นใคร ลูกค้าก็ไม่รู้ว่าผู้ให้บริการเป็นใคร แต่มีการให้และการรับบริการระหว่างกัน

ฉีร์ฉรร ฉีระขวัญโรจน์ (2562, หน้า 34-35) กล่าวว่า การบริการ เป็นวิธีในการให้บริการที่แตกต่างกันประเภทของการให้บริการมี ดังนี้

1. การบริการหลัก มีความซับซ้อนทั้งในด้านการให้ข้อมูลกับลูกค้าหรือการให้บริการ หลังการขายยังจำเป็นต้องใช้พนักงานต่อไป ซึ่งพนักงานแต่ละคนจะต้องทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อรองรับลูกค้าที่มากขึ้น ในขณะที่จำนวนพนักงานที่ให้บริการลดลง นอกจากนี้จะต้องมีการนำอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้มากขึ้น เพื่อลดระยะเวลาในการให้บริการลูกค้าในแต่ละราย

2. บริการเสริม ในอนาคต การบริการประเภทนี้ควรใช้พนักงานให้น้อยลงกว่าบริการหลักเนื่องจากลูกค้าจะเชื่อถือและให้ความไว้วางใจกับบริการหลัก มากกว่าบริการเสริมหากมีพนักงานไม่เพียงพอผู้บริหารควรจัดสรรพนักงานที่มีอยู่ ส่งมอบบริการหลักได้อย่างมีคุณภาพ หากมีพนักงาน

จำนวนหนึ่งเหลืออยู่ จะจัดสรรไปให้แก่บริการเสริมหรือบริการอื่นต่อไป ดังนั้น แนวโน้มของบริการเสริมคือจะใช้พนักงานน้อยลงแต่จะใช้เครื่องมือและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

3. บริการอื่น ๆ การให้บริการประเภทนี้ในอนาคตธุรกิจจะจ้างบริษัทที่มีความชำนาญในด้านบริการแต่ละประเภทมาดำเนินการแทน รวมทั้งการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น การยกเลิกการจ้างพนักงานจ่ายบัตรจอดรถ แต่จะนำระบบออกบัตรจอดรถอัตโนมัติ มาใช้แทน แต่อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารธุรกิจต้องไม่ลืมว่าจะต้องมีการฝึกฝน และอบรมพนักงานที่จ้างมาจากบริษัทภายนอกให้มีคุณภาพ และส่งมอบบริการอย่างดีเยี่ยมเสมือนหนึ่งเป็นพนักงานของบริษัท

พินิตสุภา ธรรมประมวล (2563, หน้า 12) กล่าวว่า ประเภทของการบริการประกอบไปด้วยดังนี้ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ความคาดหวังของผู้รับบริการ ความพร้อมในการให้บริการ ความมีคุณค่าของการบริการ ความสนใจต่อการให้บริการ ความสุภาพในการให้บริการ ความเชื่อถือและไว้วางใจ ความรวดเร็ว การรับประกันและการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ซึ่งผู้ให้บริการต้องมีการวางแผนร่วมกันทั้งองค์กร และฝ่ายบริหารในการจัดการแต่ละองค์ประกอบอย่างมีประสิทธิภาพ และการลำดับความสำคัญแต่ละองค์ประกอบขึ้นอยู่กับการบริการแต่ละประเภท

สรุปได้ว่า ประเภทของการบริการนั้นแบ่งออกเป็น 1) การบริการหลักหรือการบริการโดยตรง การให้บริการที่เป็นบริการที่สัมผัสจับต้องได้ เช่น การบริการขนส่งสินค้า 2) บริการเสริมหรือบริการทางอ้อม ความคาดหวังของผู้รับบริการที่จะได้จากการบริการหลัก เช่นระหว่างคอยมีบริการเครื่องมือและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ ไวไฟ (wifi) สำหรับผู้ใช้บริการ และ 3) การให้บริการอื่น ๆ เป็นบริการที่สนับสนุนบริการหลักและบริการเสริมให้ดำเนินต่อไปได้อย่างสะดวก เช่น มีบริเวณที่นั่งพักคอยระหว่างรอ หรือการติดต่อประสานงานกับหน่วยงาน

คุณภาพการให้บริการผู้รับบริการ

1. ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ

1.1 ความหมายของความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555, หน้า 29) ได้ให้ความหมายว่า ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ หมายถึง การให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ตกลงกันไว้ และตรงต่อเวลา ให้บริการตามที่สัญญาไว้ แสดงให้เห็นถึงความเชื่อถือ ให้บริการตรงกับความต้องการของลูกค้า และควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือการเข้าพบลูกค้า

ธีรฤติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2559, หน้า 186) ได้ให้ความหมายว่า ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจหมายถึง ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง และไว้วางใจซึ่งได้แก่ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้ การเก็บรักษาข้อมูลของ

ลูกค้า และการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า การทำงาน ไม่ผิดพลาด การบำรุงรักษา อุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ และการมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคนอื่นๆ (2558, หน้า 345) ได้ให้ความหมายว่า ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ หมายถึง บริการที่ให้แก่ลูกค้า และการแก้ปัญหาให้แกลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง ซึ่งบริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อถือ และความไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2560, หน้า 29-30) ได้ให้ความหมายว่า ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อใจที่ลูกค้ามีต่อธุรกิจ ซึ่งพิจารณาจากชื่อเสียง ความซื่อสัตย์และความโปร่งใสในการดำเนินงานธุรกิจ และเป็นกระบวนการการทำงานหรือขั้นตอนการบริการที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้เมื่อต้องการ โดยไม่เสียเวลาค้นหาสถานที่ รอคอยการบริการ และมีขั้นตอนในการติดต่อที่ยาวนาน

ธีรธร ธีระขวัญโรจน์ (2562, หน้า 106) กล่าวว่า ความไว้วางใจ หรือความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความสามารถในการมอบบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญาหรือที่ควรจะเป็นได้อย่างถูกต้องและตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้น ภายในเวลาที่เหมาะสม

พนิตสุภา ธรรมประมวล (2563, หน้า 259) กล่าวว่า ความไว้วางใจ หรือความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความสามารถที่จะให้บริการตามที่สัญญากับลูกค้าไว้ได้อย่างถูกต้องโดยไม่ต้องมีผู้ช่วยเหลือ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพมีกิริยาท่าทาง และมารยาทที่ดีในการให้บริการ สามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุดให้บริการถูกต้องตามระเบียบ ขั้นตอนและระยะเวลาที่กำหนดไว้ ได้รับเอกสารครบถ้วนถูกต้อง

1.2 ลักษณะของความไว้วางใจ หรือความน่าเชื่อถือ

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555, หน้า 33) กล่าวว่า ลักษณะของความไว้วางใจ หรือความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการมี ดังนี้

1. ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้และตรงต่อเวลา
2. ควรให้บริการตามที่สัญญาไว้
3. แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ
4. ควรให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า
5. ควรให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า
6. ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือการเข้าพบลูกค้า

อรจันทร์ ศิริโชติ (2556, หน้า 258) กล่าวว่า ลักษณะของความไวใจ หรือความน่าเชื่อถือ มีดังนี้

1. บริษัทได้ให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้
2. เมื่อลูกค้ามีปัญหา บริษัทแสดงออกถึงความจริงใจในการแก้ปัญหา
3. บริษัทให้การบริการที่ถูกต้องเหมาะสม ตั้งแต่การให้บริการในครั้งแรก
4. บริษัทได้ให้บริการตรงตามเวลาที่สัญญาไว้
5. บริษัทไม่มีประวัติในเรื่องความผิดพลาดในการให้บริการ

พนิตสุภา ธรรมประมวล (2563, หน้า 106) กล่าวว่า ความเชื่อถือได้ ในทุกขั้นตอนของการให้บริการต้องมีความเชื่อถือได้ทำให้มั่นใจในการใช้บริการ เช่น ร้านอาหารที่คิดราคาถูกต้องตรงกับรายการและจำนวนอาหารที่ลูกค้าสั่ง ลูกค้ายอมให้ความเชื่อถือและจะกลับไปรับประทานอาหารที่ร้านนั้นอีกครั้ง และอาจบอกต่อคนรู้จัก ในทางตรงกันข้ามกับร้านอาหารที่คิดราคาค่าบริการเกินกว่าความเป็นจริง ย่อมทำให้ลูกค้าหมดความเชื่อถือ และไม่กลับไปใช้บริการที่ร้านนั้นอีก และจะบอกต่อในทางลบกับคนใกล้ชิดทั้งของครอบครัวและเพื่อนที่ทำงาน เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ลักษณะของความไวใจหรือความน่าเชื่อถือ ว่าเป็นความสามารถในการมอบบริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญาหรือที่ควรจะเป็นได้อย่างถูกต้องและได้ตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นภายในเวลาที่เหมาะสม และการบริการที่ดีต้องสร้างความน่าเชื่อถือและมั่นใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการบริการและความสามารถของพนักงาน

1.3 ความสำคัญของความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ

กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2557, หน้า 58) กล่าวว่า ความสำคัญของความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ เป็นความสามารถในการให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจได้และเที่ยงตรงสม่ำเสมอ ลูกค้ามักต้องการบริการที่เชื่อถือได้ในมิติน้อยหลากหลายรูปแบบ เช่น การบริการตรงต่อเวลา รักษากระบวนการแบบมาตรฐาน

ฉัตยาพร เสมอใจ (2559, หน้า 171) กล่าวว่า ความเชื่อถือได้ มักมีความสำคัญที่สุดในด้านการรับรู้คุณภาพ ได้แก่ ศักยภาพในการทำตามคำมั่นสัญญาที่จะให้บริการที่เชื่อถือได้ และความแม่นยำในการให้บริการ

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2556, หน้า 33) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ มีความสำคัญคือ ความสามารถของหน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการที่จะส่งมอบการบริการได้ตรงตามเวลา และให้บริการได้อย่างครบถ้วนและเป็นไปตามที่ตกลงกันไว้

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2556, หน้า 271) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ มีความสำคัญคือ องค์กรจะต้องให้บริการอย่างถูกต้องเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรก และหมายถึง องค์กรนั้นรักษาสัญญาที่รับปากกับลูกค้าไว้

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความสำคัญของความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ว่าผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ มีการบริการที่สม่ำเสมอ เพียงตรง และตรงตามเวลา สามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุด

1.4 ลักษณะของความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555, หน้า 33) กล่าวว่า คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ มีผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ประกอบด้วย

1. ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้และตรงต่อเวลา
2. ควรให้บริการตามที่สัญญาไว้
3. แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ
4. ควรให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า
5. ควรให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า
6. ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือเข้าพบลูกค้า

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2556, หน้า 32) กล่าวว่า คุณลักษณะของความคาดหวังในคุณภาพของการบริการที่ผู้รับบริการตั้งไว้นั้นไม่ตรงกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับจริงจะทำให้เกิดช่องว่างขึ้น ซึ่งเป็นการบริการที่ไม่ได้คุณภาพ ขาดความน่าเชื่อถือ ดังนั้นหน่วยงานผู้ให้บริการจะต้องพยายามตรวจสอบการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และพยายามวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อลดช่องว่างนี้ให้น้อยลงจนกระทั่งไม่เหลืออยู่เลย หรือทางที่ดีคือ จะต้องพยายามเสนอการบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการซึ่งจะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากและเกิดความภักดีกับหน่วยงานบริการให้มากที่สุด

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2558, หน้า 107) กล่าวว่า ลักษณะของความน่าเชื่อถือและไว้วางใจว่า เป็นความสามารถในการมอบบริการ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญาหรือที่ควรจะเป็นได้อย่างถูกต้องและได้ตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นภายในเวลาที่เหมาะสม เช่น การรักษาคนไข้ของโรงพยาบาล ต้องรักษาให้หายป่วย การฝากเงินกับธนาคารต้องมีการรักษาเงินในสมุดบัญชีให้อยู่ครบทุกบาททุกสตางค์ คำนวณดอกเบี้ยไม่ผิดพลาด การทำนายโชคชะตาต้องมีความแม่นยำในการทำนาย

ชูชัย สมितिไกร (2559, หน้า 197) กล่าวว่า ลักษณะของความน่าเชื่อถือและไว้วางใจว่า การบริการเป็นการรับรู้ของผู้บริโภคว่าแหล่งหรือผู้ส่งสารมีความเชี่ยวชาญ มีใจเป็นกลาง

หรือน่าไว้วางใจ แหล่งหรือผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือจะมีอิทธิพลในการชักจูงใจผู้บริโภคที่ยังไม่มีข้อมูลมากนักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ หรือยังไม่มีทัศนคติที่โน้มเอียงไปทางใดทางหนึ่ง ความน่าเชื่อถือของแหล่งหรือผู้ส่งสารจะเพิ่มมากขึ้นมากกว่าเดิม หากผู้บริโภคคิดว่าแหล่งหรือผู้ส่งสารอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ลักษณะของการให้ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจแก่ผู้รับบริการ ประกอบด้วย ผู้ให้บริการสร้างความรู้สึกมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ ผู้ให้บริการให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้และตรงต่อเวลาและผู้ให้บริการมีความสุขภาพอ่อนโยน

2. ด้านความมั่นใจ

2.1 ความหมายของความมั่นใจ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555, หน้า 61) ได้ให้ความหมายว่า ความมั่นใจ หมายถึง ผู้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยปราศจากความเสี่ยงอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจในตัวผู้บริการ

รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2556, หน้า 33) ได้ให้ความหมายว่า ความมั่นใจ หมายถึง ความสามารถของหน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการที่จะส่งมอบการบริการได้ตรงตามเวลา และให้บริการได้อย่างถูกต้องครบถ้วนตามที่ตกลงกันไว้

วิระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2556, หน้า 106) ได้ให้ความหมายว่า ด้านความมั่นใจ หมายถึง การที่ธุรกิจบริการสามารถให้บริการได้ตามสัญญาหรือข้อตกลงที่ดีไว้กับลูกค้า

จันทวรรณ ปิยะวัฒน์ (2558, ย่อหน้า 2) ได้ให้ความหมายว่า ความมั่นใจ หมายถึง การมีความรู้สึกในเชิงบวกต่อสิ่งที่เราสามารถทำได้ และไม่กังวลในสิ่งที่ไม่สามารถทำได้ โดยที่ยังคงมีความปรารถนาที่จะเรียนรู้สิ่งดังกล่าวอยู่เสมอ

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2559, หน้า 191) ได้ให้ความหมายว่า ความมั่นใจ หมายถึง ภาพรวมของความสามารถของผู้ให้บริการ มารยาทของเจ้าหน้าที่ และความปลอดภัยเมื่อมารับบริการ ความสามารถของเจ้าหน้าที่จะเกี่ยวข้องกับความรู้และทักษะในการบริการเพื่อนำความเชื่อถือและความมั่นใจมาสู่ลูกค้าและมารยาทจะดูได้จากปฏิกิริยาของเจ้าหน้าที่ที่มีต่อลูกค้า

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 592) ได้ให้ความหมายว่า ความมั่นใจ หมายถึง การบริการที่สมาชิกรับบริการแล้วหลายครั้ง จนทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและยอมรับได้ว่าบริการที่ได้รับนี้มีคุณภาพดี มีความถูกต้องเที่ยงตรง และเป็นไปตามที่ได้สัญญาไว้ระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ เพราะความน่าเชื่อถือนี้จะสร้างให้เกิดความมั่นใจในการที่จะเข้ามาใช้บริการและมีการบอกต่อ ส่งผลทำให้มีการเพิ่มจำนวนสมาชิกมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความมั่นใจ หมายถึง ความรู้ความสามารถ และความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้ใช้บริการ โดยการสร้างให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความมั่นใจในการให้บริการและทำตามคำสัญญาไว้ มีความเชื่อมั่นสูงต่อการมารับบริการในแต่ละครั้ง และครั้งต่อ ๆ ไป ได้อย่างต่อเนื่องกันไปในอนาคต และไม่ต้องการจะเปลี่ยนไปรับบริการจากผู้ให้บริการรายอื่น

2.2 องค์ประกอบของความมั่นใจ

เพียงพร บุญแสน (2559, หน้า 42) กล่าวว่า ความมั่นใจในการบริการจะสัมพันธ์กับการคำนึงผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าโดยเอื้อสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการมีความมั่นคง ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทหรือองค์กร บุคลิกภาพส่วนบุคคลของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้า รวมถึงความซื่อสัตย์และความจริงใจของผู้ให้บริการ ซึ่งสิ่งต่างๆ ล้วนแต่เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กรมั่นคงและสามารถดำเนินงานต่อไปโดยไม่มีความเสี่ยง และลูกค้าเกิดความเชื่อถือในการให้บริการ

มานพ สละเจริญ (2558, หน้า 35) กล่าวว่า การสร้างความมั่นใจให้กับผู้มารับบริการ เป็นความสามารถในการให้บริการตามที่ให้สัญญาไว้และความน่าเชื่อถือ มาตรฐานการให้บริการไม่ตกต่ำ มีความสม่ำเสมอและความพร้อมที่จะให้บริการ ประกอบด้วย 1) อุปกรณ์และเครื่องจักร 2) การดำเนินการซ่อมบำรุง 3) หลักฐานการรับ - ส่ง และ 4) หน้าที่ของการทำงาน

บุญส่ง จำปาโพธิ์ (2559, ย่อหน้า 2) กล่าวว่า องค์ประกอบของความมั่นใจประกอบด้วย

1. การหาต้นแบบ ลองหาต้นแบบจากบุคคลสำคัญที่ชื่นชมในการอ่านประวัติ จะช่วยสร้างกำลังใจให้ได้ ไม่ใช่ทุกคนที่เกิดมาพร้อมๆ ทุกสิ่งทุกอย่างต้องสร้างขึ้นได้ด้วยตนเอง และทุกสิ่งทุกอย่างจะเริ่มเข้มแข็งยึดมั่นในเป้าหมายมุ่งมั่นที่จะก้าวต่อไปและมั่นใจที่จะดำเนินชีวิต

2. เปิดหูเปิดตา เปิดโลกทัศน์ว่าใครทำอะไรที่ไหน อย่างไรเมื่อรู้สิ่งที่ดีควรจะเป็นหรือควรจะทำเป็นอย่างไรก็จะช่วยลดความประหม่าลดความกังวลลง และจะมีความมั่นใจมากขึ้นเมื่อต้องเผชิญหน้ากับสถานการณ์ใหม่ๆ

3. สร้างภาพลักษณ์ภาพตนเองในแบบที่ต้องการหรืออาจจะเป็นสถานการณ์ต่างๆ ที่ต้องเผชิญ เช่น การยืนอยู่ต่อหน้าคนอื่นสร้างภาพให้ชัดเจนว่ามีความมั่นใจดูดี เก่ง และน่าเชื่อถือ สร้างภาพคนรอบข้างกำลังยิ่งชื่นชม สร้างภาพว่าลูกค้ากำลังสนทนากับสิ่งที่เผชิญและจินตนาการว่ากลับบ้านด้วยรอยยิ้มของความสำเร็จเมื่องานนั้นลุล่วงด้วยดี

4. ทำความคุ้นเคย หากสิ่งใหม่ ๆ สำหรับงานใหม่ มั่นนากลัวทำให้ไม่มั่นใจคาดเดาไม่ถูกว่าจะพบกับอะไร ความกังวลจะเกิดขึ้น แต่หากลูกค้าได้มีโอกาสคลุกคลีกับสิ่งแวดล้อมหรือผู้คนกลุ่มนั้น ลูกค้าจะรู้สึกสบายใจและมีความมั่นใจมากขึ้น

5. ยึดตัวตรง คนที่มีความมั่นใจ และมีความสุขมักจะยืนและเดินอย่างสง่าผ่าเผย การยึดตัวตรงไม่เพียงแต่จะเป็นผลของความรู้สึกมั่นคงต่อผู้อื่น แต่ยังมีผลถึงความรู้สึกมั่นคงใจ

6. หมั่นฝึกซ้อม คนส่วนใหญ่มักมองข้ามความสำคัญของการฝึกซ้อม รับมือทุกสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น เช่น ถ้าได้รับเชิญไปพูดต่อหน้าสาธารณชนก็ควรมีการฝึกซ้อมก่อนเพื่อจะได้หาข้อบกพร่องและแก้ไขก่อนถึงวันจริง

7. พร้อมรับมือ ไม่มีอาชีพใดที่จะยอมลงสนามขณะที่ยังไม่พร้อม และรับมือกับทุกสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นอย่างชาญฉลาด และมั่นใจ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า องค์ประกอบของความมั่นใจ ได้แก่ 1) เป็นความสามารถในการให้บริการตามที่ให้สัญญาไว้และความน่าเชื่อถือ 2) คำมั่นถึงผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้ามีมาตรฐานการให้บริการ มีความสม่ำเสมอและความพร้อมที่จะให้บริการ ประกอบด้วยอุปกรณ์และเครื่องจักร การดำเนินการซ่อมบำรุง หลักฐานการรับ-ส่ง และหน้าที่ของการทำงาน โดยเอื้อสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการมีความมั่นคง ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัท หรือองค์กร และ 3) บุคลิกภาพส่วนบุคคลของพนักงานที่ติดต่อลูกค้า รวมถึงความซื่อสัตย์และความจริงใจของผู้ให้บริการ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ ล้วนแต่เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กรมั่นคงและสามารถดำเนินงานต่อไปได้โดยไม่มีความเสี่ยง และลูกค้าเกิดความเชื่อถือในการให้บริการ

2.3 ลักษณะของความมั่นใจ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555, หน้า 33) กล่าวว่า ลักษณะของความมั่นใจผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยปราศจากความเสี่ยงอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความมั่นใจได้ในตัวผู้ให้บริการ ดังนี้

1. สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้
2. ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ
3. มีความสุภาพอ่อนน้อม
4. มีความรู้ในงานที่ให้บริการ

ฤดี หลิมไพโรจน์ (2555, หน้า 97) กล่าวว่า ลักษณะของความมั่นใจ เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการมักใช้ในการวางตำแหน่งทางการตลาดสำหรับธุรกิจที่ความเชื่อและความมั่นใจในตัวผู้ให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อ เช่น บริษัทประกันภัย นิยมใช้ประโยคที่เน้นย้ำความมั่นใจได้ในการโฆษณาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

ฉัตยาพร เสมอใจ (2559, หน้า 171) กล่าวว่า ลักษณะของความมั่นใจ เป็นการให้บริการนั้นผู้บริโภคจะมีความรู้สึกว่ามีความเสี่ยงในการใช้บริการสูงกว่าการใช้สินค้า เนื่องจากต้องเข้าไปเกี่ยวข้องในกระบวนการบริการโดยตรง ผู้บริโภคอาจรู้สึกไม่มั่นใจจากสิ่งต่างๆ ในการบริการ หรือความรู้ความสามารถของพนักงาน ในการสร้างความมั่นใจต้องคำนึงถึงสิ่งที่ลูกค้ากังวล และแสดง

ให้เห็นถึงความมั่นใจเหล่านั้นโดยการสะท้อนในภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร บุคลากร หรือสโลแกนที่จะกลายเป็นคำมั่นสัญญา

พาราสุรามัน, ซีธัมล, และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 2008, p. 123) กล่าวว่า ลักษณะของการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการใช้บริการ โดยปราศจากความเสี่ยงอันตรายต่างๆ ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวผู้ให้บริการ เช่น พนักงานต้องสามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ พนักงานทำให้ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ พนักงานต้องมีความสุภาพอ่อนน้อม พนักงานต้องมีความรู้ในงานที่ให้บริการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ลักษณะของความมั่นใจ เป็นผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดีไม่มีความผิดพลาดเกิดขึ้นมีการจัดเก็บข้อมูลทั้งในรูปแบบของแฟ้มข้อมูลหรือบันทึกทางคอมพิวเตอร์อย่างถูกต้องให้บริการด้วยความถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรกมีผลงานและความพร้อมในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ตามเวลาที่กำหนดความคล่องแคล่วไวในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการในช่วงเวลาที่จำกัด

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

3.1 ความหมายของการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555, หน้า 29) ได้ให้ความหมายว่า การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง การให้บริการอย่างรวดเร็ว และยินดีให้บริการเมื่อผู้รับบริการต้องการ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2559, หน้า 171) ได้ให้ความหมายว่า การตอบสนองต่อลูกค้า หมายถึง เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า การเตรียมความพร้อมในการให้บริการ และความรวดเร็วในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งมาตรฐานด้านความเร็วและความพร้อมของบริษัทในมุมมองของลูกค้าอาจมากกว่าที่บริษัทวางไว้

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2556, หน้า 34) ได้ให้ความหมายว่า การตอบสนองต่อลูกค้าหมายถึง ความพร้อมของหน่วยงานบริการ และผู้ปฏิบัติงานให้บริการที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ทันทีที่ต้องการโดยไม่ปล่อยให้ต้องรอนาน

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2556, หน้า 7) ได้ให้ความหมายว่า การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า อย่างรวดเร็วฉับไว เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ใช้ในการวางตำแหน่งทางการตลาด

เท็นเนอร์, และดีโตรี (Tenner, & Detoro, 1992, p.85) ได้ให้ความหมายว่า การตอบสนองต่อลูกค้า หมายถึง เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที และบริการด้วยความยินดีและเต็มใจการบริการ โดยมีความเต็มใจให้การต้อนรับและตอบสนองความต้องการของผู้บริการในทันที

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 592) ได้ให้ความหมายว่า การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความเต็มใจช่วยเหลือและให้บริการโดยฉับพลัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงทีผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการรวมทั้งจะต้องกระจายให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

3.2 องค์ประกอบของการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

พิเชษ บัญญัติ (2557, หน้า 448) กล่าวว่า องค์ประกอบของการตอบสนองบริการ โดยบริการสุขภาพทั้ง 3 ประเภทไม่ว่าจะเป็นบริการส่วนบุคคล บริการกลุ่ม หรือบริการสังคมจะมีองค์ประกอบสำคัญอยู่ 3 อย่าง คือ

1. บริการซึ่งเกิดจากการปฏิบัติของบุคคลผู้ให้บริการ (personalized service) เป็นผลลัพธ์จากการปฏิบัติงาน (เทคนิคบริการและพฤติกรรมบริการ) ที่ผู้ให้บริการกระทำกับผู้รับบริการ เช่น การทำหัตถการของแพทย์หรือกิริยาท่าทางคำพูดสีหน้าในการให้บริการ

2. บริการที่เกิดจากเครื่องมือ สถานที่ที่เตรียมไว้ให้บริการ (mechanized service หรือ facility content in service) เป็นผลลัพธ์ของบริการที่เตรียมไว้อำนวยความสะดวก หรือประกอบในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ เครื่องมือ อาคาร สถานที่ สิ่งแวดล้อมหรือ บรรยากาศ โดยที่เมื่อเสร็จสิ้นการให้บริการแล้วไม่ต้องมอบให้ลูกค้าด้วย

3. ผลผลิตภัณฑในการบริการ (product content in service) เป็นสิ่งที่ประกอบการในการให้บริการและส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการไปด้วย เช่น ยา อาหาร น้ำดื่มและวัสดุการแพทย์

มานพ สละเจริญ (2558, หน้า 36) กล่าวว่า การตอบสนองต่อผู้รับบริการ เป็นการให้ความช่วยเหลือผู้มาขอรับบริการด้วยความยินดีและพร้อมที่จะให้บริการได้ในทันที ประกอบด้วยจำนวนเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ระบบบริการรับ - ส่ง การจัดเตรียมวัสดุ - อุปกรณ์ และการติดต่อสอบถาม

ศิริพร วิษณุหิมาชัย (2560, ย่อหน้า 3) กล่าวว่า การตอบสนองผู้รับบริการจะต้องแสดงออกถึงความเต็มใจให้บริการ กระตือรือร้น และควรให้บริการตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ พร้อมเสียสละเวลาในการให้บริการ

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ได้แก่ 1) ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ที่จะบริการแก่ผู้รับบริการให้ทันท่วงทีด้วยความเอาใจใส่ 2) ให้ความช่วยเหลือด้วยความเต็มใจที่จะให้บริการ และ 3) เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ รวมถึงความตั้งใจในการบริการรวมถึงการบริการด้วยความรวดเร็วและให้บริการตามลำดับที่กำหนดไว้

3.3 ลักษณะของการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555, หน้า 61) กล่าวว่า ลักษณะของการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีดังนี้ 1) ให้บริการอย่างรวดเร็ว 2) มีความยินดีที่จะให้บริการเสมอ และ 3) มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ

พิชิต สุขเจริญพงษ์ (2555, หน้า 69) กล่าวว่า ลักษณะของการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ประกอบด้วยลักษณะ 2 ประการ ดังนี้ 1) การทันต่อเวลา คือสามารถให้การช่วยเหลือได้ทันที และ 2) มีการตอบรับ คือ ตอบสนองความต้องการของบุคคลในช่วงระยะเวลาที่จำกัดทำให้รู้สึกต่อความต้องการเกิดความยินดี

วิลสัน, และกิลลิแกน (Wilson, & Gilligan, 2009, p. 535) กล่าวว่า การกำหนดทำให้ลูกค้าเข้าถึงบริการได้สะดวกรวดเร็ว เป็นแนวทางหนึ่งในกระบวนการจัดการที่มีผลต่อการใช้กลยุทธ์ในการสร้างระดับการบริการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ลักษณะของการตอบสนองต่อผู้รับบริการเป็นการชี้แจงถึงกระบวนการในการให้บริการทั้งหมด ให้ผู้ใช้บริการทราบก่อนลงมือโดยที่ผู้ปฏิบัติงานบริการมีความสามารถในการปรับตัวให้ได้ในทุกๆ สถานการณ์เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ และเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการเสมอ

4. ด้านการดูแลเอาใจใส่

4.1 ความหมายของการดูแลเอาใจใส่

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555, หน้า 29) ได้ให้ความหมายว่า การดูแลเอาใจใส่หมายถึง การให้บริการที่เอาใจใส่เสมือนญาติโดยถือประโยชน์สูงสุดของผู้รับบริการเป็นสำคัญและเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการ

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2556, หน้า 34) ได้ให้ความหมายว่า การดูแลเอาใจใส่หมายถึง ความเอาใจใส่ที่หน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมีต่อผู้รับบริการ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2556, หน้า 108) ได้ให้ความหมายว่า การดูแลเอาใจใส่หมายถึง ลูกค้าแต่ละคนต้องการความสนใจและการเอาใจใส่ที่สร้างขึ้นเฉพาะบุคคลนั้นๆ ซักถามผู้ใช้บริการอย่างมีอิสระในการตัดสินใจเรื่องที่มีผลกระทบต่อตนเอง

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 592) ได้ให้ความหมายว่า ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ หมายถึง การให้ความเอาใจใส่และสนใจดูแลสมาชิกเป็นรายบุคคล

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การดูแลเอาใจใส่ หมายถึง ผู้ให้บริการต้องเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการพร้อมที่จะให้บริการเหล่านั้นแก่ผู้รับบริการอย่างเต็มความสามารถทำความเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของผู้รับบริการที่ต้องการได้รับการตอบสนองอย่างตั้งใจเน้นการให้บริการและการแก้ไขปัญหาเหล่านั้นเป็นรายบุคคลอย่างเท่าเทียมมีการติดต่อสื่อสารที่ดีมีประโยชน์แก่

ผู้รับบริการยอมรับฟังปัญหาทั้งผลดีและผลเสียด้วยความเต็มใจพร้อมทั้งให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลที่ดีแก่ผู้รับบริการเสมอ รวมไปถึงการติดต่อสอบถามไปยังผู้รับบริการหลังการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

4.2 องค์ประกอบของการเข้าถึงจิตใจ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2559, หน้า 171) กล่าวว่า องค์ประกอบของการเข้าถึงจิตใจ คือ ลูกค้านั้นแต่ละรายจะมีความเป็นเอกลักษณ์และมีความเฉพาะของตนเอง แต่ละบุคคลต้องการเอาใจใส่ให้การดูแล และให้บริการเฉพาะที่เหมาะสมกับตนเอง ซึ่งเป็นวิธีการที่ธุรกิจสามารถใช้ในการแข่งขันได้ โดยเฉพาะธุรกิจรายเล็กๆ ที่ไม่สามารถใช้กลยุทธ์ด้านต้นทุนในการแข่งขัน การมุ่งเน้นที่การบริการแบบเฉพาะเจาะจงแก่ลูกค้าแต่ละรายจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากกว่า สำหรับลูกค้าที่เป็นหน่วยงานธุรกิจที่ต้องการใช้บริการจากธุรกิจบริการก็ต้องการความเข้าใจธรรมชาติและความต้องการของธุรกิจจากผู้ให้บริการในการตอบสนองด้วยเช่นกัน

พาราสุรามาน, ซีทอล, และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 2008, p.28) กล่าวว่า การให้บริการแก่ผู้รับบริการด้วยความเอาใจใส่ หมายถึง ความต้องการของผู้รับบริการแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างและใช้เป็นแนวทางในการให้บริการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่สื่อสารให้ข้อมูล ชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการได้เข้าใจง่าย

1. เวลาเปิด ปิดให้บริการที่เหมาะสมและอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ
2. มีทางเลือกในการให้บริการรับ จ่ายเงินหลายวิธี
3. การรับฟังข้อคิดเห็นและคำแนะนำจากผู้รับบริการ
4. เปิดโอกาสให้ซักถามและการยินดีตอบข้อซักถาม
5. การแจ้งข้อมูลข่าวสารตามช่องทางต่างๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการเข้าถึงจิตใจ ได้แก่ 1) รับฟังข้อคิดเห็นและคำแนะนำจากผู้รับบริการ 2) เปิดโอกาสให้ซักถามและการยินดีตอบข้อซักถาม 3) การแจ้งข้อมูลข่าวสารตามช่องทางต่างๆ และ 4) ดูแลเอาใจใส่และพร้อมที่จะให้บริการและคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลัก

4.3 ลักษณะของการดูแลเอาใจใส่

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555, หน้า 33 – 34) กล่าวว่า ลักษณะของการดูแลเอาใจใส่ต้องจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขาย ระหว่างขาย และหลังการขายมีดังนี้

1. ให้ความสนใจลูกค้าเป็นส่วนตัว
2. ให้บริการอย่างเอาใจใส่
3. ถูผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ
4. เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2559, หน้า 171) กล่าวว่า ลักษณะของการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละรายจะมีความเป็นเอกลักษณ์และมีความเฉพาะของตนเอง แต่ละบุคคลต้องการเอาใจใส่ให้การดูแล และให้บริการเฉพาะที่เหมาะสมกับตนเอง ซึ่งเป็นวิธีการที่ธุรกิจสามารถใช้ในการแข่งขันได้ โดยเฉพาะธุรกิจรายเล็กๆ ที่ไม่สามารถใช้กลยุทธ์ด้านต้นทุนในการแข่งขัน การมุ่งเน้นที่การบริการแบบเฉพาะเจาะจงแก่ลูกค้าแต่ละรายจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากกว่า สำหรับลูกค้าที่เป็นหน่วยงานธุรกิจที่ต้องการใช้บริการจากธุรกิจบริการก็ต้องการความเข้าใจธรรมชาติและความต้องการของธุรกิจจากผู้ให้บริการในการตอบสนองด้วยเช่นกัน

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2556, หน้า 36) กล่าวว่า ลักษณะของการดูแลเอาใจใส่ในขณะที่ผู้รับบริการยังไม่ตัดสินใจใช้บริการนั้นหน่วยงานจะให้ความสนใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นอย่างมากเพื่อจะจูงใจให้ผู้รับบริการตัดสินใจใช้บริการให้เร็วที่สุด แต่หลังจากผู้รับบริการให้บริการแล้วหน่วยงานจะลดความสนใจลง เพราะคิดว่าเมื่อผู้รับบริการจ่ายเงินแล้วขั้นตอนการขยายบริการก็ควรจบลงด้วย แต่จริงๆ แล้วผู้รับบริการยังคงต้องการเอาใจใส่ในช่วงเวลาหลังจากที่ได้ใช้บริการไปแล้ว เนื่องจากบางครั้งผู้ให้บริการอาจเกิดปัญหาหรือต้องการคำแนะนำเพิ่มเติม แต่เมื่อติดต่อมาที่หน่วยงานก็มักประสบปัญหาว่าได้รับการเอาใจใส่น้อยลงหรือไม่ได้รับความเอาใจใส่เลย เมื่อผู้รับบริการไม่ได้รับการบริการที่ดี และมีแนวโน้มสูงว่าจะไม่กลับมาใช้บริการอีก และยังบอกเล่าเกี่ยวกับเรื่องการบริการที่ไม่ดีนี้ให้บุคคลอื่นได้รับรู้อีกด้วย

เฮอริชเบิร์ก (Herzberg, 1995, p. 295) กล่าวว่าลักษณะสำคัญของความเห็นอกเห็นใจ การได้รับการต้อนรับที่ดีไว้ดังนี้

1. ความสะดวก (access) หมายถึง ความสะดวกในการเข้าพบหรือติดต่อกับผู้ที่ให้บริการ ซึ่งครอบคลุมทั้งเวลาที่เปิดดำเนินการ สถานที่ตั้ง และวิธีการที่จะสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคนในการเข้าพบหรือติดต่อกับผู้ให้บริการ เช่น สถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในที่ที่สะดวกแก่การไปติดต่อ
2. การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง การสื่อสารและการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจและการรับฟังความคิดเห็น ตลอดจนข้อเสนอแนะ หรือคำติชมของลูกค้าในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการขององค์การ
3. ความสามารถ (competence) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ และทักษะที่จะปฏิบัติงานบริการได้เป็นอย่างดี เช่น ความรู้และทักษะในการรักษาโรคของแพทย์ เป็นต้น
4. ความสุภาพ (courtesy) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความสุภาพเรียบร้อย มีความนับถือในตัวลูกค้า รอบคอบ และเป็นมิตรต่อผู้บริโภค เช่น การให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม

5. ความน่าเชื่อถือ (credibility) หมายถึง ความเชื่อถือได้ และความซื่อสัตย์ขององค์กรที่ให้บริการและตัวผู้ให้บริการเอง เช่น องค์กรมีชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ที่ดี

6. ความคงเส้นคงวา (reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้สัญญาไว้อย่างแน่นอนและแม่นยำ เช่น การให้บริการตามที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า

7. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การให้บริการแก่ผู้รับบริการ ณ เคาน์เตอร์ฝากถอนเงินของธนาคารได้ทันทีทันใด

8. ความปลอดภัย (security) หมายถึง การให้บริการที่ปราศจากอันตรายไม่มีความเสี่ยง หรือความเคลือบแคลงใดๆ เช่น การใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ดี สะอาด

9. ลักษณะภายนอก (tangibles) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ของอุปกรณ์ บุคลากรที่ให้บริการ ตลอดจนสื่อต่างๆ ว่ามีความเหมาะสม สวยงามและทันสมัยหรือไม่ เช่น ลักษณะของสถานที่ที่ให้บริการ ตลอดจนอุปกรณ์มีความทันสมัยและสวยงาม

10. ความเข้าใจลูกค้า (understanding) หมายถึง การพยายามรู้จักและเข้าใจลูกค้า ตลอดจนความต้องการต่างๆ ของลูกค้า เช่น การเพิ่มการบริการต่างๆ ตามความจำเป็นและความต้องการ

ลาร์สัน, และไลสกี (Larson, & Leiske, 1992, p. 30) กล่าวว่า ลักษณะสำคัญของความเห็นอกเห็นใจมีดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน (equitable service) คือ การให้บริการที่มีความยุติธรรม โดยยึดคิดว่า ทุกคนเสมอภาคเท่าเทียมกัน ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ทางกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการตรงต่อเวลา (timely) คือการให้บริการที่รวดเร็ว เพราะผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานจะไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่ตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (ample service) คือ การให้บริการอย่างเพียงพอ ใจลักษณะที่มีจำนวนการใช้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายถ้ามีจำนวนที่ให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดแก่ผู้ใช้บริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) คือ การให้บริการที่เป็นอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพึงพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือยุติบริการเมื่อใดก็ได้

5. การบริการที่มีความก้าวหน้า (progressive service) คือ การบริการที่มีการพัฒนาการบริการ มีการปรับปรุงคุณภาพและผลของการปฏิบัติงานทั้งทางด้านปริมาณและเพิ่มคุณภาพให้มีความก้าวหน้า กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ให้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ลักษณะของการดูแลเอาใจใส่ ประกอบด้วย ผู้ให้บริการให้ความเอาใจใส่ลักษณะเฉพาะของบุคคลการให้การดูแลบุคคล ผู้ดูแลจำเป็นต้องมีความรู้ และวิธีการตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นเพื่อให้เกิดการพัฒนาดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคลมีความตั้งใจที่จะบริการที่ดีที่สุดเข้าใจถึงความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของผู้ใช้บริการแต่ละคนมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการเต็มใจที่จะช่วยเหลือ และภูมิใจต่องานด้านบริการอยู่เสมอ

5. ด้านรูปลักษณ์

5.1 ความหมายของรูปลักษณ์

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555, หน้า 29) ได้ให้ความหมายว่า รูปลักษณ์ หมายถึง การให้บริการที่มีอุปกรณ์ให้บริการหรือเทคโนโลยี/วัสดุ/อุปกรณ์ต่างๆ ที่ให้บริการต้องทันสมัยและสวยงาม

รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2556, หน้า 33) ได้ให้ความหมายว่า รูปธรรมและรูปลักษณ์ของการบริการ หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการ ประกอบไปด้วย พนักงานที่มีบุคลิกภาพที่ดีแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีบรรยากาศที่ดี มีบริเวณพื้นที่จอดรถ โต๊ะ เก้าอี้ น้ำดื่ม และห้องน้ำที่สะอาด ไว้สำหรับบริการลูกค้า

วิระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2556, หน้า 109) ได้ให้ความหมายว่า รูปลักษณ์ (tangibility) หมายถึง ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น การตกแต่งภายนอกและภายใน อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และตัวพนักงานให้บริการ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2559, หน้า 171) ได้ให้ความหมายว่า รูปธรรมหรือรูปลักษณ์ของการบริการ หมายถึง สิ่งที่มองเห็นในการบริการ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือ พนักงาน หรือสื่อต่างๆ ที่ปรากฏต่อสายตาของผู้รับบริการ

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p.592) ได้ให้ความหมายว่า รูปลักษณ์ หมายถึง คุณลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ เครื่องมือ เจ้าหน้าที่และวัสดุสื่อสารที่ปรากฏให้เห็น

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า รูปลักษณ์ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีเครื่องมือ เครื่องใช้ทันสมัย เช่น มีเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ให้บริการ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่พร้อมใช้งาน อาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม เช่น อาคารสถานที่ที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม ที่นั่งรอรับบริการสะอาดและพอเพียง มีเอกสาร

สิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการบริการที่เป็นแบบฟอร์มอย่างเพียงพอ และได้มาตรฐาน มีเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการบริการที่ดีและน่าสนใจ

5.2 ลักษณะของรูปลักษณ์

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555, หน้า 34) กล่าวว่า ลักษณะของรูปลักษณ์การให้บริการทางรูปลักษณ์ ความมีรูปลักษณ์ขององค์การและผู้ให้บริการ มีดังนี้

1. อุปกรณ์ทันสมัย
2. เทคโนโลยีสูง
3. ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ
4. มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ
5. ความสะอาดที่ให้บริการ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2556, หน้า 271) กล่าวว่า ลักษณะของรูปลักษณ์ที่เป็นรูปธรรมเป็นปัจจัยเดียวที่ลูกค้าจับต้องได้ซึ่งประกอบด้วย

1. สิ่งอำนวยความสะดวก การตกแต่งภายใน ภายนอกต่าง ๆ
2. การแต่งตัวของบุคลากรผู้ให้บริการ
3. เครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์ที่ต้องใช้ประกอบเพื่อให้บริการ
4. ลักษณะและพฤติกรรมของลูกค้าคนอื่นที่เข้ามาใช้บริการพร้อม ๆ กันในสถาน

บริการ

ยุพาวรรณ วรณวานิชย์ (2559, หน้า 118) กล่าวว่า ลักษณะของรูปลักษณ์ คือ สิ่งที่อยู่รอบๆ ที่ซึ่งบริการนั้นเกิดขึ้น หรือที่ซึ่งองค์กรบริการกับลูกค้าใช้ติดต่อกันเป็นเป็นรูปธรรมของการบริการซึ่งมีการออกแบบอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องตกแต่ง เครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการให้บริการหรือการติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการนั้นๆ เป็นสภาพแวดล้อมในการบริการ ได้แก่ ตัวอาคาร ที่ดิน อุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงเฟอร์นิเจอร์เครื่องตกแต่ง เครื่องใช้ เช่น แก้วน้ำ กระดาษโน้ต ปากกา การออกแบบสภาพแวดล้อมมีผลกระทบต่อพนักงานและลูกค้า สามารถสร้างความประทับใจให้เกิดแก่ลูกค้าได้

ฉัตยาพร เสมอใจ (2559, หน้า 171) กล่าวว่าลักษณะของรูปลักษณ์หรือรูปธรรมคือสิ่งที่มองเห็นในการบริการ เป็นสิ่งที่ลูกค้ามองเห็นได้ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือพนักงาน หรือสื่อต่าง ๆ ที่ปรากฏต่อสายตาของลูกค้า

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ลักษณะของรูปลักษณ์ ประกอบด้วย สำนักงานมีเครื่องมือ เครื่องใช้ทันสมัย เช่น มีเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ให้บริการมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่พร้อมใช้งานอาคารสถานที่ที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม อาคารสถานที่ที่สะอาด มีที่นั่งรอ

รับบริการสะอาดและพอเพียงมีเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการบริการที่เป็นแบบฟอร์มอย่างเพียงพอ มีเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการบริการที่เป็นแบบฟอร์ม ได้มาตรฐาน และพนักงานเป็นผู้ที่รักษา ภาพลักษณ์ให้ห้องครัวอยู่ตลอดเวลา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

วันวิสาข โขศพรหมอนันต์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้า ศึกษาความสำเร็จในการ ดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้า เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการจำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านค้า และเพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้าที่ ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวม ข้อมูลเป็นแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ วิเคราะห์ค่าเอฟ และวิเคราะห์ความ ถดถอยแบบพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความ ก้าวร้าวในการแข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใส่ใจในความสำเร็จ อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านความเป็นตัวของตัวเองและด้าน ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีอายุต่างกัน มีคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการต่างกัน ผู้ประกอบการที่มีข้อมูลระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันและด้าน ความใส่ใจในความสำเร็จมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบการ ซึ่งประโยชน์ที่ได้จาก การวิจัยนี้คือ ผู้ประกอบการต้องมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมทางด้านการบริหารจัดการ กรณีศึกษา ต่างๆ เพื่อให้การประกอบธุรกิจนั้นมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ

เอกชัย สนิโน (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการตามทัศนะลูกค้าของ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษา คุณภาพการให้บริการตามทัศนะลูกค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี และ 2) เปรียบเทียบศึกษาคุณภาพการให้บริการตามทัศนะลูกค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทของการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่าง คือลูกค้าที่มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วน ภูมิภาคอำเภอนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 389 คนโดยสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า เครื่องมือที่ใช้

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.928 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ ผลการวิจัยพบว่า 1. คุณภาพการให้บริการตามทัศนะลูกค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอหนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองที่ทันใจ และด้านความไว้วางใจ 2. ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการตามทัศนะลูกค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอหนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามประเภทของการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

เอมอร ท้าวเนื้ออ่อน (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองแค อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองแค อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี และ 2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองแค อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่การเข้ารับบริการต่อปี โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ประชาชนที่มาใช้บริการของเทศบาลตำบลหนองแค อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี จำนวน 244 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.953 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็น รายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ ผลการวิจัยพบว่า 1. คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองแค อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการตอบสนอง 2. ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองแค อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และการเข้ารับบริการต่อปี ภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปิยรัตน์ สระแก้ว (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดสิงห์บุรี ตามทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดสิงห์บุรี ตามทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ 2) เปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธนาคาร

ออมสิน จังหวัดสิงห์บุรีตามทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สาขาที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ SMEs ลักษณะการประกอบธุรกิจ ประเภทของกิจการ และรายได้กิจการต่อเดือน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้บริการสินเชื่อ SMEs ของธนาคารออมสิน จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 5 สาขา 1) สาขาท่าช้าง 2) สาขา อินทร์บุรี 3) สาขาบางระจัน 4) สาขาเมืองอินทร์ และ 5) สาขาสิงห์บุรี จำนวน 225 ราย โดยสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.857 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็น รายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดสิงห์บุรี ตามทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ และด้านความไว้วางใจในการให้บริการ และ 2) ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดสิงห์บุรี ตามทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เมื่อจำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา และรายได้กิจการต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน และเมื่อจำแนกตามอายุ สถานภาพสมรส สาขาที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ SMEs ลักษณะการประกอบธุรกิจ และประเภทของกิจการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ณัฐฉัตร รักษาสกุล (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการในองค์การบริหารส่วนตำบลบางเตือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การศึกษาคั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบางเตือ และ 2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการในองค์การบริหารส่วนตำบลบางเตือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่อาศัยในตำบลบางเตือ จำนวน 348 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามประเภทมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.92 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีแอลเอสดี ผลการศึกษา พบว่า 1) ระดับคุณภาพการให้บริการในองค์การบริหารส่วนตำบลบางเตือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากหาน้อย คือ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านสถานที่การจัดสภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก และ 2) ประชาชนที่มีอายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความเห็นต่อระดับคุณภาพการ

ให้บริการในองค์การบริหารส่วนตำบลบางเตือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คณิตสร แก้วคำ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการและเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาล ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี โดยจำแนกตามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่ใช้บริการที่เทศบาลตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี จำนวน 385 คน สุ่มตัวอย่างแบบที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็นด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ค่าดัชนีความสอดคล้องคือ 0.88 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยวิธีของเซฟเฟ่ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก และด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลพบว่า ผู้มาใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของเทศบาลไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้มาใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของเทศบาลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

วิรัตน์ ชนะสิมมา (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ กรณีศึกษาตำบลบ้านโคก อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นและความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นที่มีต่อความพึงพอใจของประชาชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่กลุ่มของบุคคลที่ยื่นชำระภาษีท้องถิ่น ประจำปี 2562 จำนวน 276 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis -MRA) ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41-50 ปี การศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 10,001-20,000 บาทและประเภทภาษีที่ชำระมากที่สุด คือ ภาษีบำรุงท้องที่ คุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษี

ท้องถิ่นของเทศบาลตำบลหนองนาคำ ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ และด้านสิ่งที่จับต้องได้ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของประชาชนที่มารับบริการชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านโครงสร้างภาษี ในภาพรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และพบว่าคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ตัว สามารถร่วมกันส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ ได้ร้อยละ 36.40

สุทิน นพเกตุ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มาติดต่อราชการ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับ ปวส.หรืออนุปริญญาตรี และอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท 2) ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบล วัดสิงห์อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท โดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน 2 ด้าน คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการและด้านความรู้ของพนักงานผู้ให้บริการ รองลงมา คือ ด้านความสะดวกของสถานที่ให้บริการ ด้านคุณภาพของงานบริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการให้บริการมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด และ 3) การเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน พบว่า ประชาชนผู้ได้รับบริการที่มี เพศ การศึกษา รายได้ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ประชาชน ผู้ได้รับบริการที่มีอายุ อาชีพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

วิโรจน์ จริงดี (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหม้อ อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี การวิจัยในครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหม้อ อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี และ

2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหม้อ อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และฝ่ายที่ติดต่อกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนผู้มาใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหม้อ อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 334 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองเมื่อนำไปทดลองใช้ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.869 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติทดสอบที่ การวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบทางเดียวด้วยการทดสอบเอฟ และทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของฟิชเชอร์ ผลการวิจัยพบว่า 1. คุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหม้อ อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านความใส่ใจ รองลงมาได้แก่ ด้านความไว้วางใจ หรือความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นใจ และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ 2. เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหม้อ อำเภอ พรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี เมื่อจำแนกตามอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำแนกตามฝ่ายที่ติดต่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่แตกต่างกัน

2. งานวิจัยต่างประเทศ

เมนซาห์, และเมนซาห์ (Mensah, & Mensah, 2018) ได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจในการซื้อในร้านอาหารของมหาวิทยาลัยเคปโคสต์แคมปัส มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจในการซื้อในร้านอาหารของมหาวิทยาลัยเคปโคสต์แคมปัส โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างกับลูกค้าร้านอาหารของมหาวิทยาลัย จำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการซื้อในร้านอาหารของมหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

โรฮ์วียาตี, และปราปทีสตรีนิ (Rohwiyati, & Praptiestrini, 2019) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการของ Shopee และการรับรู้ราคาที่มีต่อความตั้งใจในการกลับมาซื้อซ้ำ โดยความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรคั่นกลาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการของ Shopee และการรับรู้ราคาที่มีต่อความตั้งใจในการกลับมาซื้อซ้ำ โดยมีความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรคั่นกลาง มีเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้า จำนวน 100 คน ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการกลับมาซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

หวัง, จาง, จู, และหวัง (Wang, Zhang, Zhu, & Wang, 2020) ได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในเมืองเทียนจิน ประเทศจีน มีวัตถุประสงค์ในการใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อประเมินมิติที่สำคัญของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถไฟฟ้าขนส่งมวลชน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้โดยสาร 220 คน ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากการศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดด้านคุณภาพการให้บริการที่ใช้ในการประเมินคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์ พบว่าคุณภาพการให้บริการมีปัจจัยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการประกอบกิจการ และสถานที่ตั้งของสถานประกอบ การล้วนแต่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยทางสถิติ ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นและความสำคัญที่ต้องศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อให้ผู้มารับบริการเกิดความประทับใจและเป็นองค์การบริหารส่วนจังหวัดในใจของผู้รับบริการต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้านี้ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายเพื่อที่จะศึกษาคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งผู้วิจัยจะได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
4. การหาคุณภาพของเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ มีจำนวนทั้งสิ้น 650 ราย ข้อมูล ณ 30 กันยายน 2565 (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์, 2565, หน้า 3)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ มีจำนวนที่แน่นอน (finite population) จึงใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ยอมให้คลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 48) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 248 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple random sampling) จำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ประเภทคำถามปลายปิด (closed form) เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งแบ่งแบบสอบถามเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (check list) เกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการประกอบกิจการ และสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์สำหรับลักษณะของแบบสอบถามเป็นลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยแบ่งระดับของการวัดออกเป็น 5 ระดับ

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้ศึกษาค้นคว้าดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากแนวทฤษฎี ตำราและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ โดยศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรด้านต่างๆ
2. กำหนดกรอบแนวคิด จากตัวแปรที่ต้องการศึกษาคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้
3. ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดในการวิจัยคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ แบบสอบถามรายการ (check list) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale)

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ ตรวจสอบเครื่องมือที่สร้างไว้ และนำเสนอเพื่อพิจารณาตรวจสอบขั้นต้นจากผู้เชี่ยวชาญ

2. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบพิจารณาหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาเครื่องมือกับเนื้อหาสาระของสิ่งที่ต้องการศึกษา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น และคัดเลือกเฉพาะข้อความที่มีค่าความตรง ตั้งแต่ 0.66 ขึ้นไป โดยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนพิจารณาลงความเห็นและให้คะแนน ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 95)

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อความนั้นมีความสอดคล้อง

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อความนั้นมีความสอดคล้อง

1 เมื่อแน่ใจว่าข้อความนั้นไม่มีความสอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าข้อความแต่ละข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาได้เท่ากับ 0.893

3. หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (reliability) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) แล้วไปทดสอบใช้ (try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างการวิจัยแต่มีสภาพคล้ายคลึงกัน เพื่อหาความเชื่อมั่น โดยเก็บจากผู้ประกอบการค่าน้ำมันในเขตจังหวัดนครสวรรค์ รวม 30 คน

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาจากการทดลองใช้ทุกฉบับ มาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's alpha) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.788

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระเพื่อขอความเห็นชอบ แล้วจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์และขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ประกอบการค่าน้ำมันในเขตจังหวัดนครสวรรค์

2. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง เมื่อรับแบบสอบถามกลับคืนมา

3. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลของแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในผู้ประกอบการค่าน้ำมันในเขตจังหวัดนครสวรรค์ สรุปรวบรวมแบบสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และอภิปรายผลต่อไป

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง โดยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (frequency distribution) และค่าร้อยละ (percentage) ของข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ของคะแนนที่ได้มาจากแบบสอบถามที่วัดคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์
3. แปลความหมายของคะแนน แบ่งออกเป็น 5 ระดับ แล้วแปลค่าเฉลี่ยโดยใช้หลักเกณฑ์การกำหนดระดับ ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 75)
 - ค่าเฉลี่ย 4.50–5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
 - ค่าเฉลี่ย 3.50–4.49 หมายถึง เห็นด้วยมาก
 - ค่าเฉลี่ย 2.50–3.49 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
 - ค่าเฉลี่ย 1.50–2.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
 - ค่าเฉลี่ย 1.00–1.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
4. ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะ 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA)
5. ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบเอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อมีนัยสำคัญทางสถิติจึงเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีแอลเอสดี (Fisher's least significant difference : LSD)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane) ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 46)

$$n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

- เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- P แทน สัดส่วนที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด (กำหนดให้ $P = 0.5$)
- e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น (ในระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ว่า $e = 0.05$)
- Z แทน ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงปกติมาตรฐาน (กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะได้ค่า $Z = 1.96$)

2. การหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความเกี่ยวกับเนื้อหา โดยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหาอย่างน้อย 3 ท่าน โดยแต่ละท่านพิจารณาลงความเห็นและให้คะแนน ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 95)

- +1 เมื่อแน่ใจว่า ข้อความนั้น เป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะของกลุ่มพฤติกรรมนั้น
- 0 เมื่อไม่แน่ใจว่า ข้อความนั้น เป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะของกลุ่มพฤติกรรมนั้น
- 1 เมื่อแน่ใจว่า ข้อความนั้น ไม่เป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะของกลุ่มพฤติกรรมนั้นแล้ว นำคะแนนมาแทนค่าในสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

- เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับเนื้อหาตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
- R แทน ค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน
- N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ถ้าดัชนี IOC คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 แสดงว่าข้อความนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะของกลุ่มนั้น แต่ถ้าข้อความใด มีค่าดัชนีต่ำกว่า 0.5 ข้อความนั้นต้องถูกตัดออกไปหรือต้องปรับปรุงใหม่

3. การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือการวิจัย โดยหาวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของครอนบาคีใช้สูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

- เมื่อ α แทน สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
- n แทน จำนวนข้อความ

$$S_i^2 \quad \text{แทน ความแปรปรวนแต่ละข้อ}$$

$$S_i^2 \quad \text{แทน ความแปรปรวนทั้งฉบับ}$$

4. ร้อยละ (percentage) ใช้สูตร ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 148-149)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ
 f แทน ความถี่
 n แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

5. ค่าเฉลี่ย (mean) ใช้สูตร ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 149-150)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ \sum แทน ผลรวม
 X แทน ค่าหรือคะแนนของข้อมูล
 n แทน จำนวนข้อมูล

6. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ใช้สูตร ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 163-167)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 x แทน คะแนนแต่ละข้อ
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

7. สถิติทดสอบค่าที (t-test) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มคำนวณได้จากสูตรดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 176)

7.1 กรณีความแปรปรวนของประชากรทั้งสองกลุ่มไม่เท่ากัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \quad df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}\right]^2}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1}\right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2}\right]^2}{n_2 - 1}}$$

7.2 กรณีความแปรปรวนของประชากรทั้งสองกลุ่มเท่ากัน ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{S_p^2 \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}} \quad df = n_1 + n_2 - 2 \quad \text{เมื่อ } S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{(n_1 - 1) + (n_2 - 1)}$$

เมื่อ \bar{X}_1 แทน ค่าเฉลี่ย

S_1^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_1 แทน จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่ม 1

n_2 แทน จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่ม 2

\bar{X}_2 แทน คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S_2^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S_p^2 แทน ความแปรปรวนรวม

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

8. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA) โดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม มีสูตรดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 191)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าอำนาจจำแนก

MS_b แทน ความแปรปรวน (mean square) ระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ความแปรปรวน (mean square) ภายในกลุ่ม

9. การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีแอลเอสดี (Fisher's least significant difference : LSD) โดยจะทำการวิเคราะห์ต่อเมื่อผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ออกมาว่ากลุ่มต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีสูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2564, หน้า 333)

$$LSD = t_{\left(\frac{a}{2}, v\right)} \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ	$t_{\left(\frac{a}{2}, v\right)}$	แทน	เป็นค่าจากตารางการแจกแจงที่ที่ระดับนัยสำคัญ และระดับ ชั้นเสรี V
	V	แทน	ระดับชั้นเสรีของความผันแปรภายในกลุ่มหรือความ คลาดเคลื่อนของการทดลอง
	MSE	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมกำลังสองของความคลาดเคลื่อน
	n_i, n_j	แทน	ขนาดตัวอย่างของประชากรที่ i และ j ตามลำดับ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เรื่อง คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซ ในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้ลำดับการนำเสนอ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ ดังนี้

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง (sample size)
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (mean)
S.D	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
t	แทน	ค่าทดสอบที (t-test)
F	แทน	ค่าทดสอบเอฟ (F-test)
df	แทน	ชั้นแห่งความอิสระ (degrees of freedom)
SS	แทน	ค่าผลรวมกำลังสอง (sum of squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมกำลังสอง (mean of squares)
*p ≤ .05	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 248 คน ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระยะเวลาในการประกอบกิจการ และสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซ ในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระยะเวลาในการประกอบกิจการ และสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ การวิเคราะห์โดยการทดสอบที (t-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะ 2 กลุ่มและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) โดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะนำมาทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's Least Significant Difference : LSD)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระยะเวลาในการประกอบกิจการ และสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage) มีผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=248)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	149	60.08
หญิง	99	39.92

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=248)	ร้อยละ
2. อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	14	5.65
30 – 39 ปี	96	38.71
40 – 49 ปี	107	43.14
มากกว่า 49 ปี	31	12.50
3. สถานภาพสมรส		
โสด	70	28.22
สมรส	126	50.81
หย่า/หม้าย	52	20.97
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	12	4.84
มัธยมศึกษาตอนต้น	21	8.47
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	35	14.11
อนุปริญญา/ปวส./ปวท.	50	20.16
ปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี	130	52.42
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	84	33.87
10,000 – 15,000 บาท	103	41.53
15,001 – 20,000 บาท	33	13.31
มากกว่า 20,000 บาท	28	11.29
6. ระยะเวลาในการประกอบกิจการ		
น้อยกว่า 2 ปี	16	6.45
2 – 4 ปี	26	10.48
4 – 6 ปี	36	14.52
6 – 8 ปี	50	20.16
มากกว่า 8 ปี	120	48.39

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=248)	ร้อยละ
7. สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ		
อำเภอเมือง	98	39.52
อำเภอพยุหะคีรี	25	10.08
อำเภอบรรพตพิสัย	13	5.24
อำเภอชุมแสง	12	4.84
อำเภอลาดยาว	17	6.85
อำเภอเก้าเลี้ยว	19	7.66
อำเภอไพศาลี	29	11.70
อำเภอตากฟ้า	35	14.11

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.08 อายุ 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.14 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 50.81 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.42 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.53 ระยะเวลามากกว่า 8 ปี ในการประกอบกิจการคิดเป็นร้อยละ 48.39 และสถานที่ตั้งของสถานประกอบการอยู่ที่อำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 39.52

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซ ในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์

คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่กระบวนการต่างๆ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ 2) ด้านความมั่นใจ 3) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4) ด้านการดูแลเอาใจใส่ และ 5) ด้านรูปลักษณ์ ได้ผลการศึกษาคำตอบในแต่ละด้านและสรุปภาพรวมนำเสนอตั้งตาราง 3 - 8

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านภาพรวม

คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษี	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
1. ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ	4.27	0.49	มาก
2. ด้านความมั่นใจ	4.19	0.43	มาก
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.24	0.37	มาก
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่	4.14	0.51	มาก
5. ด้านรูปลักษณ์	4.30	0.33	มาก
ภาพรวม	4.23	0.34	มาก

จากตาราง 3 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.34) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยสูงสุดถึงค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.33) ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.49) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.37) ด้านความมั่นใจ ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.43) และด้านการดูแลเอาใจใส่ ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.51)

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ

ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
1. องค์การบริหารส่วนจังหวัดได้กำหนดขั้นตอนในการชำระภาษีไว้ชัดเจน	4.21	0.75	มาก
2. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ	4.23	0.71	มาก
3. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการรักษาความลับของผู้รับบริการ	4.28	0.75	มาก
4. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการทำการจัดทำการจัดเก็บรายได้ถูกต้องตามมาตรฐานที่กำหนดได้	4.25	0.72	มาก

ตาราง 4 (ต่อ)

ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
5. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้บริการได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอนและระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้	4.38	0.66	มาก
6. ผู้รับบริการได้รับใบเสร็จรับเงินถูกต้องครบถ้วนตรงกันกับจำนวนเงินที่ชำระภาษี	4.31	0.69	มาก
ภาพรวม	4.27	0.49	มาก

จากตาราง 4 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.49) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้บริการได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอนและระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.66) รองลงมา คือ ผู้รับบริการได้รับใบเสร็จรับเงินถูกต้องครบถ้วนตรงกันกับจำนวนเงินที่ชำระภาษี ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.69) และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการรักษาความลับของผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.75) ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดได้กำหนดขั้นตอนในการชำระภาษีไว้ชัดเจน ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.75)

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความมั่นใจ

ด้านความมั่นใจ	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
1. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการจัดทำกรจัดเก็บภาษีเป็นอย่างดี	3.96	0.75	มาก
2. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีทักษะความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของแฟ้มข้อมูลอย่างถูกต้อง	4.31	0.71	มาก
3. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของคอมพิวเตอร์อย่างถูกต้อง	4.41	0.63	มาก
4. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถตอบคำถามผู้รับบริการด้วยความเป็นมิตร	4.17	0.79	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้านความมั่นใจ	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
5. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา	4.27	0.73	มาก
6. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถติดต่อสื่อสารกับ ผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน	4.03	0.72	มาก
ภาพรวม	4.19	0.43	มาก

จากตาราง 5 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความมั่นใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.43) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของคอมพิวเตอร์อย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีทักษะความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของแฟ้มข้อมูลอย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.71) และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการจัดทำการจัดเก็บภาษีเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.75)

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
1. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถชี้แจงถึงกระบวนการในการให้บริการชำระภาษีอย่างถูกต้อง	4.13	0.76	มาก
2. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการผู้ปฏิบัติงานบริการมีความสามารถในการปรับตัวได้ในทุกๆ สถานการณ์	4.32	0.72	มาก
3. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการเสมอ	4.30	0.69	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
4. บุคลิกของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการบริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและท่าทีสุภาพ อ่อนน้อมเป็นกันเองต่างประเทศทำได้สะดวก	4.22	0.73	มาก
5. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.37	0.66	มาก
6. มีจำนวนเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจัดเก็บภาษีอย่างเพียงพอ	4.15	0.72	มาก
ภาพรวม	4.24	0.37	มาก

จากตาราง 6 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.37) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.66) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการผู้ปฏิบัติงานบริการมีความสามารถในการปรับตัวให้ได้ในทุกๆ สถานการณ์ ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.72) และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการเสมอ ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.69) ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถชี้แจงถึงกระบวนการในการให้บริการชำระภาษีอย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.76)

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ด้านการดูแลเอาใจใส่

ด้านการดูแลเอาใจใส่	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
1. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้ความเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเป็นกันเอง	4.17	0.68	มาก

ตาราง 7 (ต่อ)

ด้านการดูแลเอาใจใส่	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
2. ผู้รับบริการสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลการชำระภาษีทางโทรศัพท์ได้โดยสะดวก	4.05	0.75	มาก
3. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการอยู่เสมอเพื่อแลกของรางวัล เป็นต้น	3.96	0.76	มาก
4. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการคอยดูแลให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการกรณีมีปัญหาหรือไม่ได้รับความสะดวก	4.38	0.73	มาก
5. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบ โดยช่วยในการติดต่อประสานให้ผู้ใช้บริการจนบรรลุเป้าหมาย	4.16	0.76	มาก
ภาพรวม	4.14	0.51	มาก

จากตาราง 7 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการคอยดูแลให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการกรณีมีปัญหาหรือไม่ได้รับความสะดวก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.73) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้ความเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเป็นกันเอง ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.68) และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบ โดยช่วยในการติดต่อประสานให้ผู้ใช้บริการจนบรรลุเป้าหมาย ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการอยู่เสมอเพื่อแลกของรางวัล เป็นต้น ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.76)

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านรูปลักษณ์

ด้านรูปลักษณ์	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
1. องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีเครื่องมือ เครื่องใช้ทันสมัย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ให้บริการ เป็นต้น	4.21	0.71	มาก
2. องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่พร้อมใช้งาน เช่น ที่นั่งรอรับบริการ ปากกา เป็นต้น	4.22	0.67	มาก
3. องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีอาคารสถานที่ที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม	4.23	0.72	มาก
4. องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการบริการที่เป็นแบบฟอร์ม อย่างเพียงพอและได้มาตรฐาน	4.53	0.61	มากที่สุด
5. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	4.33	0.68	มาก
ภาพรวม	4.30	0.33	มาก

จากตาราง 8 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านรูปลักษณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.33) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการบริการที่เป็นแบบฟอร์มอย่างเพียงพอและได้มาตรฐาน ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.61) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.68) องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีอาคารสถานที่ที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีเครื่องมือ เครื่องใช้ทันสมัย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ให้บริการ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.71)

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์

การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการประกอบกิจการ และสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ โดยใช้ค่าสถิติทดสอบค่าที (t-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ทางเดียว (one-way ANOVA) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปเมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติจะใช้การทดสอบเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's Least-Significant Difference: LSD)

ตาราง 9 ผลเปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามเพศ

คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซ	เพศชาย (n=149)		เพศหญิง (n=99)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ	4.26	0.49	4.29		
2. ด้านความมั่นใจ	4.17	0.44	4.21	0.41	0.649	.517
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.23	0.37	4.27	0.37	0.837	.404
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่	4.13	0.48	4.15	0.56	0.278	.782
5. ด้านรูปลักษณ์	4.28	0.34	4.32	0.33	0.881	.379
ภาพรวม	4.21	0.35	4.25	0.34	0.691	.490

จากตาราง 9 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.223	4	0.306	1.256	.288
	ภายในกลุ่ม	59.195	243	0.244		
	รวม	60.418	247			
2. ด้านความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.786	4	0.197	1.048	.383
	ภายในกลุ่ม	45.549	243	0.187		
	รวม	46.335	247			
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.397	4	0.099	0.706	.589
	ภายในกลุ่ม	34.208	243	0.141		
	รวม	34.605	247			
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	0.773	4	0.193	0.720	.579
	ภายในกลุ่ม	65.219	243	0.268		
	รวม	65.992	247			
5. ด้านรูปลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	0.207	4	0.052	0.447	.775
	ภายในกลุ่ม	28.109	243	0.116		
	รวม	28.316	247			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.339	4	0.085	0.702	.592
	ภายในกลุ่ม	29.361	243	0.121		
	รวม	29.700	247			

จากตาราง 10 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส

คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.171	2	0.586	2.421	.091
	ภายในกลุ่ม	59.247	245	0.242		
	รวม	60.418	247			
2. ด้านความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.834	2	0.917	5.047	.007*
	ภายในกลุ่ม	44.501	245	0.182		
	รวม	46.335	247			
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.386	2	0.193	1.382	.253
	ภายในกลุ่ม	34.219	245	0.140		
	รวม	34.605	247			
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	0.938	2	0.469	1.766	.173
	ภายในกลุ่ม	65.054	245	0.266		
	รวม	65.992	247			
5. ด้านรูปลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	0.236	2	0.118	1.032	.358
	ภายในกลุ่ม	28.079	245	0.115		
	รวม	28.316	247			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.513	2	0.256	2.151	.119
	ภายในกลุ่ม	29.188	245	0.119		
	รวม	29.700	247			

* $p \leq .05$

จากตาราง 11 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่าในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์ ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของ ฟิชเชอร์ (Fisher's Least Significant Difference : LSD) ได้ผลการทดสอบดังตาราง 12

ตาราง 12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและ ก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความ มั่นใจ เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	\bar{X}	โสด	สมรส	หย่า/หม้าย
		4.07	4.26	4.10
โสด	4.07	-	0.19*	0.03
สมรส	4.26		-	0.15*
หย่า/หม้าย	4.10			-

* $p \leq .05$

จากตาราง 12 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของ ผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความมั่นใจ เมื่อจำแนกตามสถานภาพ สมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มสถานภาพโสด กับกลุ่มสถานภาพสมรส และ 2) กลุ่มสถานภาพสมรส กับกลุ่มสถานภาพหย่า/หม้าย

ตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจาก การค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัด นครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพการบริการ	แหล่งความ		SS	df	MS	F	p
	แปรปรวน						
1. ด้านความเชื่อถือและ ความไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม		0.034	2	0.017	0.069	.933
	ภายในกลุ่ม		60.384	245	0.246		
	รวม		60.418	247			
2. ด้านความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม		0.916	2	0.458	2.472	.087
	ภายในกลุ่ม		45.419	245	0.185		
	รวม		46.335	247			

ตาราง 13 (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.023	2	0.011	0.081	.922
	ภายในกลุ่ม	34.582	245	0.141		
	รวม	34.605	247			
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	0.254	2	0.127	0.474	.623
	ภายในกลุ่ม	65.738	245	0.268		
	รวม	65.992	247			
5. ด้านรูปลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	0.537	2	0.268	2.368	.096
	ภายในกลุ่ม	27.779	245	0.113		
	รวม	28.316	247			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.071	2	0.036	0.294	.746
	ภายในกลุ่ม	29.629	245	0.121		
	รวม	29.700	247			

จากตาราง 13 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.564	3	0.521	2.161	.093
	ภายในกลุ่ม	58.854	244	0.241		
	รวม	60.418	247			

ตาราง 14 (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
2. ด้านความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.193	3	0.064	0.340	.796
	ภายในกลุ่ม	46.142	244	0.189		
	รวม	46.335	247			
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.728	3	0.243	1.748	.158
	ภายในกลุ่ม	33.877	244	0.139		
	รวม	34.605	247			
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	0.200	3	0.067	0.248	.863
	ภายในกลุ่ม	65.792	244	0.270		
	รวม	65.992	247			
5. ด้านรูปลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	0.373	3	0.124	1.085	.356
	ภายในกลุ่ม	27.943	244	0.115		
	รวม	28.316	247			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.320	3	0.107	0.887	.448
	ภายในกลุ่ม	29.380	244	0.120		
	รวม	29.700	247			

จากตาราง 14 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ

คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.404	4	0.351	1.445	.220
	ภายในกลุ่ม	59.014	243	0.243		
	รวม	60.418	247			
2. ด้านความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.910	4	0.728	4.072	.003*
	ภายในกลุ่ม	43.425	243	0.179		
	รวม	46.335	247			
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.454	4	0.114	0.808	.521
	ภายในกลุ่ม	34.151	243	0.141		
	รวม	34.605	247			
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	0.990	4	0.247	0.925	.450
	ภายในกลุ่ม	65.002	243	0.267		
	รวม	65.992	247			
5. ด้านรูปลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	0.416	4	0.104	0.905	.462
	ภายในกลุ่ม	27.900	243	0.115		
	รวม	28.316	247			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.667	4	0.167	1.395	.236
	ภายในกลุ่ม	29.034	243	0.119		
	รวม	29.700	247			

*p ≤ .05

จากตาราง 15 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ พบว่า ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์

เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของฟิชเชอร์ (Fisher's Least Significant Difference : LSD) ได้ผลการทดสอบดังตาราง 16

ตาราง 16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความมั่นใจ เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ

ระยะเวลาในการประกอบกิจการ	\bar{X}	ต่ำกว่า 2 ปี	2 – 4 ปี	4 – 6 ปี	6 – 8 ปี	มากกว่า 8 ปี
		4.14	4.03	4.18	4.04	4.29
ต่ำกว่า 2 ปี	4.14	-	0.10	0.04	0.10	0.14
2 – 4 ปี	4.03		-	0.15	0.00	0.25*
4 – 6 ปี	4.18			-	0.14	0.10
6 – 8 ปี	4.04				-	0.24*
มากกว่า 8 ปี	4.29					-

*p ≤ .05

จากตาราง 16 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความมั่นใจ เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มระยะเวลา 2 – 4 ปี กับกลุ่มระยะเวลามากกว่า 8 ปี และ 2) กลุ่มระยะเวลา 6 – 8 ปี กับกลุ่มระยะเวลา มากกว่า 8 ปี

ตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของระดับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.984	7	0.569	2.421	.021*
	ภายในกลุ่ม	56.434	240	0.235		
	รวม	60.418	247			
2. ด้านความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.104	7	0.301	1.631	.127
	ภายในกลุ่ม	44.231	240	0.184		
	รวม	46.335	247			
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.697	7	0.528	4.101	.000*
	ภายในกลุ่ม	30.908	240	0.129		
	รวม	34.605	247			
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	6.823	7	0.975	3.954	.000*
	ภายในกลุ่ม	59.169	240	0.247		
	รวม	65.992	247			
5. ด้านรูปลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	2.627	7	0.375	3.506	.001*
	ภายในกลุ่ม	25.689	240	0.107		
	รวม	28.316	247			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.840	7	0.406	3.625	.001*
	ภายในกลุ่ม	26.860	240	0.112		
	รวม	29.700	247			

* $p \leq .05$

จากตาราง 17 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการ

ดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความมั่นใจ ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของฟิชเชอร์ (Fisher's Least Significant Difference : LSD) ได้ผลการทดสอบดังตาราง 18 - 22

ตาราง 18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

สถานที่ตั้ง	\bar{X}	อ.เมือง	อ.พยุหะคีรี	อ.บรรพตพิสัย	อ.ชุมแสง	อ.ลาดยาว	อ.เก้าเลี้ยว	อ.ไพศาลี	อ.ตากฟ้า
		4.28	4.16	4.34	3.91	4.41	4.13	4.15	4.45
อ.เมือง	4.28	-	0.12	0.06	0.37*	0.12	0.15	0.13	0.17
อ.พยุหะคีรี	4.16		-	0.18	0.24	0.25	0.02	0.00	0.29*
อ.บรรพตพิสัย	4.34			-	0.43*	0.06	0.21	0.19	0.10
อ.ชุมแสง	3.91				-	0.49*	0.21	0.23	0.54*
อ.ลาดยาว	4.41					-	0.28	0.26	0.04
อ.เก้าเลี้ยว	4.13						-	0.01	0.32*
อ.ไพศาลี	4.15							-	0.30
อ.ตากฟ้า	4.45								-

* $p \leq .05$

จากตาราง 18 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.ชุมแสง 2) กลุ่ม อ.พยุหะคีรี กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า 3) กลุ่ม อ.บรรพตพิสัย กับกลุ่ม อ.ชุมแสง 4) กลุ่ม อ.ชุมแสง กับกลุ่ม อ.ลาดยาว 5) กลุ่ม อ.ชุมแสง กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า และ 6) กลุ่ม อ.เก้าเลี้ยว กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า

ตาราง 19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

สถานที่ตั้ง	\bar{X}	อ.เมือง	อ.พยุหะคีรี	อ.บรรพตพิสัย	อ.ชุมแสง	อ.ลาดยาว	อ.เก้าเลี้ยว	อ.ไพศาลี	อ.ตากฟ้า
		4.21	4.20	4.46	3.97	4.46	4.10	4.19	4.40
อ.เมือง	4.21	-	0.01	0.25*	0.24*	0.24*	0.10	0.01	0.19*
อ.พยุหะคีรี	4.20		-	0.26*	0.22	0.26*	0.09	0.00	0.20*
อ.บรรพตพิสัย	4.46			-	0.49*	0.00	0.36*	0.27	0.06
อ.ชุมแสง	3.97				-	0.48*	0.13	0.22	0.43*
อ.ลาดยาว	4.46					-	0.35*	0.26	0.05
อ.เก้าเลี้ยว	4.10						-	0.09	0.29*
อ.ไพศาลี	4.19							-	0.20
อ.ตากฟ้า	4.40								-

* $p \leq .05$

จากตาราง 19 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 13 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.บรรพตพิสัย 2) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.ชุมแสง 3) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.ลาดยาว 4) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า 5) กลุ่ม อ.พยุหะคีรี กับกลุ่ม อ.บรรพตพิสัย 6) กลุ่ม อ.พยุหะคีรี กับกลุ่ม อ.ลาดยาว 7) กลุ่ม อ.พยุหะคีรี กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า 8) กลุ่ม อ.บรรพตพิสัย กับกลุ่ม อ.ชุมแสง 9) กลุ่ม อ.บรรพตพิสัย กับกลุ่ม อ.เก้าเลี้ยว 10) กลุ่ม อ.ชุมแสง กับกลุ่ม อ.ลาดยาว 11) กลุ่ม อ.ชุมแสง กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า 12) กลุ่ม อ.ลาดยาว กับกลุ่ม อ.เก้าเลี้ยว และ 13) กลุ่ม อ.เก้าเลี้ยว กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า

ตาราง 20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการดูแลเอาใจใส่ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

สถานที่ตั้ง	\bar{X}	อ.เมือง	อ.พยุหะคีรี	อ.บรรพตพิสัย	อ.ชุมแสง	อ.ลาดยาว	อ.เก้าเลี้ยว	อ.ไพศาลี	อ.ตากฟ้า
		4.04	3.97	4.56	4.11	4.40	4.05	4.36	4.33
อ.เมือง	4.04	-	0.06	0.51*	0.07	0.35*	0.00	0.31*	0.28*
อ.พยุหะคีรี	3.97		-	0.58*	0.14	0.42*	0.07	0.38*	0.35
อ.บรรพตพิสัย	4.56			-	0.44*	0.16	0.51*	0.20	0.23
อ.ชุมแสง	4.11				-	0.28	0.06	0.24	0.21
อ.ลาดยาว	4.40					-	0.34*	0.03	0.06
อ.เก้าเลี้ยว	4.05						-	0.31	0.27*
อ.ไพศาลี	4.36							-	0.03
อ.ตากฟ้า	4.33								-

* $p \leq .05$

จากตาราง 20 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการดูแลเอาใจใส่ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 11 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.บรรพตพิสัย 2) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.ลาดยาว 3) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.ไพศาลี 4) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า 5) กลุ่ม อ.พยุหะคีรี กับกลุ่ม อ.บรรพตพิสัย 6) กลุ่ม อ.พยุหะคีรี กับกลุ่ม อ.ลาดยาว 7) กลุ่ม อ.พยุหะคีรี กับกลุ่ม อ.ไพศาลี 8) กลุ่ม อ.บรรพตพิสัย กับกลุ่ม อ.ชุมแสง 9) กลุ่ม อ.บรรพตพิสัย กับกลุ่ม อ.เก้าเลี้ยว 10) กลุ่ม อ.ลาดยาว กับกลุ่ม อ.เก้าเลี้ยว และ 11) กลุ่ม อ.เก้าเลี้ยว กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า

ตาราง 21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านรูปลักษณ์ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

สถานที่ตั้ง	\bar{X}	อ.เมือง	อ.พยุหะคีรี	อ.บรรพตพิสัย	อ.ชุมแสง	อ.ลาดยาว	อ.เก้าเลี้ยว	อ.ไพศาลี	อ.ตากฟ้า
		4.04	3.97	4.56	4.11	4.40	4.05	4.36	4.33
อ.เมือง	4.04	-	0.05	0.14	0.00	0.30*	0.02	0.00	0.18*
อ.พยุหะคีรี	3.97		-	0.20	0.06	0.36*	0.03	0.05	0.24*
อ.บรรพตพิสัย	4.56			-	0.13	0.16	0.16	0.14	0.04
อ.ชุมแสง	4.11				-	0.29	0.03	0.01	0.17
อ.ลาดยาว	4.40					-	0.33*	0.31*	0.11
อ.เก้าเลี้ยว	4.05						-	0.02	0.21*
อ.ไพศาลี	4.36							-	0.19
อ.ตากฟ้า	4.33								-

* $p \leq .05$

จากตาราง 21 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านรูปลักษณ์ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 7 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.ลาดยาว 2) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า 3) กลุ่ม อ.พยุหะคีรี กับกลุ่ม อ.ลาดยาว 4) กลุ่ม อ.พยุหะคีรี กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า 5) กลุ่ม อ.ลาดยาว กับกลุ่ม อ.เก้าเลี้ยว 6) กลุ่ม อ.ลาดยาว กับกลุ่ม อ.ไพศาลี และ 7) กลุ่ม อ.เก้าเลี้ยว กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า

ตาราง 22 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนคติของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านภาพรวม เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

สถานที่ตั้ง	\bar{X}	อ.เมือง	อ.พยุหะคีรี	อ.บรรพตพิสัย	อ.ชุมแสง	อ.ลาดยาว	อ.เก้าเลี้ยว	อ.ไพศาลี	อ.ตากฟ้า
		4.15	4.09	4.47	4.01	4.39	4.07	4.25	4.34
อ.เมือง	4.15	-	0.05	0.24*	0.15	0.22*	0.09	0.03	0.17*
อ.พยุหะคีรี	4.09		-	0.29*	0.09	0.28*	0.03	0.09	0.23*
อ.บรรพตพิสัย	4.47			-	0.39*	0.01	0.33*	0.20	0.06
อ.ชุมแสง	4.01				-	0.38*	0.06	0.18	0.32*
อ.ลาดยาว	4.39					-	0.31*	0.19	0.05
อ.เก้าเลี้ยว	4.07						-	0.12	0.26*
อ.ไพศาลี	4.25							-	0.13
อ.ตากฟ้า	4.34								-

* $p \leq .05$

จากตาราง 22 พบว่า คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนคติของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านภาพรวม เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 12 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.บรรพตพิสัย 2) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.ลาดยาว 3) กลุ่ม อ.เมือง กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า 4) กลุ่ม อ.พยุหะคีรี กับกลุ่ม อ.บรรพตพิสัย 5) กลุ่ม อ.พยุหะคีรี กับกลุ่ม อ.ลาดยาว 6) กลุ่ม อ.พยุหะคีรี กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า 7) กลุ่ม อ.บรรพตพิสัย กับกลุ่ม อ.ชุมแสง 8) กลุ่ม อ.บรรพตพิสัย กับกลุ่ม อ.เก้าเลี้ยว 9) กลุ่ม อ.ชุมแสง กับกลุ่ม อ.ลาดยาว 10) กลุ่ม อ.ชุมแสง กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า 11) กลุ่ม อ.ลาดยาว กับกลุ่ม อ.เก้าเลี้ยว และ 12) กลุ่ม อ.เก้าเลี้ยว กับกลุ่ม อ.ตากฟ้า

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้สรุปผล อภิปรายผล และเสนอข้อเสนอแนะไว้ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. สรุปผลการวิจัย
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการประกอบกิจการ และสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.08 อายุ 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.14 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 50.81 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.42 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.53 ระยะเวลามากกว่า 8 ปี ในการประกอบกิจการคิดเป็นร้อยละ 48.39 และสถานที่ตั้งของสถานประกอบการอยู่ที่อำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 39.52
2. คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์
 - 2.1 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านภาพรวม อยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย

สูงสุดถึงค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่

2.2 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้บริการได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอนและระยะเวลาที่กำหนดไว้ รองลงมา คือ ผู้รับบริการได้รับใบเสร็จรับเงินถูกต้องครบถ้วนตรงกันกับจำนวนเงินที่ชำระภาษี และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการรักษาความลับของผู้รับบริการตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดได้กำหนดขั้นตอนในการชำระภาษีไว้ชัดเจน

2.3 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความมั่นใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของคอมพิวเตอร์อย่างถูกต้อง รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีทักษะความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของแฟ้มข้อมูลอย่างถูกต้อง และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการจัดทำการจัดเก็บภาษีเป็นอย่างดี

2.4 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการปฏิบัติงานบริการมีความสามารถในการปรับตัวได้ในทุกๆ สถานการณ์ และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการเสมอ ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถชี้แจงถึงกระบวนการในการให้บริการชำระภาษีอย่างถูกต้อง

2.5 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการคอยดูแลให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการกรณีมีปัญหาหรือไม่ได้รับความสะดวก รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้ความเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเป็นกันเอง และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบ โดยช่วยในการติดต่อประสานให้ผู้รับบริการจนบรรลุเป้าหมาย

ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการอยู่เสมอเพื่อแลกของรางวัล เป็นต้น

2.6 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านรูปลักษณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ องค์กรบริหารส่วนจังหวัดมีเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการบริการที่เป็นแบบฟอร์มอย่างเพียงพอและได้มาตรฐาน รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ และองค์กรบริหารส่วนจังหวัดมีอาคารสถานที่ที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ องค์กรบริหารส่วนจังหวัดมีเครื่องมือ เครื่องใช้ทันสมัย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ให้บริการ เป็นต้น

3. เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์

3.1 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.2 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.3 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์ ไม่แตกต่างกัน

3.4 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.5 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.6 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ พบว่า ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจ

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์ ไม่แตกต่างกัน

3.7 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความมั่นใจ ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังนี้

1. คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์

1.1 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ คณิศร แก้วคำ (2562) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ภาพรวมด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการควรมีความสามารถในการอธิบายขั้นตอนการชำระภาษี ให้ประชาชนผู้รับบริการเข้าใจได้ขั้นตอนการดำเนินการอย่างชัดเจน

1.2 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความมั่นใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิรัตน์ ชนะสิมมา (2562) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ ภาพรวมด้านความมั่นใจ อยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการควรให้บริการผู้เสียภาษีด้วยความเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติกับรายใดรายหนึ่ง

1.3 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ รักษาสกุล (2562) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการในองค์การบริหารส่วนตำบลบางเตือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวมด้านบุคลากร

ผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเพิ่มช่องทางการจัดเก็บภาษีนอกสถานที่เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชน

1.4 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ คณิศร แก้วคำ (2562) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ภาพรวมด้านการเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดเปิดรับชำระภาษีในช่วงเวลา 12.00 -13.00 น. โดยให้เจ้าหน้าที่ผลัดเปลี่ยนกันเพื่อรองรับผู้ประกอบการที่มาขอรับบริการจำนวนมาก และให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

1.5 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านรูปลักษณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุทิน นพเกตุ (2562) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท ภาพรวมด้านความสะดวกของสถานที่ให้บริการอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า ท่าเลที่ตั้งขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสะดวกต่อการติดต่อใช้บริการ มีป้ายบอกทางหรือป้ายแสดงจุดให้บริการและขั้นตอนการยื่นแบบและชำระภาษี และเจ้าหน้าที่แต่งกายเรียบร้อย มีบุคลิกภาพดี

1.6 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านภาพรวม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ รักษาสกุล (2562) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการในองค์การบริหารส่วนตำบลบางเตือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงตามเวลา เจ้าหน้าที่ค่าน้ำมันและก๊าซที่ต้องชำระได้ถูกต้อง และเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาและชี้แจงเรื่องภาษีต่างๆได้ถูกต้องและแม่นยำ

2. เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์

2.1 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จำแนกตามเพศ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย แต่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุทิน นพเกตุ (2562) ได้ศึกษา การศึกษาคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท ผลการศึกษาพบว่าประชาชนผู้ได้รับบริการที่มี เพศ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์โดยรวมไม่แตกต่างกัน เป็นไปได้ว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น เอาใจใส่ในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นเพศใดก็ตาม

2.2 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จำแนกตามอายุ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย แต่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เอเมอร์ ท้าวเนื่ออ่อน (2558) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองแค อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มีอายุ ภาพรวมไม่แตกต่างกัน เป็นไปได้ว่า ปัจจุบันไม่มีความซับซ้อนในกระบวนการให้บริการจัดเก็บภาษี สามารถทำได้ง่ายขึ้นโดยไม่จำกัดอายุ และองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษา แนะนำอยู่ตลอดเวลา

2.3 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส ในภาพรวมไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย แต่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เอกชัย สิ้นโน (2558) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการตามทัศนะลูกค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอหนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี ประชาชนที่มีสถานภาพสมรส ไม่แตกต่างกัน เป็นไปได้ว่า เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ และแนะนำช่วยแก้ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นแก่ผู้มารับบริการ เจ้าหน้าที่บริการด้วยความสุภาพ

2.4 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย แต่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิโรจน์ จรรย์ดี (2565) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหม้อ อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี ประชาชนที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหม้อ อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี ไม่แตกต่างกัน เป็นไปได้ว่า การเสียภาษีในปัจจุบันผู้ใช้บริการเข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาระดับไหนก็สามารถทำได้โดยง่าย

2.5 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย แต่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เอกชัย สิ้นโน (2558) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการตามทัศนะลูกค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอหนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน เป็นไปได้ว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดให้บริการแก่ผู้มารับบริการโดยที่ไม่ได้เลือกปฏิบัติ และเจ้าหน้าที่รับฟังความคิดเห็นจากผู้รับบริการด้วยความตั้งใจ

2.6 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย แต่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (2558) ได้ศึกษา คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จ

ในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ประสบการณ์ในการประกอบกิจการ โดยรวมไม่แตกต่างกัน เป็นไปได้ว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดให้บริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน เชื่อถือได้ และพนักงานมีความซื่อสัตย์ สุจริต และรับผิดชอบ

2.7 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปิยรัตน์ สระแก้ว (2559) ได้ศึกษา คุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดสิงห์บุรี ตามทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาที่ตั้งแตกต่างกัน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เป็นไปได้ว่า เจ้าหน้าที่ที่มีความรอบรู้เกี่ยวกับการให้บริการ และเจ้าหน้าที่ที่สามารถเก็บความลับข้อมูลส่วนตัวของผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะทั่วไป และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1.1 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ พบว่าภาพรวมและรายด้านทุกข้ออยู่ในระดับมาก เนื่องจาก เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มีความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานและเก็บรักษาข้อมูลเป็นความลับ บริการตรงต่อเวลาที่กำหนดไว้ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการตามขั้นตอนการปฏิบัติงานเป็นอย่างดีและช่วยผู้มารับบริการได้ มีความยุติธรรมเสมอภาค ดังนั้น ผู้บริหารควรมีการกำหนดมาตรฐานในการให้บริการอย่างชัดเจน

1.2 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความมั่นใจได้ พบว่า ภาพรวมและรายด้านทุกข้ออยู่ในระดับมาก เนื่องจาก เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์และจริงใจ เจ้าหน้าที่มีการเรียนรู้และเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี และคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ

1.3 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่าภาพรวมและรายด้านทุกข้ออยู่ในระดับมาก เนื่องจาก เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในงานที่

ปฏิบัติงานเป็นอย่างดี ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ข่าวสารต่างๆกับลูกค้าอย่างละเอียด เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ต่อปัญหาของผู้รับบริการ และช่วยเหลือผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด

1.4 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการดูแลเอาใจใส่ พบว่า ภาพรวมและรายด้านทุกข้ออยู่ในระดับมาก เนื่องจาก เจ้าหน้าที่ที่มีความเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการ แต่ละรายจัดสรรเวลาอย่างเหมาะสมแก่ผู้รับบริการแต่ละราย และองค์กรแจ้งเวลาให้บริการไว้อย่างชัดเจนเพื่อสะดวกในการรับบริการ

1.5 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ด้านรูปลักษณ์ พบว่า ภาพรวมและรายด้านทุกข้ออยู่ในระดับมาก เนื่องจาก องค์กรมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกสามารถรองรับผู้รับบริการได้อย่างเพียงพอ เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพเรียบร้อยมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และองค์กรมีการออกแบบตกแต่งสถานที่สะดวกสบายในการใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้สนใจควรทำการศึกษาคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซ ตำบลอื่น ๆ ในจังหวัดนครสวรรค์ เพราะจะทำให้ทราบว่าประชาชนผู้ใช้บริการในแต่ละองค์กรบริหาร ส่วนตำบล มีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซ มากน้อยเพียงใด

2.2 ผู้สนใจควรทำการศึกษาเปรียบเทียบ คุณภาพการให้บริการ ของคุณภาพการให้บริการขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาการคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพต่อไป

บรรณานุกรม

- กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์. (2557). การจัดการการบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ยูโอเพ่น.
กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2561). กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานขององค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2564). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- โกวิทย์ พวงงาม. (2556). การปกครองท้องถิ่นไทย หลักการและมติใหม่ในอนาคต.
กรุงเทพฯ : วิญญูชน.
- คณิศร แก้วคำ. (2562). คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัด
ราชบุรี. วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชน, 1(1), 25-36.
- จันทวรรณ ปิยะวัฒน์. (2558). แนวคิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. สืบค้น สิงหาคม 10, 2558,
<http://www.researchers.in.th>.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555). ศิลปะการให้บริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วี.พรีนธ์ (1991).
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2558). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ส.เอเซียเพรช.
_____. (2560). การตลาดการบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชูชัย สมितिไกร. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพันธ์ เขจรนนท์. (2560). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ณัฐวุฒิ รักษาสกุล. (2562). คุณภาพการให้บริการในองค์การบริหารส่วนตำบลบางเตือ จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยา.
- ธธีร์ธรร ธีร์ขวัญโรจน์. (2562). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
_____, และ สุพจน์ กฤษณาธาร. (2563). การตลาดบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 12) กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด
ยูเคชั่น.
- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS
(พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพมหานคร : บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2559). การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญส่ง จำปาโพธิ์. (2559). การใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ปิยณัฐ จันทร์เกิด. (2560). **คุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ตามการรับรู้ของประชาชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ปิยรัตน์ สระแก้ว. (2559). **คุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดสิงห์บุรี ตามทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- พนิตสุภา ธรรมประมวล. (2563). **การตลาดการบริการ**. กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลิฟวิ่ง.
- พิชิต สุขเจริญพงษ์. (2555). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสารสนเทศธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พิเชษ บัญญัติ. (2557). **องค์ประกอบของการบริการ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพียงพร บุญแสน. (2559). **คุณภาพการบริการของสำนักงานประกันสังคมต่อผู้ประกันตน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- มงคล ปานศรี. (2562). **ความพึงพอใจของผู้โดยสารภายในประเทศชาวไทย ด้านคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง**. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
- มานพ สละเจริญ. (2558). **ความพึงพอใจของพนักงานฝ่ายผลิตที่มีต่อการบริการของฝ่ายซ่อมบำรุง บริษัท กระเบื้องกระต่ายไทย จำกัด**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- ยุพาวรรณ วรณวณิชย์. (2559). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รวีวรรณ ไพรรุ่งโรจน์. (2551). **จิตวิทยาการบริการ**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- _____. (2556). **จิตวิทยาการบริการ องค์ประกอบของการบริการ**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). **คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ฤดี หลิมไพโรจน์. (2555). **การตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 10)**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์. (2558). **คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้า ในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม**. วารสารวิชาการ Veridian E –Journal, Silpakorn University, 8(2), 967-988.
- วิรัตน์ ชนะสิมมา. (2562). **คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ กรณีศึกษาตำบลบ้านโคก อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น**. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 11(2), 15-28.

- วิโรจน์ จริงดี. (2565). **คุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหม้อ อำเภอพรมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2556). **การตลาดธุรกิจบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศิริพร วิษณุหิมาชัย. (2560). **การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่างานบริการ**. สืบค้น เมษายน 8, 2563, จาก <http://mkpayap.payap.ac.th/siriporn/pdf/pyupdf1.pdf>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคนอื่น ๆ. (2558). **หลักการตลาด**. นนทบุรี : ธรรมสาร.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2558). **เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ยูพีซีแอล บุ๊คส์.
- สมิต สัจฉกร. (2561). **ศิลปะการให้บริการ** (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สายธาร.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 1. (2562). **รายงานการวิจัย เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารงานและการจัดการของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 1**. กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.
- สุทิน นพเกตุ. (2562). **คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลวัดสิงห์ อำเภอดงสิงห์ จังหวัดชัยนาท**. วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, 4(1), 149-158.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์. (2561). **แผนพัฒนาตำบล 5 ปี**. นครสวรรค์ : ผู้แต่ง.
- _____. (2565). **ข้อมูลสารสนเทศ**. นครสวรรค์ : ผู้แต่ง.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต, และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2559). **จิตวิทยาบริการ : ฉบับปรับปรุง** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- อรจันทร์ ศิริโชติ. (2556). **การตลาดบริการ**. สงขลา : นำศิลป์โฆษณา.
- เอกชัย สีนโน. (2558). **คุณภาพการให้บริการตามทัศนคติของลูกค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- เอมอร ท้าวเนื้ออ่อน. (2558). **คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลหนองแค อำเภอนองฉาง จังหวัดสระบุรี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- Herzberg, F. (1995). **The Motivation to Work**. New York : John Wiley and Sons.
- Kotler, P. (2000). **Marketing management** (10th ed.). Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall.
- Larson, T. S., & Lieske, J. C. (1992). Sensitive spectrophotometric assay for plasma oxalate. **Clinical chemistry**, 51(12), 2377-2380.

- Mensah, I., & Mensah, R. D. (2018). Effects of service quality and customer satisfaction on repurchase intention in restaurants on University of Cape Coast campus. **Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing**, 4(2), 27-36.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (2008). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. **The Journal of Marketing**, 58, 111-124.
- Rohwiyati, R., & Praptiestrini, P. (2019). The effect of Shopee e-service quality and price perception on repurchase intention: Customer satisfaction as mediation variable. Indonesian. **Journal of Contemporary Management Research**, 1(1), 47-54.
- Wang, Y., Zhang, M., Zhang, L., & Zhou, M. (2020). Knowledge, attitude, and practice regarding COVID-19 among healthcare workers in Henan, China. *The Journal of Hospital Infection*, 105(2), 183-187. doi: 10.1016/j.jhin.2020.04.012.
- Wilson, R. M., & Gilligan, C. (2009). **Strategic marketing management: Planning, implementation and control** (3rd ed.). Burlington, Massachusetts: Elsevier.
- Zhang, M., et al. (2020). Knowledge, attitude, and practice regarding COVID-19 among healthcare workers in Henan, China. **The Journal of Hospital Infection**, 105(2), 183-187.

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของ ผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ในระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี โดยมีความมุ่งหมายที่จะศึกษา คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จึงขอความอนุเคราะห์ให้ท่านอ่านคำถามแล้วตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริง เพราะทุกคำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งกับการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อจะนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามประมวลผล ในภาพรวม ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่าน และจะนำข้อมูลที่ได้มาใช้เฉพาะการ ศึกษาวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์

โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อ เพื่อประโยชน์ในการนำผลของการวิจัยไปใช้ต่อไป

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความตามสภาพที่เป็นจริง

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) น้อยกว่า 30 ปี 2) 30 - 39 ปี
3) 40 - 49 ปี 4) มากกว่า 49 ปี

3. สถานภาพสมรส

- 1) โสด 2) สมรส
3) หย่า/หม้าย

4. ระดับการศึกษา

- 1) ประถมศึกษา
2) มัธยมศึกษาตอนต้น
3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
4) อนุปริญญา/ปวส./ปวท.
5) ปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) น้อยกว่า 10,000 บาท
2) 10,000 - 15,000 บาท
3) 15,001 - 20,000 บาท
4) มากกว่า 20,000 บาท

6. ระยะเวลาในการประกอบกิจการ

- 1) ต่ำกว่า 2 ปี
2) 2 - 4 ปี
3) 5 - 6 ปี
4) 7 - 8 ปี
5) มากกว่า 8 ปี

7. สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

- 1) อำเภอเมือง
- 2) อำเภอพยุหะคีรี
- 3) อำเภอบรรพตพิสัย
- 4) อำเภอชุมแสง
- 5) อำเภอลาดยาว
- 6) อำเภอเก้าเลี้ยว
- 7) อำเภอไพศาลี
- 8) อำเภอดงพญา

ตอนที่ 2 คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในข้อคำถามที่ตรงกับการรับรู้ของท่านมากที่สุด

คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค้ำน้ำมันและก๊าซ ในทัศนะของผู้ประกอบการค้ำน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัด นครสวรรค์	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	5	4	3	2	1
ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ					
1.องค์การบริหารส่วนจังหวัดได้กำหนดขั้นตอนในการชำระภาษี ไว้อย่างชัดเจน					
2.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ					
3.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการรักษาความลับของผู้รับบริการ					
4.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการทำการจัดทำการจดทะเบียนได้ถูกต้องตาม มาตรฐานที่กำหนดได้					
5.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้บริการได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอนและ ระยะเวลาที่กำหนดไว้					
6.ผู้รับบริการได้รับใบเสร็จรับเงินถูกต้องครบถ้วนตรงกันกับ จำนวนเงินที่ชำระภาษี					

คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซ ในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัด นครสวรรค์	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	5	4	3	2	1
ด้านความมั่นใจ					
1.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการจัดทำกร จัดเก็บภาษีเป็นอย่างดี					
2.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีทักษะความสามารถในการจัดเก็บข้อมูล ในรูปแบบของแฟ้มข้อมูลอย่างถูกต้อง					
3.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของ คอมพิวเตอร์อย่างถูกต้อง					
4.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถตอบคำถามผู้รับบริการด้วยความ เป็นมิตร					
5.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการอย่าง ต่อเนื่องตลอดเวลา					
6.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้รับบริการได้ อย่างถูกต้องและชัดเจน					
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ					
1.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถชี้แจงถึงกระบวนการในการ ให้บริการชำระภาษีอย่างถูกต้อง					
2.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการปฏิบัติงานบริการมีความสามารถในการ ปรับตัวให้ได้ในทุกๆ สถานการณ์					
3.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ ผู้รับบริการเสมอ					
4.บุคลิกของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการบริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและทำ ทีสุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเอง					
5.เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการ					
6.มีจำนวนเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจัดเก็บภาษีเพียงพอ					

คุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซ ในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซในเขตจังหวัด นครสวรรค์	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	5	4	3	2	1
ด้านการดูแลเอาใจใส่					
1.เจาหนาที่ผู้ให้บริการให้ความเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเป็น กันเอง					
2.ผู้รับบริการสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลการชำระภาษีทาง โทรศัพท์ได้โดยสะดวก					
3.เจาหนาที่ผู้ให้บริการรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการเพื่อ นำมาปรับปรุงการให้บริการอยู่เสมอเพื่อแลกของรางวัล เป็นต้น					
4.เจาหนาที่ผู้ให้บริการคอยดูแลให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการ กรณีมีปัญหาหรือไม่ได้รับความสะดวก					
5.เจาหนาที่ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบ โดยช่วยในการติดต่อ ประสานให้ผู้ให้บริการจนบรรลุเป้าหมาย					
ด้านรูปลักษณ์					
1.องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีเครื่องมือ เครื่องใช้ทันสมัย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ให้บริการ เป็นต้น					
2.องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ พร้อมใช้งาน เช่น ที่นั่งรอรับบริการ ปากกา เป็นต้น					
3.องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีอาคารสถานที่ที่สะอาด เป็น ระเบียบเรียบร้อยสวยงาม					
4.องค์การบริหารส่วนจังหวัด มีเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการ บริการที่เป็นแบบฟอร์ม อย่างเพียงพอและได้มาตรฐาน					
5.เจาหนาที่ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย

- | | |
|---|--------------------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรยุทธ ทองคำ | อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณี จิตติมณี | อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 3. อาจารย์ ดร.สุธิษา เชนูชาญ | อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ภาคผนวก ค

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ที่.....วันที่ ๒๖ มกราคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรยุทธ ทองคำ

ด้วย นางสาวสมาพร ฉุนฉ่ำ รหัส ๖๑๒๗๗๐๕๐๑๑๕ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี ได้จัดทำแบบสอบถาม เรื่อง คุณภาพการบริการการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซ ในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซ ในเขตจังหวัดนครสวรรค์ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา แจ่มสว่าง เป็นที่ปรึกษาหลัก และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ สมหวัง เป็นที่ปรึกษาร่วม

เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำการค้นคว้าอิสระ คณะวิทยาการจัดการ เห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย ของ นางสาวสมาพร ฉุนฉ่ำ ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

พรรณนิภา เดชพล

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรรณนิภา เดชพล)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ

โทร. ๐ ๙๐๐๐๘ ๔๒๔๘

โทรสาร. ๐ ๓๖๔๒ ๑๔๔๘

Email : ms@lawasri.tru.ac.th



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ที่.....วันที่ ๒๖ มกราคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.สุธิษา เชญชาญ

ด้วย นางสาวสมภาพร ฉุนฉ่ำ รหัส ๖๑๒๗๗๐๕๐๑๑๕ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี ได้จัดทำแบบสอบถาม เรื่อง คุณภาพการบริการการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซ ในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซ ในเขตจังหวัดนครสวรรค์ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา แจ้งสว่าง เป็นที่ปรึกษาหลัก และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ สมหวัง เป็นที่ปรึกษาร่วม

เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำการค้นคว้าอิสระ คณะวิทยาการจัดการ เห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย ของ นางสาวสมภาพร ฉุนฉ่ำ ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

พรรณฉวี เดชพล

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรรณฉวี เดชพล)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ

โทร. ๐ ๙๐๐๐๘ ๔๒๔๘

โทรสาร. ๐ ๓๖๔๒ ๑๔๔๘

Email : ms@lawasri.tru.ac.th



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ที่.....วันที่ ๒๖ มกราคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณี จิตติมณี

ด้วย นางสาวสมาพร ฉุนฉ่ำ รหัส ๖๑๒๗๗๐๕๐๑๑๕ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี ได้จัดทำแบบสอบถาม เรื่อง คุณภาพการบริการการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมันและก๊าซ ในทัศนะของผู้ประกอบการค่าน้ำมันและก๊าซ ในเขตจังหวัดนครสวรรค์ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา แจ่มสว่าง เป็นที่ปรึกษาหลัก และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ สมหวัง เป็นที่ปรึกษาร่วม

เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำการค้นคว้าอิสระ คณะวิทยาการจัดการ เห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย ของ นางสาวสมาพร ฉุนฉ่ำ ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

พรพรรณ เสงี่ยม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรพรรณ เสงี่ยม)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ

โทร. ๐ ๙๐๐๐๘ ๔๒๔๘

โทรสาร. ๐ ๓๖๔๒ ๑๔๔๘

Email : ms@lawasri.tru.ac.th

ประวัติผู้ทำการค้นคว้าอิสระ

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวสมาพร ชุนฉ่ำ
วัน เดือน ปีเกิด	24 กรกฎาคม 2525
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	35/1 หมู่ที่ 1 ตำบลนากลาง อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2537 ชั้นประถมศึกษา โรงเรียนวัดนากลาง อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์ พ.ศ.2543 ชั้นมัธยมศึกษา โรงเรียนโกรกพระ อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์ พ.ศ.2550 รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ ถนนสวรรค่วิถี ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์