

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของผู้ใช้บริการชำระภาษีเกี่ยวกับการให้บริการ : เทศบาลตำบลหาดคำ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ครั้งนี้ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### 1. บริบทเกี่ยวกับการปกครองท้องถิ่น

1.1 การปกครองท้องถิ่นรูปแบบเทศบาล

1.2 เทศบาลตำบลหาดคำ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

1.3 การจัดเก็บภาษีอากรของเทศบาลตำบลหาดคำ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

#### 2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความคาดหวัง

2.2 ความพึงพอใจ

2.2.1 ทฤษฎีความคาดหวัง

2.2.2 ทฤษฎีความต้องการ

2.2.3 ทฤษฎีคุณค่า

2.3 กลยุทธ์ตลาดบริการ

2.4 การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

#### 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 4. กรอบแนวคิดในการศึกษา

## 1. บริบทเกี่ยวกับการปกครองท้องถิ่น

### 1.1 การปกครองท้องถิ่นรูปแบบเทศบาล

พระราชดำริ ในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 เรื่องการจัดตั้งเทศบาล ปรากฏชัดเจนในพระบรมราชโองการประกาศจัดตั้งเทศบาล พ.ศ. 2461 โดยกำหนดให้จัดรูปแบบการปกครองท้องถิ่น “เทศบาล” ในเมืองจำลอง “คูสีตธานี” ขึ้น

ทรงมีพระราชประสงค์ให้ราษฎรในท้องถิ่น ปกครองตนเองเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ได้เรียนรู้และทดลอง การปกครองในระบบประชาธิปไตย (Democracy) พระองค์ทรงเห็นว่า “มันเป็นการดีแก่ประชาชนอย่างแท้จริงที่เขาจะเริ่มต้นด้วยการควบคุมกิจการท้องถิ่น ก่อนที่พวกเขาพยายามที่จะควบคุมกิจการของรัฐ โดยผ่านทางรัฐสภา”

ในปี พ.ศ. 2496 ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติเทศบาล และมีการแก้ไขเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องถึง 9 ครั้ง ปัจจุบันการปกครองท้องถิ่นไทย รูปแบบเทศบาลเป็นไปตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 9) พ.ศ. 2523 ในขณะนั้นมีเทศบาลทั่วราชอาณาจักรไทยทั้งสิ้น 120 เทศบาล

เทศบาลเป็นหน่วยการปกครองท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งของไทย ปัจจุบันมีพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 เป็นกฎหมายแม่บทกำหนดให้มีฐานะเป็นนิติบุคคลทั้งนี้ โดยแบ่งเทศบาลเป็น 3 ประเภท (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2549 : 2-10) คือ เทศบาลตำบล เทศบาลเมือง เทศบาลนคร การจัดตั้งเทศบาล หลักเกณฑ์การจัดตั้งเทศบาลแต่ละประเภทดังนี้

#### 1.1.1 ลักษณะของเทศบาล

1) เทศบาลตำบล การยกฐานะท้องถิ่นใดให้เป็นเทศบาลตำบลกฎหมายไม่ได้กำหนดจำนวนราษฎรและความหนาแน่น ของราษฎรไว้แต่ประการใดเพียงกำหนดไว้ดังนี้

1.1) เป็นท้องถิ่นที่มีพลเมืองหนาแน่นพอสมควร

1.2) มีรายได้เพียงพอแก่การปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายกำหนด

1.3) มีรายได้จริง ไม่รวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณที่แล้วมาตั้งแต่

5,000,001 บาทขึ้นไป

1.4) มีประชากรตั้งแต่ 7,000 คนเป็นต้นไป

1.5) ความหนาแน่นของประชากร ตั้งแต่ 1,500 คนต่อ 1 ตาราง

กิโลเมตร

1.6) ได้รับเห็นชอบจากราษฎรในท้องถิ่นนั้น

2) เทศบาลเมือง ท้องถิ่นใดที่ยกฐานะเป็นเทศบาลเมือง ได้จะต้องมีลักษณะดังนี้

2.1) ท้องถิ่นที่เป็นที่ตั้งของศาลากลางจังหวัดทุกแห่ง ให้ยกฐานะเป็นเทศบาลเมืองได้ โดยไม่ต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์อื่นๆประกอบ

2.2) สำหรับท้องถิ่นที่มีไซ่ที่ตั้งของศาลากลางจังหวัด จะยกฐานะเป็นเทศบาลเมืองได้ จะต้องประกอบด้วยลักษณะดังต่อไปนี้

2.3) สำหรับท้องถิ่นที่มีพลเมืองตั้งแต่ 10,000 คนขึ้นไป

2.4) ราษฎรอาศัยอยู่หนาแน่นเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3,000 คนต่อ 1 ตาราง

กิโลเมตร

2.5) มีรายได้พอที่จะปฏิบัติหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดไว้

3) เทศบาลนคร ท้องถิ่นที่จะยกฐานะเป็นเทศบาลนครได้จะต้องมีลักษณะดังนี้

3.1) เป็นท้องถิ่นที่มีพลเมืองตั้งแต่ 50,000 คนขึ้นไป

3.2) ราษฎรอาศัยอยู่หนาแน่นเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3,000 คนต่อ 1 ตาราง

กิโลเมตร

3.3) มีรายได้พอที่จะปฏิบัติหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดไว้

### 1.1.2 อำนาจหน้าที่ของเทศบาล

เทศบาลตำบล หน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นที่อยู่ใกล้ชิดประชาชนมากที่สุด มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยกำหนดอำนาจหน้าที่ของเทศบาลแต่ละประเภท ดังนี้

อำนาจหน้าที่ของเทศบาลตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 (บังคับให้ทำ)

ดังตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1 อำนาจหน้าที่ของเทศบาล พ.ศ. 2496 (บังคับให้ทำ)

เทศบาลตำบล	เทศบาลเมือง	เทศบาลนคร
1. รักษาความสงบเรียบร้อย	มีหน้าที่เช่นเดียวกับเทศบาลตำบลตามข้อ 1-9 และมีหน้าที่เพิ่มอีกดังนี้	มีหน้าที่เช่นเดียวกับเทศบาลเมืองตามข้อ 1-7 และมีหน้าที่เพิ่มเติม ดังนี้
2. ให้มีและบำรุงทางบกและทางน้ำ	1. ให้มีน้ำสะอาดหรือการประปา	1. ให้มีและบำรุงการสงเคราะห์มารดาและเด็ก
3. รักษาความสะอาดของถนนหรือทางเดินสาธารณะรวมทั้งกำจัดขยะมูลฝอย	2. ให้มีโรงฆ่าสัตว์	2. กิจการอย่างอื่นซึ่งจำเป็นเพื่อการสาธารณสุข
4. ป้องกันและระงับโรคติดต่อ	3. ให้มีและบำรุงสถานที่ทำการพิทักษ์รักษาคนเจ็บไข้	3. การควบคุมสุขลักษณะและอนามัยในร้านจำหน่ายอาหาร โรงมหรสพและสถานบริการ
5. ให้มีเครื่องใช้ในการดับเพลิง	4. ให้มีและบำรุงทางระบายน้ำ	4. จัดการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยและปรับปรุงแหล่งเสื่อมโทรม
6. ให้ราษฎรได้รับการศึกษาอบรม	5. ให้มีและบำรุงสวนสาธารณะ	5. จัดให้มีและควบคุมตลาดทำเทียบเรือ ท่าข้ามและที่จอดรถ
7. ส่งเสริมการพัฒนาสตรีเด็กเยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ	6. ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าและแสงสว่างโดยวิธีการอื่น	6. การวางผังเมืองและการควบคุมการก่อสร้าง
8. บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น	7. ให้มีการดำเนินกิจการโรงรับจำนำหรือสถานสินเชื่อท้องถิ่น	7. การส่งเสริมการท่องเที่ยว
9. หน้าที่อื่นตามที่กฎหมายบัญญัติให้เป็นหน้าที่ของเทศบาล		

ที่มา : สถาบันพัฒนาบุคลากรท้องถิ่น. 2550 : 12-13

ตารางที่ 2 อำนาจหน้าที่ของเทศบาล พ.ศ. 2496 (เลือกทำ)

เทศบาลตำบล	เทศบาลเมือง	เทศบาลนคร
1. ให้มีน้ำสะอาดหรือการประปา	1. ให้มีตลาดและท่าเรือ	1. ให้มีตลาดและท่าเรือและท่าข้าม
2. ให้มีโรงฆ่าสัตว์	2. ให้มีสุสานและฌาปนสถาน	2. ให้มีสุสานและฌาปนสถาน
3. ให้มีตลาดท่าเทียบเรือและท่าข้าม	3. บำรุงและส่งเสริมการทำมาหากินของราษฎร	3. บำรุงและส่งเสริมการทำมาหากินของราษฎร
4. ให้มีสุสานและฌาปนสถาน	4. ให้มีและบำรุงการสงเคราะห์มารดาและเด็ก	4. ให้มีและบำรุงการสงเคราะห์มารดาและเด็ก
5. บำรุงและส่งเสริมการทำมาหากินของราษฎร	5. ให้มีและบำรุงโรงพยาบาล	5. ให้มีและบำรุงโรงพยาบาล
6. ให้มีและบำรุงสถานที่ทำการพิทักษ์รักษาคนเจ็บไข้	6. ให้มีการสาธารณสุข	6. ให้มีการสาธารณสุข
7. ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าและแสงสว่างโดยวิธีอื่น	7. จัดทำกิจกรรมซึ่งจำเป็นเพื่อการสาธารณสุข	7. จัดทำกิจกรรมซึ่งจำเป็นเพื่อการสาธารณสุข
8. ให้มีและบำรุงทางระบายน้ำ	8. จัดตั้งและบำรุงโรงเรียนอาชีวศึกษา	8. จัดตั้งและบำรุงโรงเรียนอาชีวศึกษา
9. เทศพาณิชย์	9. ให้มีและบำรุงสถานที่สำหรับการกีฬาและพลศึกษา	9. ให้มีและบำรุงสถานที่สำหรับการกีฬาและพลศึกษา
	10. ให้มีและบำรุงสวนสาธารณะ สวนสัตว์และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ	10. ให้มีและบำรุงสวนสาธารณะ สวนสัตว์และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ

เทศบาลตำบล	เทศบาลเมือง	เทศบาลนคร
	11. ปรับปรุงแหล่งเสื่อมโทรม และรักษาความสะอาดของท้องถิ่น	11. ปรับปรุงแหล่งเสื่อมโทรม และรักษาความสะอาดของท้องถิ่น
	12. เทศพาณิชย์	12. เทศพาณิชย์

ที่มา : สถาบันพัฒนาบุคลากรท้องถิ่น. 2550 : 14-15

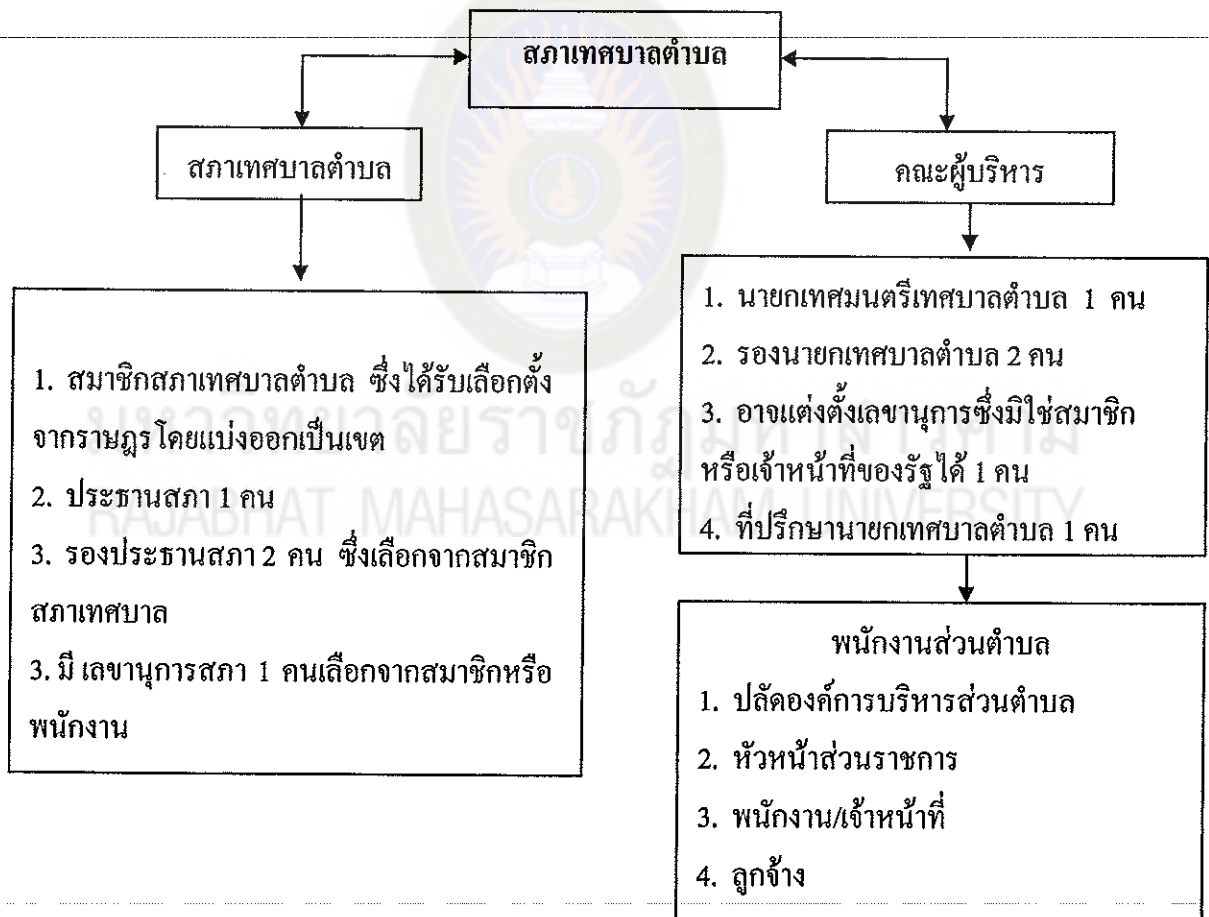
จากแนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า เทศบาลมีฐานะเป็นนิติบุคคลและมีงบประมาณเป็นของตนเอง เป็นการกระจายอำนาจจากส่วนกลางลงสู่ท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเมื่อปี พ.ศ. 2542 เพื่อให้เทศบาลเป็นตัวแทนจากรัฐบาล ทำหน้าที่ดูแลทุกข์บำรุงสุขให้แก่ประชาชนในพื้นที่ที่รับผิดชอบเพื่อยกคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นตามขั้นพื้นฐาน และทำให้ประชาชนในท้องถิ่นรู้จักพึ่งตนเองและเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการรับรู้การบริหารงานของเทศบาล รับรู้ถึงสิทธิและหน้าที่ของตนเอง รู้จักวิธีการเลือกตั้งระดับท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นการนำไปสู่การปกครองตามระบอบประชาธิปไตยอย่างแท้จริง ผู้ศึกษาจะได้นำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ในงานจัดเก็บภาษีและนำไปปรับปรุงการทำงานภายในองค์กรเน้นความสำคัญกระบวนการให้บริการในปัจจุบันและอนาคต เพื่อนำเสนองานบริการที่เหมาะสมทำความเข้าใจความต้องการและความคาดหวังใหม่ๆ ของผู้รับบริการและติดตามให้ทันการเปลี่ยนแปลงของวิธีการดำเนินงานในองค์กรต่อไป

## 1.2 เทศบาลตำบลหาดคำ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

ตามพระราชบัญญัติ กำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 นั้นก็มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นผู้บริหารจัดการด้วยตนเอง ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในด้านต่างๆ มากยิ่งขึ้น บริการต่างๆ ต้องเป็นไปโดยตอบสนองความต้องการของประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีความเข้มแข็งและเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองยิ่งขึ้น ดังนั้นเทศบาลตำบลหาดคำจึงได้สนองตอบต่อ นโยบายของรัฐบาล เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนรัฐบาลกลางในการดูแลทุกข์สุขของประชาชนในพื้นที่ที่รับผิดชอบ ให้อยู่ดีกินดี ตามนโยบายของรัฐบาล ดังนั้นเทศบาลตำบลหาดคำจึงได้จัดทำแผนพัฒนาสามปีขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ อันมีลักษณะเป็นการกำหนดรายละเอียดแผนงาน โครงการพัฒนา

ของตำบลขึ้นมา สำหรับปีงบประมาณในแต่ละปี ซึ่งมีความต่อเนื่องและครอบคลุมระยะเวลาสามปี โดยมีกรอบทบทวนเพื่อปรับปรุงเป็นประจำทุกปี ประโยชน์ของการจัดทำแผนพัฒนาที่จะเป็น เครื่องช่วยการดำเนินงานต่างๆ ที่มีความเชื่อมโยงและส่งผลทั้งเชิงสนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อกันและสามารถนำมาตัดสินใจ กำหนดแนวทางการดำเนินงานและใช้ทรัพยากรการบริหารของเทศบาลตำบลหาดคำให้มีประสิทธิภาพและเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ ดังวิสัยทัศน์ของเทศบาลตำบลหาดคำที่ว่า “ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ส่งเสริมเกษตรหลากหลาย วัฒนธรรมยั่งยืน องค์กรบริหารจัดการที่ดี”

ตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 แก้ไขเพิ่มเติมถึง (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546 ได้ กำหนดรูปแบบโครงสร้างของเทศบาลไว้ ดังภาพประกอบที่ 1



แผนภาพที่ 1 : โครงสร้างเทศบาลตำบลหาดคำ  
ที่มา : สำนักปลัดเทศบาลตำบลหาดคำ. 2552 : 2

### 1.2.1 สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐาน

ตำบลหาดคำ แต่เดิมขึ้นกับตำบลวัดธาตุ ต่อมาปี พ.ศ. 2507 ได้แยกออกมาตั้งเป็นตำบลหาดคำเมื่อปี พ.ศ. 2538 มีจำนวน 8 หมู่บ้าน และมีการจัดตั้งหมู่บ้านขึ้นใหม่เป็น 15 หมู่บ้าน ต่อมาได้แยกไปขึ้นกับเทศบาลเมือง จำนวน 3 หมู่บ้าน ปัจจุบันตำบลหาดคำได้ยกฐานะจากองค์การบริหารส่วนตำบลขึ้นเป็นเทศบาลตำบลหาดคำเมื่อ วันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2550 มีจำนวน 13 หมู่บ้าน มีสมาชิกจำนวน 8,230 คน

1.2.1.1 สภาพทั่วไป เทศบาลตำบลหาดคำ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออก ของที่ว่าการอำเภอเมืองหนองคาย ห่างจากอำเภอเมืองหนองคายประมาณ 10 กิโลเมตร โดยมีอาณาเขตดังนี้

ทิศเหนือ	จรด	แม่น้ำตำบลวัดธาตุ
ทิศตะวันออก	จรด	ตำบลหินโงม
ทิศตะวันตก	จรด	เทศบาลโขง
ทิศใต้	จรด	เมืองหนองคาย

1.2.1.2 เนื้อที่ โดยประมาณ จำนวน 33.90 ตารางกิโลเมตร หรือ 19,369 ไร่

1.2.1.3 ลักษณะภูมิประเทศ ภูมิประเทศทั่วไปของตำบลหาดคำ เป็นพื้นที่ราบสลับลูกคลื่นลอนราบ กระจายทั่วทั้งตำบลความสูง 160-172 เมตร บริเวณชายฝั่งแม่น้ำโขงมีความสูงเฉลี่ย 160 เมตร บริเวณตะวันออก ตะวันตก และทิศใต้ เป็นลูกคลื่นลอนลาดสลับกัน

1.2.1.4 จำนวนหมู่บ้าน 13 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 2,3,4,5,6,7,8,11,12,13,14,15,16

1.2.1.5 ประชากร ทั้งตำบลมีทั้งสิ้น 8,230 คน แยกเป็นชาย 4,064 คน เป็นหญิง 4,166 คน ดังตารางที่ 3



ตารางที่ 3 รายละเอียดจำนวนหมู่บ้าน

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	จำนวนครัวเรือน ทั้งสิ้น	จำนวนราษฎร(คน)		
			ชาย	หญิง	รวมทั้งสิ้น
2	บ้านหาดคำ	310	527	553	1,080
3	บ้านหาดคำน้อย	109	293	233	472
4	บ้านบอน	229	509	501	1,010
5	บ้านสามัคคี	114	192	206	398
6	บ้านเหล่า	293	574	586	1,160
7	บ้านฝ้าย	325	690	711	1,401
8	บ้านคอนซุด	112	215	203	418
11	บ้านจอมเสด็จ	188	299	306	605
12	บ้านวัดธาตุใต้	35	90	74	164
13	บ้านหนองไผ่	95	137	147	284
14	บ้านหาดทรายทอง	131	239	275	514
15	บ้านจอมเสด็จน้อย	102	156	156	312
16	บ้านยูงทอง	98	197	215	412
รวม		2,141	4,064	4,166	8,230

ที่มา : สำนักปลัดเทศบาลตำบลหาดคำ. 2552 : 5-7

### 1.2.2 สภาพทางเศรษฐกิจ

#### 1) อาชีพ

- 1.1) อาชีพหลัก คือ การทำนา ทำสวน ไร่ข้าง ไร่ราชการ และเลี้ยงสัตว์
- 1.2) อาชีพรอง คือ การปลูกผัก การประมง การรับจ้างทั่วไป การทำนาปรัง
- 1.3) อาชีพเสริม คือ การเลี้ยงปลากระชัง การทำดอกไม้ประดิษฐ์ การทำผ้าห่ม การประดิษฐ์ กรงนกหัวจุก การปั้นภาพจากขี้เลื่อย การจักรสาน และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

#### 2) หน่วยธุรกิจในพื้นที่เทศบาลตำบลคือ

- 2.1) รีสอร์ท 3 แห่ง
- 2.2) ปั้มน้ำมัน 3 แห่ง

2.3) โรงงานอุตสาหกรรม 2 แห่ง

2.4) โรงสี 7 แห่ง

### 1.2.3 สภาพทางสังคม

#### 1) การศึกษา

1.1) โรงเรียนประถมศึกษา	2	แห่ง
1.2) ที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน	2	แห่ง
1.3) หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน	13	แห่ง
1.4) ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน	1	แห่ง
1.5) ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร	1	แห่ง
1.6) วิทยาลัยเทคนิคหนองคาย	1	แห่ง

#### 2) สถาบันและองค์กรทางศาสนา

2.1) วัด	15	แห่ง
2.2) สำนักสงฆ์	1	แห่ง

#### 3) การสาธารณสุข

3.1) สถานีอนามัยประจำตำบล	2	แห่ง
3.2) ส้วมราคน้ำ	100	เปอร์เซ็นต์
3.3) มีการจัดตั้ง อ.ส.ม.	13	หมู่บ้าน

#### 4) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

4.1) สถานีตำรวจชุมชนตำบล	1	แห่ง
4.2) อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.)		

### 1.2.4 การบริการพื้นฐาน

1) การคมนาคม มีถนนลาดยาง 1 สาย , มีถนนลูกรังระหว่างหมู่บ้าน 3 สาย, ถนนภายในหมู่บ้านบางส่วนเป็นถนนคอนกรีต

2) การโทรคมนาคม ตู้โทรศัพท์สาธารณะ 10 แห่ง

3) การไฟฟ้า มีไฟฟ้าใช้ทุกหมู่บ้าน รวม 13 หมู่บ้าน

4) แหล่งน้ำธรรมชาติ มีลำน้ำ ลำห้วย 2 สาย บึงหนองอื่นๆ 6 แห่ง

5) แหล่งน้ำที่สร้างขึ้น มีฝาย 4 แห่ง, บ่อน้ำตื้น 6 แห่ง,

บ่อโยก 21 แห่ง, ถังเก็บน้ำ 4 แห่ง, บ่อกรมทรัพย์สินวิทยา 1 แห่ง, ประปาหมู่บ้าน 2 แห่ง

6) สถานีสูบน้ำด้วยไฟฟ้า 3 สถานี

## 1.2.5 ข้อมูลอื่นๆ

- 1) ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ป่าประมาณ 50 ไร่
- 2) มวลชนจัดตั้ง
  - 2.1) ลูกเสือชาวบ้าน 6 รุ่น 632 คน
  - 2.2) ไทยอาสาป้องกันชาติ 2 รุ่น 344 คน
  - 2.3) อ.ส.ม. 100 คน
  - 2.4) ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน 2 คน
  - 2.5) เกษตรหมู่บ้าน 13 คน
  - 2.6) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร หมู่ที่ 8
  - 2.7) อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน 97 คน

## 1.2.6 ศักยภาพของเทศบาลตำบลหาคำ

- 1) สมาชิกสภาเทศบาลตำบล 12 คน
  - 1.1) ประจําสภา 2 คน
  - 1.2) อุนุประจําสภา 1 คน
  - 1.3) มัชยมศึกษา 5 คน
  - 1.4) ประถมศึกษา 6 คน

2) เทศบาลตำบลหาคำสามารถแบ่งงานออกเป็นฝ่ายต่างๆประกอบไปด้วย  
 สำนักปลัด กองคลังและกองช่าง มีพนักงาน/ลูกจ้างประจำและลูกจ้างชั่วคราวจำนวน 44 คน  
 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 พนักงาน/เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลหาคำ

ส่วน/ตำแหน่ง	การศึกษา					รวม (คน)
	สูงกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	อนุนุปริญญา	มัธยม ศึกษา	ประถม ศึกษา	
สำนักปลัด						
พนักงานเทศบาล	1	7	3	-	-	11
ลูกจ้างประจำ	-	2	-	-	2	2
พนักงานจ้าง	-	-	5	12	3	20

ส่วน/ตำแหน่ง	การศึกษา					รวม (คน)
	สูงกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	อนุปริญญา	มัธยม ศึกษา	ประถม ศึกษา	
กองคลัง						
พนักงานส่วนตำบล	-	5	-	-	-	5
พนักงานจ้าง	-	1	-	-	-	1
กองช่าง						
พนักงานส่วนตำบล	1	2	2	-	-	5
พนักงานจ้าง	-	-	-	-	-	-
รวม	2	17	10	12	5	44

ที่มา : สำนักปลัดเทศบาลตำบลหาดคำ. 2552 : 8

เทศบาลตำบลหาดคำเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นตามกฎหมายเมื่อปี พ.ศ. 2537 ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย ซึ่งมีหน้าที่ในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนในท้องถิ่น และในแต่ละปีงบประมาณนั้น ทางเทศบาลตำบลหาดคำก็ต้องมีการจัดทำแผนงานประมาณการรายรับประจำปีขึ้น เพื่อรองรับงบประมาณจากส่วนกลางและประมาณการรายจ่ายให้เพียงพอกับรายได้ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ประมาณการรายรับ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 35,346,000 บาท

รายรับ	รับจริง ปี 2550	ประมาณ การ ปี 2551	ประมาณ การปี 2552
ก. รายได้ภาษีอากร	11,189,049.31	12,394,000	18,425,000
1. หมวดภาษีอากร	287,091.18	330,000	360,000
1.1 ภาษีโรงเรือนและที่ดิน	223,051.50	260,000	270,000
1.2 ภาษีบำรุงท้องถิ่น	48,715.68	50,000	60,000
1.3 ภาษีป้าย	15,324	20,000	30,000

รายรับ	รับจริง ปี 2550	ประมาณ การ ปี 2551	ประมาณ การปี 2552
2. หมวดภาษีที่ได้รับจากการจัดสรร	10,901,958.13	12,064,000	18,065,000
2.1 ภาษีมูลค่าเพิ่ม	6,098,144.90	6,200,000	9,000,000
2.2 ภาษีธุรกิจเฉพาะ	31,991.07	35,000	100,000
2.3 ภาษีสุรา	850,061.53	750,000	1,350,000
2.4 ภาษีสรรพสามิต	2,219,113.44	3,500,000	4,800,000
2.5 ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนนิติกรรมที่ดิน	1,672,866	1,514,000	2,700,000
2.6 ค่าภาคหลวงปิโตรเลียม	29,781.19	20,000	70,000
2.7 ค่าภาคหลวงแร่	-	45,000	45,000
ข. รายได้ที่มีใช้ภาษีอากร	2,097,996.18	1,323,300	575,000
1. หมวดค่าธรรมเนียม ค่าปรับและใบอนุญาต	1,879,382	280,300	345,000
1.1 ค่าธรรมเนียมการพนัน	-	3,500	5,000
1.2 ค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับการควบคุมอาคาร	7,047	6,500	10,000
1.3 ค่ากำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล	186,335	157,800	210,000
1.4 ค่าปรับผู้กระทำความผิดกฎหมายจราจรทางบก	6,400	5,000	10,000
1.6 ค่าปรับการผิดสัญญา	800	1,000,000	100,000
2. หมวดรายได้จากทรัพย์สิน	66,278.65	53,000	80,000
2.1 ค่าดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร	66,278.65	53,000	80,000
3. หมวดรายได้เบ็ดเตล็ด	152,335.53	900,000	150,000
3.1 ค่าขายแบบแปลน	62,500	50,000	100,000
3.2 รายได้เบ็ดเตล็ด	89,835.53	40,000	50,000

รายรับ	รับจริง ปี 2550	ประมาณ การ ปี 2551	ประมาณ การปี 2552
<b>ค. เงินช่วยเหลือ</b>	11,913,597.31	15,000,000	16,346,000
1. หมวดเงินอุดหนุน	5,618,685	15,000,000	16,346,000
2. เงินอุดหนุนเฉพาะกิจ	6,294,912.31	-	-
เงินช่วยเหลือ รวม (ค)	11,913,597.31	13,000,000	16,346,000
รายรับ ไม่รวมเงินอุดหนุน (ก+ข)	13,287,045.49	12,817,300	19,000,000
<b>รวมเงินรายรับ</b>	<b>25,200,642.80</b>	<b>25,817,300</b>	<b>35,346,000</b>

ที่มา : สำนักปลัดเทศบาลตำบลหาดคำ. 2552 : 9 -10

3) เครื่องมือและครุภัณฑ์ต่างๆ มีรถยนต์ส่วนกลาง 5 คัน, รถบรรทุกขยชะ  
ความจุไม่น้อยกว่า 10 ลบ.หลา 1 คัน, รถยนต์นั่งส่วนบุคคล 2 คัน, รถดับเพลิง 2 คัน, เครื่อง  
พ่นหมอกควัน 4 ตัว, คอมพิวเตอร์ 17 เครื่อง

3.1 สินค้ากลุ่มอาชีพ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากการทำสวนลำไย ปลากระชัง  
(ปลานิล) ดอกไม้ประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร น้ำยาล้างจาน จากสมุนไพรและกลุ่มผลิตผ้าห่ม

ในกระบวนการให้บริการแก่ประชาชนในพื้นที่นั้นทางเทศบาลตำบลหาดคำ ได้มีความ  
พยายามที่จะให้บริการด้วยความเป็นธรรมและรวดเร็ว ดังนั้นเทศบาลตำบลหาดคำจึงได้มีการจัดทำ  
ตารางการบริการขึ้นเพื่อจะได้ทราบวิธีการทำงาน โดยใช้เวลาบริการให้เร็วขึ้นและให้บรรลุตาม  
วัตถุประสงค์ขององค์กร ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 กระบวนการบริการที่ปรับลดระยะเวลาการปฏิบัติราชการเพื่อประชาชน

กระบวนการบริการ	เวลาปฏิบัติงานเดิม	เวลาที่ปรับลด
<b>สำนักปลัด</b>		
1. การขอรับการสนับสนุนน้ำอุปโภค บริโภค	1 วัน	2 ชั่วโมง/ราย

กระบวนงานบริการ	เวลาปฏิบัติงานเดิม	เวลาที่ปรับลด
2. การขอรับความช่วยเหลือสาธารณภัย	1 ชั่วโมง	ทันที
3. รับแจ้งเรื่องราวร้องทุกข์	-	แจ้งตอบรับการดำเนินการ ให้ผู้ร้องเรียนทราบ 7 วัน
4. แจ้งเกิด	15 นาที/ราย	10 นาที/ราย
5. แจ้งตาย	15 นาที/ราย	10 นาที/ราย
6. ย้ายที่อยู่	16 นาที/ราย	10 นาที/ราย
7. กำหนดเลขที่บ้าน	9 วัน/ราย	3 ราย/ราย
8. ขอมีบัตรประจำตัวประชาชน ครั้งแรก	20 นาที/ราย	10 นาที /ราย
9. ขอมีบัตรประจำตัวประชาชน (เดิม)	17 นาที/ราย	10 นาที /ราย
10. ขออนุญาตประกอบกิจการที่เป็น อันตรายต่อสุขภาพ (130 ประเภท) - ขออนุญาตใหม่/ต่อใบอนุญาต	30 วัน/ราย	20 วัน/ราย
11. ขออนุญาตจัดตั้งตลาด	30 วัน/ราย	20 วัน/ราย
12. การขออนุญาตจัดตั้งสถานที่ จำหน่ายอาหารหรือสถานที่สะสม อาหาร (พื้นที่เกิน 200 ตร.ม.)	30 วัน/ราย	20 วัน/ราย

กระบวนงานบริการ	เวลาปฏิบัติงานเดิม	เวลาที่ปรับลด
13. การขออนุญาตจำหน่ายสินค้าในที่หรือสาธารณะ - ขออนุญาตใหม่/ต่อใบอนุญาต กองคลัง	30วัน/ราย	20 วัน/ราย
1. จัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่	8 นาที/ราย	5 นาที/ราย
2. จัดเก็บภาษีโรงเรือนและที่ดิน	10 นาที/ราย	5 นาที/ราย
3. จัดเก็บภาษีป้าย	10 นาที/ราย	5 นาที/ราย

ที่มา : สำนักปลัดเทศบาลตำบลหาดคำ. 2551 : 11

จากการศึกษาข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า เทศบาลตำบลหาดคำเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย เมื่อปี พ.ศ. 2537 ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย มีฐานะเป็นนิติบุคคล ซึ่งมีหน้าที่ในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบ และในแต่ละปีงบประมาณนั้น ทางเทศบาลตำบลหาดคำจะมีการจัดทำแผนงานประมาณการรายรับขึ้นเพื่อให้สอดคล้องการปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ซึ่งปกติแล้วก็จะมีการจัดทำแผน 3 ปีขึ้น วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนก็เพื่อรับทราบความต้องการของประชาชนในพื้นที่ว่าต้องการอะไร อยากจะพัฒนาหมู่บ้านตนเองอย่างไร เพื่อที่ทางเทศบาลจะได้ช่วยเหลือและดำเนินการให้ตามแผนที่วางไว้ ซึ่งจะเป็นการให้บริการประชาชนให้ตรงกับความต้องการและยกฐานะคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น ผู้ศึกษาจะได้นำความรู้เหล่านี้ไปใช้ในงานเกี่ยวกับการให้บริการจากการดำเนินงานขององค์กร เช่น ประชาชน ชุมชนท้องถิ่น บุคลากรในองค์กร มีการรับฟังและเรียนรู้ความต้องการของประชาชนเพื่อตอบสนองความต้องการและทำการประเมินผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจได้อย่างชัดเจน

### 1.3 การจัดเก็บภาษีอากรของเทศบาลตำบลหาดคำ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

ตามหลักฐานในประวัติศาสตร์ที่อ้างอิงได้เกี่ยวกับประวัติการจัดเก็บภาษีอากรของชาติไทย คือศิลาจารึกสมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราชซึ่งอยู่ในยุคสมัยกรุงสุโขทัย แต่ความเป็นมาก่อนยุคสุโขทัยได้เคยมีการวิเคราะห์โดยพิจารณาถึงลักษณะประวัติศาสตร์การปกครองของชาติไทย การจัดเก็บภาษีอากร วัฒนาการมาจากผลของการก่อสร้างอาณาจักรในยุคแรกของชนชาติไทย



ที่ต้องมีการรบบพุ่งเป็นสงครามกับเพื่อนบ้านใกล้เคียง เมื่อมีการรบบชนก็จะมีการกวาดต้อนผู้คน และทรัพย์สิน หลังจากนั้นก็จะให้ประเทศผู้แพ้ที่อยู่ภายใต้การปกครองจัดส่งเครื่องบรรณาการมา มอบให้ ลักษณะการ ได้มาซึ่งรายได้และทรัพย์สินข้างต้นเป็นการนำรายได้จากนอกราชอาณาจักร เข้ามา ซึ่งอาจถือว่าเป็นรูปแบบการจัดเก็บภาษีประเภทหนึ่ง และในขณะที่เดียวกันการที่จะให้ ราชอาณาจักรมีการปกครองที่เข้มแข็ง มีการพัฒนาในด้านความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รัฐจำเป็นที่จะต้องมีการเกณฑ์แรงงานภายในประเทศ เพื่อเข้ามาทำนุบำรุงประเทศ ทั้งในด้านการก่อสร้างถาวรวัตถุ การขุดคลอง ถนนหนทางต่างๆ ทั้งนี้โดยการเกณฑ์แรงงาน อาจถือเป็นรูปแบบการเก็บภาษี ที่ไม่ เป็นตัวเงินประเภทหนึ่งเช่นกัน จนกระทั่งต่อมาเมื่อมีการพัฒนาจนมีการนำระบบเงินตรามาใช้ในการ แลกเปลี่ยนในราชอาณาจักร ถ้าผู้ที่ถูกเกณฑ์เป็นแรงงานต้องการประกอบอาชีพเป็นอิสระก็อาจ นำเงินตราที่หามาได้ มาใช้ให้กับรัฐหรือเจ้าขุนมูลนายเพื่อขอความเป็นอิสระในการประกอบอาชีพ อันเป็นก้าวหนึ่งของการเริ่มเป็นระบบการจัดเก็บภาษีอากรในระยะต่อมา (ศุภลักษณ์ พินิจภูวดล. 2547 : 20-22)

### 1.3.1 ความหมายและความสำคัญของภาษีอากร

ภาษีอากร หมายถึง สิ่งที่รัฐบาลบังคับจัดเก็บจากประชาชนและนำมาใช้เพื่อ ประโยชน์ต่อสังคมโดยส่วนรวม โดยมีให้ประโยชน์ตอบแทนโดยตรงต่อผู้เสียภาษีและเมื่อกล่าวถึง คำว่า “ภาษีอากร ” นั้นจากอดีตจนถึงปัจจุบันก็ได้มีนักเศรษฐศาสตร์หลายๆท่านที่พยายามกำหนด นิยามความหมายคำว่า ภาษีอากร เพื่อให้ได้สมบูรณ์แต่เนื่องจากภาษีอากรนั้นมีมากมายหลาย ประเภทด้วยกันจึงลำบากเป็นอย่างยิ่งในการจะกำหนดคำนิยามของภาษีอากรนั้น ให้ครอบคลุมและ ใช้ได้กับภาษีอากรได้ทุกประเภทอย่างไรก็ตาม มีนักเศรษฐศาสตร์และนักวิชาการได้ให้คำนิยามคำ ว่า ภาษีอากร ไว้ที่น่าสนใจ ดังนี้

ขจร สารุพันธ์ (อ้างถึงใน นารี นันทติภูล. 2545 : 6) กล่าวถึงการเรียกเก็บภาษีอากร คือ เงิน หรือสิ่งของที่รัฐบาลบังคับเก็บจากประชาชนเพื่อนำไปจ่ายในกิจการอันเป็นหน้าที่ของ รัฐบาล

อรัญ ธรรมโน (อ้างถึงใน นารี นันทติภูล. 2545 : 6) ให้ความหมายว่า การเรียกเก็บที่ จะเรียกว่าภาษีอากรควรมีลักษณะสำคัญ 2 ประเภท ประการแรก เป็นการบังคับจัดเก็บ และประการ ที่สอง ไม่มีการให้ประโยชน์ตอบแทนโดยตรงแก่ผู้เสียภาษีอากร

เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม (2541 : 25) ให้ความหมายว่า ภาษีคือสิ่งที่รัฐบาลเก็บ จากรายได้และนำมาใช้เพื่อประโยชน์ของสังคม ส่วนรวม โดยมีสิ่งตอบแทนโดยตรงแก่ผู้เสีย ภาษี

### 1.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีอากร

หลักเกณฑ์การจัดเก็บภาษีอากรที่ดี (ชมกร ฉิมะสังคนันท์, 2546 :18) ได้กล่าวถึงหลักของภาษีอากรที่ดีไว้ 4 ประการคือ

1) หลักความเป็นธรรม (Equity) หมายความว่า การจัดเก็บต้องเสมอภาคและยุติธรรม ไม่ควรให้สิทธิพิเศษแก่ชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะ คือ ผู้มีรายได้มากก็ควรเสียภาษีให้แก่รัฐบาลมาก ผู้มีรายได้น้อยก็ควรเสียภาษีน้อย ผู้มีความสามารถในการหารายได้เท่ากันก็ควรเสียภาษีให้แก่รัฐบาลเท่ากัน แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงภาระค่าใช้จ่ายที่แต่ละบุคคลมีไม่เท่าเทียมกัน

2) หลักความแน่นอน (Certainty) หมายความว่า ในการจัดเก็บภาษีทุกประเภทนั้นควร มีหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีแน่นอนในด้านต่างๆ คือเวลาที่ชำระภาษี อัตราภาษี การคำนวณ การชำระภาษี สถานที่ชำระภาษี ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนได้ทราบและจะได้เตรียมความพร้อมในการเสียภาษีให้ถูกต้อง

3) หลักความสะดวก (Convenience) หมายความว่า ในการจัดเก็บภาษีอากรทุกประเภท รัฐต้องคำนึงถึงความสะดวกในการชำระภาษี เช่น วัน เวลา วิธีการ และสถานที่รับชำระภาษี

4) หลักความประหยัด (Economy) หมายความว่า ค่าใช้จ่ายในการบริหารการจัดเก็บภาษีควรต้องต่ำที่สุด แต่ต้องให้ได้เงินค่าภาษีอากรมากที่สุด

หลักของภาษีอากรทั้ง 4 ประการ เป็นที่ยอมรับของนักเศรษฐศาสตร์มาเป็นเวลานาน แต่เมื่อเวลาผ่านไป ก็ได้มีการกำหนดลักษณะที่ดีของภาษีอากรเพิ่มเติมอีกหลายประการ เช่น

1. หลักความเป็นกลาง การเก็บภาษีอากรต้องเป็นกลางต่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ให้มากที่สุด ไม่บิดเบือนก่อให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจขึ้น ภาษีที่ดีต้องไม่กระทบต่อการแข่งขัน ในธุรกิจและกลไกราคาตลาด

2. หลักอำนาจรายได้ ภาษีที่ดีควรทำรายได้ให้สูง ภาษีที่จะอำนาจรายได้ที่ดีต้องมีฐานภาษีกว้างครอบคลุมผู้เสียภาษีได้เต็มพื้นที่

3. หลักความยืดหยุ่น ระบบภาษีที่ดีจะเป็นเครื่องมือในการควบคุมภาวะเศรษฐกิจได้ หลักความมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภาษีที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนมีการจัดองค์การและระบบการทำงานที่ดีมีต้นทุนต่ำและสามารถจัดเก็บภาษีได้ทั่วถึง

4. หลักเอื้ออำนาจต่อการกำหนดนโยบายของรัฐ รัฐสามารถใช้ภาษีเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมนโยบายได้หลายประการ เช่น การส่งเสริมความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการลงทุน

ไกรยุทธ ชีรตยาคีนันท์ (อ้างถึงใน ชมกร ฉิมะสังคนันท์. (2546 : 20-21) กล่าวไว้ว่า หลักการเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีสำหรับระบบภาษีของไทยที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. เกณฑ์ภาษี (Tax Criteria) หมายถึง ลักษณะหรือคุณสมบัติที่จัดเป็นส่วนประกอบที่พบได้ในระบบภาษี หรือในภาษีแต่ละชนิดที่จะช่วยให้เป็นที่ยอมรับของผู้ที่ต้องถูกกระทบด้วยภาษีเท่านั้น และเอื้ออำนวยให้การจัดเก็บสามารถช่วยรัฐได้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ซึ่งประกอบด้วย

1.1 ความเป็นธรรม หมายถึง สภาพที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีได้รับความเป็นธรรมในการเสียภาษี

1.2 ความเป็นกลาง หมายถึง สภาพที่ภาษีหนึ่งเมื่อจัดเก็บแล้วไม่กระทบต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการจัดสรรทรัพยากรของหน่วยเศรษฐกิจ

1.3 ความที่เข้าใจง่าย (Simplicity) หมายถึงสภาพที่ภาษีที่มีโครงสร้างและรายละเอียดเป็นที่เข้าใจง่าย ทำให้เอื้อต่อการจัดเก็บภาษีและการเสียภาษี เกณฑ์ความเข้าใจง่ายมี 2 ลักษณะคือ

1.4 ความเข้าใจง่ายในทักษะของการจัดเก็บ แสดงถึงลักษณะของภาษีที่เจ้าหน้าที่จัดเก็บเข้าใจสาระภาษีในทุกแง่มุม สามารถชี้แจงทำความเข้าใจเรื่องภาษีกับประชาชนได้ และสามารถจัดระบบการบริหาร ติดตาม ดูแล ให้ผู้เสียภาษีเสียภาษีได้อย่างถูกต้อง โดยมีค่าใช้จ่ายในการบริหารไม่สูง มีความแน่นอน ไม่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ และไม่มีขั้นตอนในการบริหารซับซ้อน จนยากที่จะเข้าใจทั้งกระบวนการ แม้กระทั่งในหมู่ผู้มีหน้าที่จัดเก็บเอง

1.5 ความเข้าใจง่ายในทักษะของผู้เสียภาษี แสดงถึงลักษณะของภาษีที่ประชาชนสามารถรู้ได้โดยไม่ต้องเพิ่มความพยายามเป็นพิเศษว่าใครจะเป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีนั้นๆ และเมื่อจะต้องเสียภาษีก็สามารถเข้าใจสาระสำคัญของภาษี ทำให้การเสียภาษีถูกต้องสะดวกในการปฏิบัติตามกฎหมาย ไม่ต้องพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญด้านภาษีช่วยเหลือในกรณีต่างๆ ไป สภาพต่างๆ ของภาษีในแง่การต้องเสียภาษี และการได้รับการยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีเป็นที่เข้าใจได้ง่าย

การบริหารการจัดเก็บภาษีเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ต่างๆ ของระบบภาษีและภาษีแต่ละประเภท รวมทั้งช่วยให้เกณฑ์ภาษีเกิดประโยชน์ตามคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นความชัดเจนของวัตถุประสงค์ของการจัดเก็บภาษีแต่ละชนิดและการเพิ่มระดับความเข้าใจง่ายให้แก่โครงสร้างของภาษีนั้นๆ จะเป็นปัจจัยสำคัญของการบริหารจัดการเก็บมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

1. เจ้าหน้าที่ของทางราชการมีหน้าที่จัดเก็บภาษี ประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษี ขึ้นอยู่กับลักษณะการจัดโครงสร้างองค์กรของส่วนราชการ

2. คุณภาพความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่

2. ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษี การบริหารการจัดเก็บภาษีที่มีประสิทธิภาพจะต้องได้รับการยอมรับและผู้มีหน้าที่เสียภาษีมีความพร้อม ที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายภาษี ไม่พยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือหนีภาษี อันจะเป็นเหตุให้การจัดเก็บภาษีไม่บรรลุวัตถุประสงค์

แนวการปรับปรุงการจัดเก็บภาษีและบริหารภาษีระบบการจัดเก็บภาษีและบริหารภาษี จำเป็นต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ หากไม่มีการปรับปรุงภาษีจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ การปรับปรุงการจัดเก็บและการบริหารภาษี ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือจากประชาชนผู้เสียภาษี เพราะหากประชาชนไม่ร่วมมือก็ยากที่จะบรรลุเป้าหมายในทางภาษีได้

### 1.3.3 วัตถุประสงค์ในการจัดเก็บภาษี

การจัดเก็บภาษีอากรมีวัตถุประสงค์หลายประการ วัตถุประสงค์หลักคือ การหารายได้มาใช้จ่ายในกิจการของรัฐ การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจต่างๆ วัตถุประสงค์ของการจัดเก็บภาษีอากรมีดังนี้

1) เพื่อหารายได้มาใช้จ่ายในกิจการของรัฐ กิจการส่วนใหญ่ของรัฐเป็นกิจการเพื่อส่วนรวม เช่น ความมั่นคง ความปลอดภัย การศึกษา กิจการสาธารณูปโภค เป็นต้น

2) เพื่อควบคุมหรือส่งเสริมพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ รัฐบาลสามารถใช้ระบบภาษีอากรควบคุมการบริโภค การผลิต หรือวิธีการดำเนินการทางธุรกิจบางชนิดมิให้เกิดผลเสียต่อเศรษฐกิจโดยรวมได้ เช่น ไม่ต้องการให้ประชาชนบริโภคสุรา บุหรี่ หรือสินค้าฟุ่มเฟือยต่างๆ ก็เก็บภาษีสินค้าเหล่านี้ในอัตราสูงๆ หรือไม่เก็บภาษีอุปกรณ์การศึกษาต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง หรือเก็บภาษีสินค้าที่มีความจำเป็นในอัตราต่ำ เป็นต้น

3) เพื่อการกระจายรายได้และทรัพย์สินให้เป็นธรรม นอกจากรัฐบาลจะใช้มาตรการด้าน เช่น การอุดหนุน การโอนเงินต่างๆ การสร้างงานในชนบท ฯลฯ การจัดเก็บภาษีอากรยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการกระจายรายได้ด้วย เช่น ใช้วิธีอัตราภาษีก้าวหน้า ภาษีทรัพย์สิน ภาษีมรดก ภาษีสินค้าฟุ่มเฟือย ในอัตราสูงๆ เป็นต้น

4) เพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ การรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจทั้งด้านราคาสินค้า และการจ้างงานเป็นเป้าหมายทางเศรษฐกิจที่สำคัญ เช่น การป้องกันภาวะเงินเฟ้อ รัฐบาลก็เพิ่มภาษีต่างๆ ให้สูงขึ้นเพื่อลดการใช้จ่ายในยามเศรษฐกิจตกต่ำ คนว่างงานมาก รัฐบาลอาจลดภาษีต่างๆลงเพื่อกระตุ้นให้มีการบริโภคและการลงทุนมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้มีการจ้างงานมากขึ้น

ตามพระราชบัญญัติแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 เทศบาลตำบลสามารถจัดเก็บภาษีได้ 3 ประเภท ดังนี้

### 1. ภาษีโรงเรือนและที่ดิน

ภาษีโรงเรือนและที่ดิน หมายถึง ภาษีที่จัดเก็บจากโรงเรือนหรือสิ่งปลูกสร้างอย่างอื่น กับที่ดินที่ใช้ต่อเนื่องกับ โรงเรือนหรือสิ่งปลูกสร้างนั้น ผู้มีหน้าที่ชำระภาษีโดยทั่วไป ได้แก่ “เจ้าของทรัพย์สิน” ดังนี้

1.1 หากเจ้าของทรัพย์สิน อันได้แก่ โรงเรือนหรือสิ่งปลูกสร้างอย่างอื่น และที่ดินเป็นเจ้าของเดียวกัน เจ้าของทรัพย์สินนั้นก็เป็นผู้มีหน้าที่ชำระภาษี

1.2 ถ้าที่ดินและโรงเรือนหรือสิ่งปลูกสร้างอย่างอื่น เป็นคนละเจ้าของ กฎหมาย กำหนดให้เจ้าของโรงเรือนหรือสิ่งปลูกสร้างอื่น ต้องเป็นผู้ชำระภาษี

1.3 ฐานของภาษี คือ โรงเรือนหรือสิ่งปลูกสร้างกับที่ดินที่ใช้ต่อเนื่อง ดังนั้นใน การจัดเก็บภาษีโรงเรือนและที่ดิน จึงอาจแบ่งทรัพย์สินออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ทรัพย์สิน ที่ต้องชำระภาษีโรงเรือนและที่ดินและทรัพย์สินที่ไม่ต้องชำระภาษีโรงเรือนและที่ดิน

1.4 อัตราการจัดเก็บภาษีโรงเรือนและที่ดิน ให้จัดเก็บจากค่ารายปีของทรัพย์สิน นั้น ในอัตราร้อยละ 12.5 ของค่ารายปี

1.5 ค่ารายปี หมายถึง จำนวนเงินที่ทรัพย์สินนั้นสมควรให้เข้าได้ในปีหนึ่งๆ ในกรณีที่ทรัพย์สินนั้นให้เช่า ให้ถือว่าค่าเช่านั้นคือ ค่ารายปี

1.6 ในกรณีมีเหตุอันสมควรที่ทำให้พนักงานเจ้าหน้าที่เห็นว่าค่าเช่านั้นมีใช้ จำนวนเงินที่สมควรที่จะให้เข้าได้ หรือกรณีที่หากค่าเช่าไม่ได้ พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจประเมิน ค่ารายปีได้ตามหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยกำหนด

1.7 การประเมินค่ารายปี เพื่อจัดเก็บภาษี ให้นำค่ารายปีที่ล่วงมาแล้วเป็นฐานใน การคำนวณค่าภาษีซึ่งจะต้องชำระในปีต่อมา

1.8 ระยะเวลาการยื่นแบบแสดงรายการทรัพย์สิน ตั้งแต่เดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ ของทุกปีและชำระค่าภาษีภายใน 30 วันหลังจากที่ได้รับใบแจ้งการประเมิน(ภรด. 8)

1.9 ขั้นตอนการชำระภาษี ในการชำระภาษี ผู้ชำระภาษีมีหน้าที่ต้องมายื่นแบบ เพื่อชำระค่าภาษีประจำปีต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่ซึ่งที่ดินของตนเองตั้งอยู่ โดยต้องนำสำเนาบัตร ประชาชน สำเนาทะเบียนบ้านหรือใบเสร็จรับเงินของปีที่แล้วมาด้วยทุกครั้งที่ต้องเสียภาษี เพื่อรับ การประเมินค่าภาษี และชำระค่าภาษีได้โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.9.1 เจ้าของทรัพย์สินมีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการทรัพย์สิน ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งทรัพย์สินนั้นตั้งอยู่ ภายในเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี แต่ถ้าปีที่ล่วงมาแล้วมีเหตุจำเป็นอันเกิดจากสาธารณภัยหรือเหตุพ้นวิสัยที่จะป้องกันได้โดยทั่วไป ผู้ว่าราชการจังหวัดมีอำนาจเลื่อนกำหนดเวลาออกไปได้ตามเห็นสมควร

1.9.2 พนักงานเจ้าหน้าที่ตรวจพิจารณาแบบแสดงรายการทรัพย์สิน และถ้าเห็นจำเป็นมีอำนาจสั่งให้ผู้รับประเมินแสดงรายการทรัพย์สินเพิ่มเติมหรือเข้าไปตรวจทรัพย์สินได้ด้วยตนเอง

1.9.3 เมื่อได้ทำการได้ส่วนแล้ว พนักงานเจ้าหน้าที่จำกัด ประเภททรัพย์สิน ค่ารายปีของทรัพย์สิน ค่าภาษีที่จะต้องชำระและแจ้งรายการต่างๆ ไปยังพนักงานเก็บภาษีให้พนักงานเก็บภาษีแจ้งรายการประเมินไปให้ผู้รับประเมินทราบโดยไม่ชักช้า

1.9.4 เมื่อผู้รับประเมินได้รับการแจ้งการประเมินแล้ว ต้องไปชำระภาษีต่อพนักงานเก็บภาษีภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งการประเมิน การชำระภาษีชำระได้ที่ทำการของสำนักงานตั้งอยู่ หรืออาจชำระผ่านทางไปรษณีย์ และธนาคารก็ได้

1.9.5 ถ้าผู้มีหน้าที่ชำระภาษีไม่ชำระภาษีภายในกำหนดเวลาดังกล่าว ถือว่าเป็นภาษีค้างชำระต้องเสียเงินเพิ่มตามกฎหมายกำหนด

1.9.6 การร้องให้พิจารณาประเมินใหม่ การร้องขอให้ยกเว้น หรือขอลดภาษี ให้อุทธรณ์ต่อ คณะกรรมการบริหารเทศบาลตำบล โดยให้ใช้แบบพิมพ์ ภ.ร.ด. 9 ภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งการประเมิน

1.9.7 ผู้ค้างชำระภาษีไม่ชำระภาษีและเงินเพิ่มภายใน 4 เดือน ให้ผู้บริหารท้องถิ่นมีอำนาจยึดอายัดทรัพย์สินหรือขายทอดตลาดได้โดยให้ปฏิบัติตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งหรืออีกทางหนึ่งคือส่งเรื่องฟ้องศาล

## 2. ภาษีป้าย

2.1 ผู้มีหน้าที่ชำระภาษีป้าย ได้แก่ เจ้าของป้าย แต่ในกรณีที่หาตัวผู้ชำระภาษีไม่ได้ ให้ผู้ครอบครองป้ายมีหน้าที่ต้องชำระภาษี

2.2 ฐานภาษี เรียกเก็บจากป้ายตามขนาดและชนิดของป้าย โดยมีหลักสำคัญในการพิจารณา คือ

### 2.2.1 ป้ายที่ต้องชำระภาษี ต้องมีลักษณะดังนี้

- 1) เป็นป้ายที่แสดงชื่อ ยี่ห้อ หรือเครื่องหมาย
- 2) มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการประกอบการค้า หรือประกอบกิจการอื่นเพื่อหารายได้หรือ โฆษณาสินค้าเพื่อหารายได้

3) ไม่ว่าจะแสดงหรือโฆษณาไว้ที่วัตถุใดๆ ด้วยอักษรภาพหรือ  
เครื่องหมายที่เขียน แกะสลัก จารึกหรือทำให้ปรากฏด้วยวิธีอื่นใด

2.3 ป้ายที่ไม่ต้องชำระภาษี มีดังนี้

2.3.1 ป้ายที่แสดงไว้ ณ โรงแรมหรือที่พักเพื่อโฆษณาโรงแรม

2.3.2 ป้ายที่แสดงไว้ที่สินค้า หรือสิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุสินค้า

2.3.3 ป้ายที่แสดงไว้ในบริเวณงานที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว

2.3.4 ป้ายที่แสดงไว้ที่คน หรือ สัตว์

2.3.5 ป้ายที่แสดงไว้ในอาคารที่ใช้ประกอบการค้า แต่มีพื้นที่ไม่เกินตาม

กฎหมายกำหนด

2.3.6 ป้ายของส่วนราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น

2.3.7 ป้ายที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยการจัดตั้งองค์การของรัฐ

2.3.8 ป้ายของธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคาร  
สงเคราะห์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรและบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่ง  
ประเทศไทย

2.3.9 ป้ายของโรงเรียนเอกชนหรือสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ที่แสดง  
ณ บริเวณของโรงเรียนเอกชนหรือสถาบันอุดมศึกษานั้นๆ

2.3.10 ป้ายของผู้ประกอบการเกษตรซึ่งค้าผลผลิต อันเกิดจากเกษตรของ  
ตน

2.3.11 ป้ายของวัดหรือผู้ดำเนินกิจการ เพื่อประโยชน์การศาสนาหรือการ  
กุศล

2.3.12 ป้ายของสมาคมหรือมูลนิธิ

2.3.13 ป้ายตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

2.4 การหาพื้นที่ของป้ายเพื่อคำนวณภาษี ในการคำนวณภาษีป้ายนั้นจะมีวิธีการ  
คำนวณตามลักษณะของป้าย โดยปกติป้ายจะมีอยู่ 3 ลักษณะคือ ป้ายที่มีอักษรไทยล้วน ป้ายที่มี  
อักษรไทยปนอักษรต่างประเทศ และป้ายที่มีอักษรไทยอยู่ต่ำกว่าต่างประเทศ โดยมีวิธีคำนวณดังนี้

2.4.1 ป้ายที่มีขอบเขตกำหนดได้ คือ ป้ายซึ่งมีขนาดลักษณะและพื้นที่  
สามารถมองเห็นได้ มีการกำหนดไว้เป็นแผ่น ให้คำนวณพื้นที่เป็นตารางเซนติเมตร โดยให้ค่าเอา  
ส่วนกว้างที่สุด คูณด้วยส่วนยาวที่สุด

2.4.2 ป้ายที่ไม่มีขอบเขตกำหนดได้ คือ ป้ายที่แสดงข้อความ ชื่อ ยี่ห้อ วัสดุที่กำแพง ผนังอาคาร ให้คำนวณพื้นที่เป็นตารางเซนติเมตร โดยให้วัดจากตัวอักษรภาพหรือเครื่องหมายที่อยู่ริมสุดเป็นขอบเขตสำหรับกำหนดความกว้างที่สุดและยาวที่สุด

2.5 อัตราภาษีป้าย อัตราค่าภาษีมียู่ 3 ประเภทคือ

ประเภทที่ 1 ป้ายที่มีอักษรไทยล้วน อัตรา 3 บาทต่อ 500 ตารางเซนติเมตร

ประเภทที่ 2 ป้ายที่มีอักษรไทยปนอักษรต่างประเทศหรือเครื่องหมาย อัตรา 20 บาทต่อ 500 ตารางเซนติเมตร

ประเภทที่ 3 ป้ายที่ไม่มีอักษรไทยหรือป้ายที่มีอักษรไทยบางส่วนหรือทั้งหมดอยู่ต่ำกว่าอักษรต่างประเทศ อัตรา 40 บาทต่อ 500 ตารางเซนติเมตร

2.6 ระยะเวลาการชำระภาษีป้าย การชำระภาษีป้ายนั้น ผู้มีหน้าที่ชำระภาษีจะต้องยื่นแบบต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่มีป้ายติดตั้งอยู่ โดยผู้ที่ครอบครองป้ายนั้นมีหน้าที่ต้องเสียภาษีดังนี้

2.6.1 เริ่มรับชำระตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมีนาคมของทุกปี

1) ถ้าติดตั้งป้ายใหม่หลังเดือนมีนาคมหรือเปลี่ยนแปลงป้ายใหม่ ทำให้ต้องชำระภาษีเพิ่ม ให้ยื่นแบบแสดงรายการเสียภาษีป้ายภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ติดตั้งป้ายหรือเปลี่ยนแปลงพื้นที่ของป้าย

2) กรณีโอนป้าย ผู้รับ โอนจะต้องแจ้งพนักงานเจ้าหน้าที่ภายใน 30 วัน

### 3. ภาษีบำรุงท้องที่

ภาษีบำรุงท้องที่ หมายถึง ภาษีที่จัดเก็บจากการถือครองและการทำประโยชน์ในที่ดิน โดยเรียกเก็บจากเจ้าของที่ดิน ดังนี้

3.1 ผู้มีหน้าที่ชำระภาษีบำรุงท้องที่ ได้แก่ เจ้าของที่ดิน ซึ่งหมายถึงบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล โดยอาจมีกรรมสิทธิ์ในที่ดินหรือครอบครองที่ดินที่ไม่เป็นกรรมสิทธิ์ของเอกชน ถ้าบุคคลหลายคนเป็นเจ้าของที่ดินร่วมกัน ให้บุคคลเหล่านั้นมีหน้าที่รับผิดชอบร่วมกันชำระภาษี

3.2 ฐานภาษีบำรุงท้องที่ ใช้ราคาปานกลางของที่ดิน ตามที่คณะกรรมการตีราคาปานกลางที่ดินซึ่งกำหนดขึ้นทุกๆ 4 ปี ปัจจุบันใช้ราคาปานกลางของปี พ.ศ. 2521 ถึงพ.ศ. 2524

3.3 ที่ดินที่ไม่ต้องชำระภาษีบำรุงท้องที่ ได้แก่ ที่ดินที่เป็นที่ตั้งของพระราชวัง ที่ดินสาธารณะ ที่ดินของส่วนราชการ ที่ดินที่ใช้ในศาสนกิจ สุสาน การรถไฟ ประปา ไฟฟ้า



3.4 อัตราภาษีภาษีบำรุงท้องที่จะมีวิธีการคำนวณค่าภาษีแตกต่างกันออกไปตามประเภทของกิจกรรมที่ทำ ถ้าประกอบกิจกรรมที่เป็นของตนเองก็จะเสียภาษีน้อย แต่ถ้าเป็นที่ดินที่รกร้างไม่มีการประกอบกิจกรรมก็จะเสียภาษีเป็น 2 เท่าของค่าภาษีที่ต้องเสีย โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.4.1 อัตราภาษีบำรุงท้องที่กำหนดไว้ในท้ายบัญชีพระราชบัญญัติ แบ่งเป็น 34 อัตรา

- 1) ราคาปานกลางที่ดินเกินไร่ละ 30,000 บาทให้เสียภาษี ดังนี้ ราคาปานกลางของที่ดิน 30,000 บาทแรกให้เสียภาษี 70 บาท
- 2) ส่วนที่เกิน 30,000 บาท เสียภาษี 10,000 บาทต่อ 25 บาท
- 3) ประกอบกิจกรรมประเภทไม้ล้มลุกเสียกึ่งอัตรา ทำด้วยตนเอง ไม่เกินไร่ละ 5 บาท ที่ดินว่างเปล่าเสียเพิ่ม 1 เท่า

3.5 ระยะเวลาที่ต้องชำระภาษีบำรุงท้องที่ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-เดือนเมษายนของทุกปี

จากการศึกษาการจัดเก็บภาษีดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การจัดเก็บภาษีของเทศบาลนั้น เพื่อนำเงินภาษีไปใช้จ่ายในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบ ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านเศรษฐกิจ ด้านการศึกษา ด้านคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการบริหารจัดการ เพื่อให้ประชาชนมีงานทำและสามารถพึ่งตนเองได้โดยการพัฒนาอาชีพให้แก่ เด็ก สตรี คนชราให้มีงานทำตามความถนัด การจัดตั้งกลุ่มอาชีพต่างๆ ในชุมชนเป็นการลดภาระจากรัฐบาล โดยที่ประชาชนไม่ต้องอพยพเข้าไปหางานทำที่ต่างถิ่นและเป็นการลดความแออัดในเมืองหลวงได้อีกทางหนึ่ง โดยผู้ศึกษาจะได้นำเอาหลักการจัดเก็บภาษีและขั้นตอนในการชำระภาษีพร้อมทั้งวิธีการคิดคำนวณของภาษีแต่ละประเภท เพื่อนำไปใช้ในงานจัดเก็บภาษีให้เกิดความถูกต้องตามหลักกฎหมายและให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้มาใช้บริการชำระภาษีและเพื่อให้เทศบาลตำบลหาดคำเป็นองค์กรที่มีความเข้มแข็งต่อไปในอนาคต

## 2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ความหมายของความคาดหวัง

#### 2.1.1 ความคาดหวัง (Expectation Theory)

ความคาดหวัง หมายถึง การที่บุคคลจะมีความพอใจในการปฏิบัติงานนั้นก็ต่อเมื่องานนั้นก่อให้เกิดผล คือ รางวัลที่จะได้รับจากการทำงาน ถ้างานนั้นใช้เป็นเครื่องมือที่จะนำไปสู่

ความพึงพอใจและเขาจะถูกกระตุ้นหรือถูกจูงใจให้ทำงานได้ รางวัลทำให้คนพอใจ แต่จะกระตุ้นให้คนทำงานได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับความแน่นอนของรางวัล (ปีทิม จุงศิริ. 2550 : 13)

ทศพร ประเสริฐสุข (2525 : 41) อธิบายไว้ว่าก่อนที่จะบุคคลจะทำการสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะมีความคาดหวัง (Expectancy) ว่าจะได้รับความสำเร็จเป็นผลตอบแทนการกระทำ เช่น ความคาดหวังว่าเมื่อเรียนสำเร็จจะได้รับปริญญา

ชัยพร วิชชาวุธ (2525 : 153) กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังนี้จะเกิดก่อนกระทำจึงเป็นเหตุของการกระทำพฤติกรรมมนุษย์จากความคาดหวังที่จะได้รับผลสำเร็จจากการกระทำ

อนุชา สุธีระวงศ์ (2546 : 20) ได้อธิบายไว้ว่าผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจได้ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่า การบริการนั้นจะนำผลตอบแทนมาให้ ซึ่งผู้รับบริการได้มีการตัดสินใจแล้วว่า คุณค่าของการบริการจากสิ่งที่เขาได้รับ(ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการ ความกระตือรือร้น ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ความสะดวกสบายในการได้รับบริการ เครื่องมือบริการที่ทันสมัย ความน่าเชื่อถือได้ของการให้บริการ )

วรูม (Vroom. 1970 : 91-103) กล่าวว่า การที่มนุษย์จะเลือกตัดสินใจกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดมีสาเหตุหรือแรงจูงใจโดยอาศัยเหตุผลและปัจจัยหลายๆอย่างประกอบกัน มิได้เกิดจากเพียงปัจจัยหนึ่งปัจจัยเดียว โดยที่บุคคลนั้นจะต้องมีความคาดหวังดังต่อไปนี้

1. ความคาดหวัง (Expectancy Theory) เป็นความน่าจะเป็นที่การใช้ความพยายามในการทำงาน เพื่อที่จะให้ได้รับความสำเร็จในการทำงาน ความคาดหวังจะเท่ากับศูนย์ ถ้าบุคคลมีความรู้สึกว่าเป็นไปไม่ได้ที่จะบรรลุระดับการทำงานตามที่กำหนด ความคาดหวังจะเท่ากับหนึ่ง ถ้าบุคคลมีความเชื่อมั่นอย่างมากว่าการทำงานสามารถบรรลุความสำเร็จได้
2. มีเครื่องมือที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ (Instrumentality) คือ เห็นหนทาง เห็นเครื่องมือที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์บางอย่างที่ต้องการ นั่นคือ ความเป็นไปได้ที่ผลงานสูงขึ้น จะนำไปสู่รางวัลบางสิ่งบางอย่างจากองค์กรค่าตัวเลขของหนทางที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์จะมีค่าตั้งแต่ศูนย์ถึงหนึ่ง
3. การเห็นคุณค่าของผลลัพธ์ (Valence) เป็นคุณค่าของผลลัพธ์ในการปฏิบัติงานต่างๆ ในสายตาของบุคคลคุณค่าของผลลัพธ์จะมีค่าระหว่าง -1 (คือผลลัพธ์ที่ต่ำกว่าความพอใจ) จนถึง + 1 (คือผลลัพธ์ที่พอใจอย่างมาก) ผลลัพธ์หรือความต้องการนั้นต้องตรงกับเป้าหมายส่วนบุคคลที่ต้องการรางวัลนั้น จึงจะมีคุณค่าต่อบุคคลนั้นๆ

จากแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังนั้น สรุปได้ว่า ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจได้ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่า การบริการนั้นจะนำผลตอบแทนมาให้ เช่น ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการ ความกระตือรือร้น ความถูกต้อง ความสะดวกสบาย ความน่าเชื่อถือได้ของการให้บริการ

### 2.1.2 องค์ประกอบของความคาดหวัง

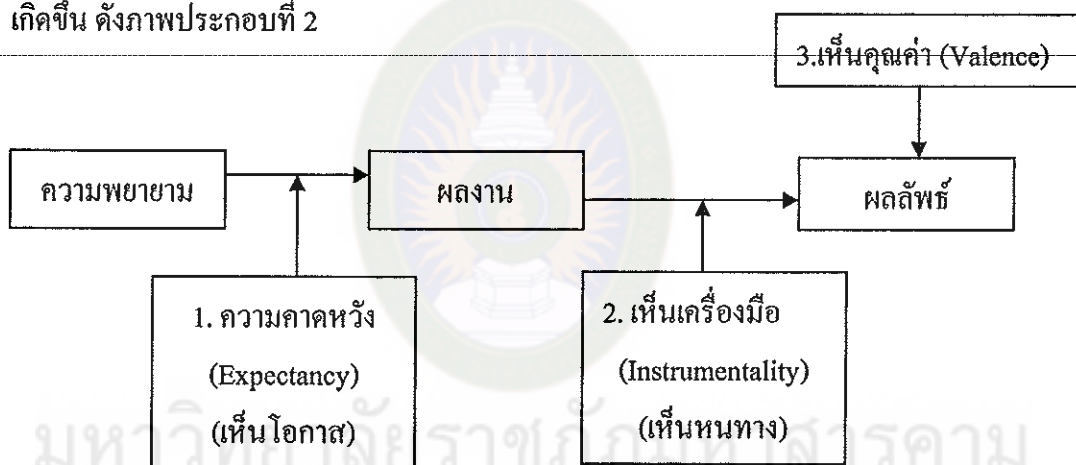
องค์ประกอบของความคาดหวัง ความพยายามและรางวัลขึ้นอยู่กับปัจจัย ดังนี้

- 1) ความทะเยอทะยานส่วนตัวที่อยากมีความก้าวหน้า
- 2) ความทะเยอทะยานในงานวิชาชีพ เป็นแรงเสริมและความปรารถนาประสบ

ความสำเร็จสูงสุดในอาชีพที่ตนเองได้เลือก

- 3) สภาพการณ์ที่คาดว่าจะได้รับรางวัลตอบแทน
- 4) ผลงานที่อยู่ในระดับที่จะได้รับรางวัล
- 5) การรับรู้เป็นความเข้าใจของแต่ละบุคคลไม่ใช่เป็นการบังคับสั่งการ

จากแนวคิดทฤษฎีนี้ แรงจูงใจจะเกิดจากความเชื่อมโยงของความคาดหวัง และ เครื่องมือที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ และคุณค่าของผลลัพธ์ แต่ถ้ามีเพียงเรื่องใดเรื่องหนึ่งแรงจูงใจก็จะไม่เกิดขึ้น ดังภาพประกอบที่ 2



แผนภาพที่ 2 เครื่องมือที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์

ที่มา : สุพานี สฤณภูวนิช. 2549 : 21

### 2.1.3 ความสำคัญของความคาดหวัง

การที่บุคคลจะทำงานทุ่มเทมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ระดับความเข้มข้นของความต้องการผลตอบแทนและความคาดหวังของบุคคลนั้นว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดที่จะได้รับการตอบสนองดังกล่าว ยกตัวอย่างเช่น นาย ก. มีความต้องการที่จะได้รับเงินเดือนขั้นพิเศษประจำปีด้วยเห็นว่า การได้รับขั้นพิเศษนั้นมีคุณค่ากับตน และความคาดหวังไว้ถ้าตนเองได้ทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มที่ โอกาสในการได้รับขั้นพิเศษก็จะสูง นาย ก. ก็จะพยายามทำงานในลักษณะที่ทุ่มเทมากขึ้น ในทำนองกลับกัน ถ้านาย ก. ทราบว่าปีนี้ไม่มีนโยบายให้ขั้นพิเศษ แม้ว่า นาย ก. จะมีความต้องการเพียงใดก็ไม่มีโอกาส นาย ก. ก็จะไม่พยายามทุ่มเททำงานเป็นต้น

จากแนวคิดความคาดหวังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการที่บุคคลจะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดก็เพื่อหวังว่าจะได้รับผลสำเร็จจากการกระทำ โดยมีสาเหตุแรงจูงใจและปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน มิได้เกิดจากเพียงปัจจัยเดียว โดยที่บุคคลนั้นจะต้องมีความคาดหวังจากผลตอบแทนที่จะได้รับตามที่ได้คาดหวังเอาไว้ ซึ่งผู้ศึกษาจะได้นำเอาแนวคิดทฤษฎีความคาดหวังของประชาชนดังกล่าวมาใช้ในการปรับเปลี่ยนทัศนคติในการทำงานของเจ้าหน้าที่ และนำข้อมูลหรือความต้องการของผู้ใช้บริการมาดำเนินการวางแผนปรับปรุงการทำงานและพัฒนาองค์กร เพื่อให้ผู้มาใช้บริการชาระงามิเกิดความประทับใจและเต็มใจที่จะมาเสียภาษี ซึ่งก็จะทำให้องค์กรมีศักยภาพในการจัดเก็บภาษีและเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรให้มากยิ่งขึ้น

## 2.2 ความพึงพอใจ

คำว่าความพึงพอใจ (Satisfaction) นั้นได้มีผู้ให้ความหมายไว้ว่าคือ “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” ส่วนความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกออกเป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ

(Consumer Satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ของผู้ให้บริการ (วไลรัตน์ สวัสดิ์, 2546 : 20-21)

มอส (Morse อ้างถึงใน นารี นันทศิริกุล, 2545 : 23) อธิบายว่า ความพึงพอใจ หมายถึงสภาพของภาวะจิตใจที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์นั้นมีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือ บางส่วน ความเครียดจะน้อยลง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นและในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียด ความไม่พึงพอใจจะเกิดขึ้น

คอตเลอร์ (Kotler, 1997 : 47) คือระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของข้อเสนอ (ผลิตภัณฑ์) ตามที่เห็นหรือเข้าใจ กับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับความพึงพอใจจึงเป็นฟังก์ชันความแตกต่างระหว่างการทำงาน(ผล) ที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) และความคาดหวัง (Expectations) ระดับความพึงพอใจสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับด้วยกันและลูกค้ารายใดรายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับนี้ คือ หากการทำงานของข้อเสนอ(ผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวังลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานของข้อเสนอ(ผลิตภัณฑ์) ตรงกับความต้องการหรือความคาดหวังลูกค้าย่อมพอใจ ถ้าเกินความคาดหวังลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากยิ่งขึ้น

มิลเลต (Millet อ้างถึงใน วไลรัตน์ สวัสดิ์, 2546 : 21-22) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะ ( Satisfactory Services) หรือความสามารถในการที่จะพิจารณาว่าการบริการสาธารณะนั้นจะเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ก็ให้พิจารณาได้จากสิ่งต่างๆดังนี้

1. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาคและเสมอหน้า (Equitable Service) แก่ผู้บริการ
2. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) ตามลักษณะของความจำเป็นรีบด่วนในบริการและความต้องการของประชาชนในบริการนั้นๆ
3. ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการ (Ample Service)
4. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) โดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการให้บริการนั้นๆ
5. ความสามารถในการพัฒนาการที่จัดให้ ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ให้มีความเจริญก้าวหน้า (Progressive Service )ตามลักษณะของบริการนั้นๆขึ้นไปเรื่อยๆ

ฟิตส์เกอร์แรนและรูแรน(Fitzgerald and Durant. อ้างถึงใน คณิตกุล กรจักร์, 2550 : 6) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสาธารณะ (Public service satisfaction) ว่าหมายถึง การประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยงาน โดยมีพื้นฐานที่เกิดจากการรับรู้(Perceptions) ถึงการส่งมอบบริการที่แท้จริงซึ่งการประเมินผลนี้จะแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับเกณฑ์ (Criteria) ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสิน(Judgement)ของบุคคลด้วย

สตอส ออสแคมป์ (Stuart Oskamps อ้างถึงใน คณิตกุล กรจักร์, 2550 : 7) พบว่าความพึงพอใจมีความหมายอยู่ 3 นัย คือ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติงานจริงได้เป็นไปตามที่บุคคลได้คาดหวังไว้
2. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ
3. ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็นไปตามหรือตอบสนองต่อคุณค่าของบุคคล

จากความหมายทั้ง 3 นัยดังกล่าว ออสแคมป์ เห็นว่า ได้นำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theories) ความหมายที่สองอยู่ในกลุ่มทฤษฎีความต้องการ (Need Theories) และความหมายที่สามจัดอยู่ในทฤษฎีคุณค่า (Value Theories)

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ การที่บุคคลมีความพึงพอใจในการรับบริการและเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วความเครียดก็จะลดน้อยลง ซึ่งความพึงพอใจจะเกี่ยวข้องกับความพึงใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

### 2.2.1 ทฤษฎีความคาดหวัง (Victor Vroom)

ทฤษฎีความคาดหวังได้รับอิทธิพลจากแนวคิดของนักจิตวิทยาหลายคน เช่น Durt Lewin และ Edward Tolmon โดยรวมแนวคิดมาปรับปรุงเรียกทฤษฎีความคาดหวังย่อๆ ว่า V.I.E Theory โดยมีองค์ประกอบดังนี้

1. V มาจากคำว่า Valence ซึ่งหมายถึง พึงพอใจ
2. I มาจากคำว่า Instrumentality ซึ่งหมายถึง สื่อ เครื่องมือ อุปกรณ์ วิถีทางที่นำไปสู่ความพึงพอใจ
3. E มาจากคำว่า Expectancy ซึ่งหมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ หรืออินทรีย์มีความต้องการหลายสิ่งหลายอย่างทุกชีวิตพยายามดิ้นรนแสวงหาอย่างน้อยที่สุดก็คือ ความต้องการอาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค เมื่อชีวิตปัจจัยเหล่านั้นได้รับการตอบสนองแล้วก็มีความต้องการระดับสูงขึ้นเรื่อยๆ จากความต้องการหลายสิ่งหลายอย่างนี้เองทำให้เกิดความพยายามกระทำดำเนินการด้วยวิธีหนึ่งวิธีใดเพื่อให้บรรลุความพอใจหรือเพื่อให้ได้รับผลของการดำเนินการนั้น ตามที่ได้แสดงความสามารถนั้นเอง เรียกว่าความคาดหวังและความพอใจ ความคาดหวังอาจจะเป็นไปในทางลบหรือทางบวกก็ได้ (ปีทม จุงศิริ, 2550 : 13)

### 2.2.2 ทฤษฎีความต้องการ (Need Theories)

ทฤษฎีลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดย อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยเยเรมีย์ เป็นทฤษฎีที่รู้จักกันมากที่สุดทฤษฎีหนึ่ง ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากระดับพื้นฐานที่สุดไปยังระดับสูงสุด กรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีนี้มีสามประการ คือ

1. บุคคลเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการมีอิทธิพลหรือเป็นเหตุจูงใจต่อพฤติกรรม ความต้องการที่ยังไม่ได้รับ การสนองตอบเท่านั้นที่เป็นเหตุจูงใจ ส่วนความต้องการที่ได้รับการสนองตอบแล้วจะไม่เป็นเหตุจูงใจอีกต่อไป
2. ความต้องการของบุคคลเป็นลำดับขั้นเรียงตามความสำคัญจากความต้องการพื้นฐาน ไปจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน

3. เมื่อความต้องการลำดับต่ำได้รับการสนองตอบอย่างดีแล้ว บุคคลจะก้าวไปสู่ความต้องการลำดับที่สูงขึ้นต่อไป

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow) มี 5 ลำดับชั้น ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physical Need) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่แต่ละบุคคลมีอยู่ในตัวเอง เช่น อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย การพักผ่อน เป็นต้น

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Need) เป็นความต้องการที่แต่ละบุคคลต้องการที่จะปราศจากอันตรายทางกายและความกลัวที่จะสูญเสียงาน

3. ความต้องการทางสังคม (Social Need) คือการมีเพื่อนร่วมงานที่มีความเป็นมิตร มีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Need) คือการมีความรับผิดชอบงานที่มีความสำคัญสูง ได้รับคำชมเชย และการยอมรับจากหัวหน้างาน และได้เลื่อนตำแหน่งหน้าที่การงานที่มีสถานภาพสูงขึ้น

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization Need) ได้แก่ลักษณะการทำงานที่มีความยืดหยุ่นและมีอิสระสูง การให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และงานมีความริเริ่มสร้างสรรค์

### 2.2.3 ทฤษฎีคุณค่า

ทฤษฎีคุณค่า คือ การแสวงหา “คุณค่าในตัวเอง” (Intrinsic Value) อันได้แก่สิ่งที่มีได้มีคุณค่าเนื่องจากสามารถเป็นเครื่องมือ (Means) ไปสู่สิ่งที่มีคุณค่าอื่นๆ หากแต่เป็นสิ่งที่เป่าหมาย (End) ในตนเอง หากจะกล่าวให้เข้าใจง่าย สิ่งที่มีคุณค่าในตนเองคือสิ่งที่ผู้แสวงหาต้องมีตั้งคำถามกับตนเองว่าจะแสวงหาสิ่งนี้เพื่อให้ได้สิ่งใดต่อไป ตัวอย่างเช่น เราสามารถถามได้ว่าเราจะแสวงหากระดาษที่เรียกว่า “ธนบัตร” ไปเพื่อสิ่งใด แต่เราไม่อาจถามได้ว่าเราจะมีสุขภาพดีไปเพื่อสิ่งใด หากมองอีกมุมหนึ่ง ธนบัตรอาจหมดค่าได้เมื่อไม่สามารถนำไปจับจ่ายสินค้า แต่สุขภาพดีจะมีค่าเสมอไป ในกรณีนี้ ธนบัตรคือสิ่งที่มีคุณค่าภายนอก (Extrinsic Value) ขณะที่สุขภาพดีคือสิ่งที่มีคุณค่าภายใน (นวลลักษณ์ เลหาพันธ์. 2550 : เว็บบอร์ด)

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจนั้น ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการศึกษาความพอใจที่มีต่องานของตนเองเท่านั้น แต่ยังถูกนำไปศึกษาในเชิงการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะในลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่ประกอบด้วยบุคคล 2 ฝ่าย คือฝ่ายแรก ได้แก่ ผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในการให้บริการ ส่วนฝ่ายที่สอง ได้แก่ ผู้รับบริการ โดยศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ให้บริการของผู้ให้บริการ

เทพศักดิ์ บุญรัตน์ (อ้างถึงใน วไลรัตน์ สวัสดิ์. 2546 : 12) ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่า การที่บุคคล กลุ่มบุคคลหรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสาธารณะซึ่งอาจจะเป็นของรัฐหรือเอกชน มีหน้าที่ในการส่งต่อการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองต่อความต้องการของประชาชน โดยส่วนรวมมีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ส่วน คือ

1. สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ
2. ปัจจัยที่นำเข้าหรือทรัพยากร
3. กระบวนการและกิจกรรม
4. ผลผลิตหรือตัวบริการ
5. ช่องทางการให้บริการ
6. ผลกระทบที่มีต่อผู้ให้บริการ

พาราซูแมน เซทอลและแบร์รี่; Parasurmam, Zeithal and Barry ; (อ้างถึงใน ทิวาพร ศรีบุรณ์. 2550 : 33-34) กล่าวว่า การบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่างๆ เหล่านี้ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย
  - 1.1 ความสม่ำเสมอ (Consistency)
  - 1.2 ความพึ่งพาได้ (Dependability)
2. การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย
  - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
  - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
  - 2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
  - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย
  - 3.1 สามารถในการให้บริการ
  - 3.2 สามารถในการสื่อสาร
  - 3.3 สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
  - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการหรือรับบริการได้สะดวกและระเบียบขั้นตอนไม่  
ควรมากมายซับซ้อนเกินไป
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย



- 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ
- 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
- 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
- 6. การสื่อสาร(Communication)ประกอบด้วย
  - 6.1 มีการสื่อสารที่แจ่มชัดและลักษณะงานบริการ
  - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
- 7. ความซื่อสัตย์(Credibility) หมายถึงคุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรง  
น่าเชื่อถือ
- 8. ความมั่นคง(Security) หมายถึงเป็นความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ  
อุปกรณ์
- 9. ความเข้าใจ(Understanding) ประกอบด้วย

- 9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
- 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
- 9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ
- 10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้(Tangibility) ประกอบด้วย
  - 10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ
  - 10.2 การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ
  - 10.3 การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

เชลลี Shelly (อ้างถึงในชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. 2538 : 9 ) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งสรุปได้ความว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่แบ่งได้เป็นสองประเภท คือความรู้สึกในทางบวก และความในทางลบความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกเมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นที่ระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

ซาโรช ไสยสมบัติ (2534 : 15) ได้พูดถึงปัจจัยที่สำคัญของความพึงพอใจไว้ว่าความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ นอกจากนี้ผู้บริการจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน

แล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าทางด้านบริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือ จำนวนผู้ที่มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริการที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัย และองค์ประกอบต่างๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

จากแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจสรุป ได้ว่า สภาพของจิตใจของคนเรานั้นถ้าปราศจากความเครียด และถ้าได้รับการตอบสนอง ก็จะทำให้เกิดความสุขซึ่งความรู้สึกของบุคคลมีทั้งความรู้สึกทางบวกและทางลบ ผู้บริการก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้งานบริการประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานที่เกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะของภาครัฐนั้นประชาชนจะต้องสำคัญที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งหัวหน้าสำนักงานและเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต้องมีส่วนร่วมโดยตรงในงานบริการ ต้องมีความสามารถในการจัดบริการให้อย่างทั่วถึงแก่ผู้รับบริการ เช่น ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) บริการด้วยความถูกต้อง เสมอภาค และเป็นธรรมตามความต้องการของประชาชน ผู้ศึกษาได้แนวคิดนี้ไปใช้ประโยชน์ในการทำงานจัดเก็บรายได้เพื่อที่จะสามารถกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้ผู้ให้บริการข้าราชการมีความรู้สึกที่ดี และอยากจะมีส่วนร่วมในการที่จะพัฒนาท้องถิ่นของตน และเต็มใจที่จะมาชำระภาษีที่เทศบาลตำบลหาดคำเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะลดการพึ่งพาจากรัฐบาลกลางในอนาคต

### 2.3 กลยุทธ์ตลาดบริการ

ตลาดบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ ประกอบด้วยบุคคลสองฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ให้บริการและฝ่ายผู้รับบริการ วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 198 – 199 ) ได้อธิบายว่า ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางตลาดบริการ (Service Marketing) หรือ 7 P's เพื่อสนองตอบความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย

2.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้ และ สัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้าบริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) คุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ( Product Differentiation ) และ ความแตกต่างทางการแข่งขัน ( Competitive differentiation )

2) องค์ประกอบ ( คุณสมบัติ ) ของผลิตภัณฑ์ ( Product Component ) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปลักษณ์ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า

3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ( Product Positioning ) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ( Product Development ) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ( New and Improved ) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ( Product Mix ) และสายผลิตภัณฑ์ ( Product Line )

จากการศึกษา พบว่า ผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีตัวตนหรือ ไม่มีตัวตนก็ได้ และต้องมีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ต้องมีการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ผู้ศึกษาได้แนวคิดจากด้านผลิตภัณฑ์ไปใช้ในงานจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลหาดคำ โดยให้คำแนะนำแก่ผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานบริการว่าจะต้องตัดสินใจเลือกบริการหลัก และบริการเสริม เพื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และแข่งขันได้ดีเมื่อเทียบกับบริการของกลุ่ม

2.3.2 ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่าย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือ หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า ( Value ) ของผลิตภัณฑ์กับราคา ( Price ) ของผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ ( Perceived Value ) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และการแข่งขัน ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

จากการศึกษาด้านราคา พบว่า ในเรื่อง ราคาจะต้องให้ผู้บริการจ่ายตามความเหมาะสมและตามจริงและให้เกิดความรู้สึกว่าไม่ได้ถูกเอาเปรียบและเต็มใจที่จะจ่าย พร้อมกันนั้นผู้บริหารยังจะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน เวลาที่ลูกค้าต้องเสียไปกับการมาใช้บริการ ตลอดจนความรู้สึกทางด้านร่างกายและจิตใจ ที่อาจออกมาในแง่ลบ ความไม่พึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ เนื่องจากบริการไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหมายไว้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดด้านราคาไปประยุกต์ใช้ใน

การจัดเก็บภาษีให้มีความเหมาะสมและไม่เป็นการเอาเปรียบผู้ใช้บริการ และนำเสนอแก่หัวหน้าหน่วยงาน หาวิธีการประเมินค่าภาษีให้ถูกต้องและเป็นธรรมแก่ผู้ใช้บริการ

2.3.3 การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

จากการศึกษาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการนั้น ช่องทางการจัดทำจำหน่ายมีความสำคัญไม่น้อยเช่นกัน ถ้าผู้บริการไม่สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ ไปสู่ผู้รับบริการ ได้นั้นก็หมายถึงงานบริการประสบความล้มเหลว ดังนั้นผู้ศึกษาจะได้นำเอาวิธีการในการส่งมอบบริการ โดยการคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสถานที่ที่ให้บริการ และเวลาที่สะดวกรวดเร็วให้แก่ผู้รับบริการสามารถรับทราบค่าภาษีล่วงหน้าได้ว่าต้องชำระภาษีเมื่อไหร่ อย่างไร โดยผ่านทางแผ่นพับอีเมลล์ หรือทางเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการ จะได้รับรู้ดีกว่าได้รับบริการที่มีความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการที่ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญ

2.3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือการสื่อสาร เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิดหรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสานประสานกัน (Integrated Marketing Communication : IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน ได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมีดังนี้

1) การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

2) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือมีปฏิกิริยาต่อ

ความคิดหรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขาย เพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

3) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าพิเศษที่กระตุ้นหน่วยงานขาย (Sales Forces) ผู้จัดจำหน่าย (Distributors) หรือผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumer) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการขายในทันทีทันใด เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงาน ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าคนสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย

4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation: PR)

5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct Response Advertising) และการตลาดเชื่อมต่อตรงหรือการโฆษณาเชื่อมต่อตรง (Online Marketing) มีความหมายต่างกันดังนี้

5.1) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสาร โดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อก

5.2) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct Response advertising) เป็นข่าวสารการโฆษณา ซึ่งตามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับโดยตรงไปยังผู้ส่งข่าวสาร ซึ่งอาจจะใช้จดหมายตรงหรือสื่ออื่น เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์

5.3) การตลาดเชื่อมต่อตรงหรือการโฆษณาเชื่อมต่อตรง(Online Marketing) หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสาร ส่งเสริม และการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมุ่งหวังกำไรและการค้า เครื่องมือที่สำคัญประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ากิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้รูปโปสเตอร์

2.3.5 บุคคล (People) หมายถึง พนักงานขาย(Employees)ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection)การฝึกอบรม(Training) การจูงใจ(Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ ได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร พนักงานต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองในการให้บริการแก่ลูกค้า มีความริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรได้ บุคคลถือว่ามีผลสำคัญกับธุรกิจที่ต้องทำหน้าที่บริการเป็นอย่างมาก

เพราะธุรกิจต่าง ๆ ในปัจจุบันส่วนใหญ่อาศัยคนเป็นเครื่องมือในการทำงาน หากต้องการให้บริการ ถูกจัดอันดับอยู่ในขั้นดีเลิศ จะต้องสรรหาผู้ที่มีใจรักงานทางด้านบริการ บุคลิกดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ที่สำคัญจะต้องมีความรู้และความสามารถพิเศษในหน้าที่เป็นอย่างดี นอกจากนี้แล้วยังต้องมีความอดทนต่อปัญหาที่เกิดขึ้น และพยายามเรียนรู้ที่แก้ไขปัญหาเพื่อนำไปสู่การให้บริการที่ดี

จากการศึกษาด้านบุคคล พบว่า องค์กรที่ประสบความสำเร็จต้องมีพนักงานที่มีทักษะดี มีความรู้ความสามารถ มีความริเริ่มสร้างสรรค์ แก้ไขปัญหาได้ดี และโน้มน้าวให้ผู้ใช้บริการรู้สึกประทับใจในงานบริการและกลับมาใช้บริการอีก ผู้ศึกษาจะได้นำสิ่งที่ได้ศึกษาทางด้านบุคคลมาใช้กับงานจัดเก็บภาษี พร้อมกันนั้นจะได้นำเสนอกับหัวหน้าหน่วยงานให้พนักงานในองค์กรต้องมีส่วนร่วมในงานบริการร่วมกัน เพื่อผลสำเร็จขององค์กร

2.3.6 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับผู้ใช้บริการ โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ผู้ใช้บริการได้รับ ได้ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจ บริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ การตกแต่ง สถานที่ ลานจอดรถ ป้ายประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

จากการศึกษาถึงลักษณะทางกายภาพ พบว่า สิ่งแวดล้อมในงานบริการมีความสำคัญ เช่นเดียวกับด้านอื่นๆ เนื่องจากถ้าสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรเป็นต้นว่า อาคารสำนักงานปลอดโปร่ง รื่นรมย์ อากาศถ่ายเทได้ดี เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการสะอาด มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย การแต่งกายของพนักงานที่เหมาะสม ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจจากสิ่งที่เห็น และมีส่วนในการช่วยทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่า บริการนั้นมีคุณภาพ มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้ศึกษาจะได้นำสิ่งที่ได้ศึกษา คือ ลักษณะทางกายภาพไปใช้ในงานบริการจัดเก็บภาษี โดยปรับปรุงภูมิทัศน์ในการทำงาน เช่น ตกแต่งห้องทำงานให้น่าอยู่ เครื่องมือ อุปกรณ์ทำงานต้องทำความสะอาดอยู่เสมอ เพื่อที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพอใจและประทับใจสูงสุดในงานบริการ

2.3.7 มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction) กระบวนการ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

กระบวนการทำงานด้านบริการต้องมีกระบวนการที่ชัดเจน จะต้องมีกรอบแบบกระบวนการทำงาน เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน โดยเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการต้องมีความ

เข้าใจในกระบวนการทำงานในทิศทางเดียวกัน ไม่ใช่ว่าพนักงานคนนี้พูดอย่างหนึ่ง และอีกคนก็ให้ข้อมูลอีกอย่างหนึ่ง หากใครก็ตามที่กำลังให้บริการแบบตัวใครตัวมัน แบบเอาตัวรอดไปวัน ๆ ในที่สุดลูกค้าก็จะจับได้ว่ากระบวนการทำงานของคุณนั้นยอดเยี่ยมไม่ว่าคุณจะขายสินค้าและบริการประเภทไหนก็ตาม ทุกองค์กรจะต้องมีแผนการทำงานที่ดีเยี่ยม ทุกคนต้องเข้าใจและรู้ว่าขั้นตอนต่าง ๆ เริ่มต้นและต้องจบลงอย่างไร ที่สำคัญพนักงานฝ่ายบริการจะต้องเข้าใจกระบวนการทำงาน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีเยี่ยม หากองค์กรมีกระบวนการที่ยุ่ยาก ซับซ้อน จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่แน่ใจหรือรู้สึกถึงเลวว่าตนเองนั้นมีสมอมน้อยชนิดที่ไม่สามารถเข้าใจว่าจะต้องเริ่มต้นทำอะไร หรือต้องโยนความคิดให้ฝ่ายบริการที่ไม่มีความชัดเจน และไม่สามารถอธิบายให้สิ่งเหล่านั้นว่าจะต้องเจอกับอะไรบ้างในระหว่างที่กำลังถูกให้บริการ

จากการศึกษาด้านกระบวนการบริการ พบว่าในกระบวนการบริการนั้นจะต้องร่วมกันทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ต้องทำงานบริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องตรงเวลา มีคุณภาพสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้บริการเกิดความประทับใจ ผู้ศึกษาจะได้นำกระบวนการบริการ ซึ่งเป็นการส่งมอบบริการให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจในงานบริการ ถ้าการบริการทำได้ดี งานบริการก็จะมีประสิทธิภาพ เป็นระบบหรือการบริการที่ต้องมองด้านกระบวนการภายในองค์กรเพื่อเป็นการเรียนรู้และพัฒนากระบวนการบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

จากแนวคิดกลยุทธ์ตลาดบริการสามารถสรุปได้ว่า ในการทำธุรกิจนั้นสิ่งสำคัญที่ต้องศึกษาก็คือ กลยุทธ์หรือวิธีการที่จะสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ใช้บริการ แนวทางที่จะทำให้ธุรกิจอยู่ได้และแตกต่างจากคู่แข่งอื่นในตลาด โดยผู้ให้บริการนั้นจะต้องทราบความต้องการของลูกค้าและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ไม่ว่าด้านบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว พูดยาสุภาพอ่อนโยน พนักงานต้องมีความสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับบริการ สามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์แก้ปัญหาได้ ซึ่งผู้ศึกษาจะนำกลยุทธ์ตลาดบริการที่ได้ศึกษามาปรับใช้ในการทำงานด้านการให้บริการเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีของเทศบาล ตำบลหาดคำ เพื่อให้ประชาชนที่มารับบริการได้รับประโยชน์สูงสุดและเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

#### 2.4 การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการนั้นเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ผู้ขายบริการจำต้องสื่อความหมายให้ลูกค้ารับทราบถึงลักษณะกับคุณสมบัติของบริการ และต้องสื่อให้ได้ว่า ลูกค้าจะได้อะไรจากสินค้าบริการนั้น ลูกค้าซื้อบริการเพราะเชื่อว่าเขาจะได้สิ่งที่ต้องการ ทั้งที่ไม่แน่ว่าบริการนั้นจะเป็นอย่างที่ต้องการหรือไม่ผู้ขายที่ประสบความสำเร็จจะต้องชักจูงให้ลูกค้ามีความเชื่อว่าเขา

จะได้รับการที่ดีก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ โดยผู้ให้บริการสามารถหาข้อมูลต่างๆมาใช้ในการตัดสินใจได้โดยใช้หลักการทางการวิจัยตลาด

#### 2.4.1 ความหมายของการบริการ

การบริการมีความหมายตามพจนานุกรมในราชบัณฑิตยสถานพุทธศักราช 2525 หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ เช่น การให้บริการ ใช้บริการ เป็นต้น ปลายฝัน สุขารมณ์(2534 : 21) ได้ให้ความหมายว่าการบริการตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” มีความหมายว่าเป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2537 : 142) ได้ให้ความหมายว่าการบริการที่เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ตัวอย่างเช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงภาพยนตร์ โรงแรม เป็นต้น สมชาติ กิจบรรจง (2537 : 42) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการบริการเป็นกระบวนการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่นและ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537 : 10) ให้ความหมายที่ใกล้เคียงกันไว้ว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือองค์การในอันที่จะสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับสิ่งที่มุ่งหวังเอาไว้ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลการกระทำดังกล่าว

#### 2.4.2 ความสำคัญของการบริการ

เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพราะความก้าวหน้าและเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง ส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

การบริการเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่มีหน้าที่ให้บริการสาธารณะหรือลูกค้า สมชาติ กิจบรรจง (2537 : 15) ได้อธิบายว่าการให้บริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะมีผลสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่นๆ ในโอกาสหน้า และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2540 : 11) ได้อธิบายว่าการบริการมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการบริการทั้งในฐานะผู้รับบริการ



และผู้ให้บริการ กล่าวคือการให้บริการช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้รับคุณภาพชีวิตที่ดี ในการดำเนินชีวิตอย่างปกติสุข นอกจากนี้การบริการช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ในการสร้างผลกำไร และภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ รวมทั้งทำให้ผู้ปฏิบัติงานบริการมีอาชีพที่มีรายได้ดี

การให้บริการมีความสำคัญเนื่องจากการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและรับบริการ ซึ่งผู้ให้บริการจะได้รับความเชื่อถือ ศรัทธา และภาพลักษณ์ที่ดี ส่วนผู้รับบริการก็จะมีความสุขและความพึงพอใจ

### 2.4.3 หลักของการบริการ

คาร์ล ชูเวิล พอล บี บราวน์ (2536 : 13-14) ได้อธิบายหลักของการบริการเป็นข้อบัญญัติ 10 ประการ แห่งงานบริการลูกค้า ดังนี้

1. นำลูกค้านำพวกเขากลับมาหาเรา โดยถามลูกค้าว่าพวกเขาต้องการอะไรและมอบสิ่งนั้นให้ครั้งแล้วครั้งเล่า
2. อยู่ที่ระบบไม่ใช่รอยยิ้ม โดยการที่เพียงแต่เอาใจและขอบคุณลูกค้ามันไม่ได้เป็นข้อรับประกันว่าคุณจะทำงานบริการได้อย่างถูกต้องในครั้งแรกหรือทุกครั้ง ระบบเท่านั้นที่จะเป็นตัวรับประกัน
3. สัญญาแต่น้อย แล้วให้เกินกว่าสัญญาไว้ โดยลูกค้ามักเสมอว่าคุณจะรักษาสัญญาจนทำเกินสัญญาที่ให้ไว้
4. เมื่อไรที่ลูกค้าขอความช่วยเหลือคำตอบคือรับ
5. ไล่ผู้ตรวจงานออกไปรวมทั้งแผนกลูกค้าสำคัญด้วย โดยพนักงานทุกคนที่ต้องเกี่ยวข้องกับลูกค้าจะต้องมีอำนาจในการรองรับและแก้ไขคำร้องเรียน
6. เมื่อไม่มีคำติแสดงว่ามีอะไรสักอย่างที่ผิดไป โดยพยายามให้ลูกค้าบอกคุณว่าคุณทำอะไรพลาดไปบ้าง
7. วัตถุประสงค์อย่างไม่ว่าจะเป็น ทีมเบสบอล ทีมฟุตบอล หรือทีมบาสเก็ตบอล ก็ทำการวัตถุประสงค์นั้นคุณก็ควรทำเช่นนั้น
8. ระบบเงินเดือนนั้นไม่ยุติธรรมหรอก โดยจ่ายพนักงานของคุณเหมือนหุ้นส่วนของคุณ
9. แม่ของคุณพูดถูกแล้วที่ให้ความเคารพทุกคนจงทำตัวสุภาพสิ่งเหล่านี้แหละที่ใช้ได้ผล

10. ใช้ระบบญี่ปุ่น โดยเรียนรู้ว่าคนที่เขาเก่งที่สุดเขาทำกันอย่างไร นำระบบของเขามาใช้ และปรับปรุงมัน

สมชาติ กิจยรรยง (2537 : 44-50) ได้อธิบายหลักการที่เป็นกุญแจสำคัญ ในการให้บริการ 8 ประการ สู่ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการดังต่อไปนี้

1. ความเข้าใจความต้องการของลูกค้า ปัญหาที่อยู่ตรงที่ว่าเราจะล่วงรู้ความต้องการของลูกค้าได้อย่างไร

2. รู้จักติดต่อสื่อสารที่ดี การติดต่อสื่อสารที่ดีทั้งภาษาคำพูดและที่ไม่ใช่ภาษา คำพูดหรือที่เรียกว่าภาษาท่าทางหรืออวัจนภาษา

3. ความมีมารยาท คือการที่ผู้ให้บริการมีการแสดงออกที่ดีต่อหน้าลูกค้า การแสดงออกที่ดี ก็คือ การมีกิริยามารยาทที่งดงามนั่นเอง ซึ่งแสดงออกทั้งการพูด การนั่ง การยืน การเดินหรือการแสดงออกด้วยภาษากาย

4. การมีความรับผิดชอบ ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรม 5 ศ. ดังนี้คือ สะสาง สะดวก สะอาด สุขลักษณะ และสร้างนิสัย

5. ความสามารถรอบรู้ เพราะทำให้เกิดทัศนคติที่ดี ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการทำงานติดตามมา และทำให้เกิดขวัญและกำลังใจที่ดีอีกด้วย

6. การมีความน่าเชื่อถือ การที่ผู้ที่มีหน้าที่ในการให้บริการจะมีความน่าเชื่อถือได้นั้น คุณสมบัตินี้ของแต่ละคนเป็นสิ่งสำคัญ

7. ความน่าไว้วางใจ นอกจากการทำให้คนอื่นเชื่อถือ หรือเชื่อมั่นแล้วผู้ที่ทำหน้าที่บริการควรจะต้องทำให้เป็นคนน่าไว้วางใจอีกด้วย

8. การมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2540 : 339-340) ได้อธิบายหลักการของการบริการที่มีประสิทธิภาพไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. การเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ
2. การให้ความสำคัญกับผู้ที่ปฏิบัติงานบริการ
3. การเสริมสร้างคุณภาพของการบริการ

ชูวงศ์ ฉายะบุตร (อ้างถึงในจินตนา สุขจักร์. 2547 : 38) ได้เสนอหลักการให้บริการแบบครบวงจรหรือการพัฒนาการให้บริการเชิงรุกว่า จะต้องเป็นไปตามหลักการดังนี้

1. ยึดการตอบสนองความต้องการจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมายหลัก ซึ่งมีลักษณะดังนี้คือ

1.1 ข้าราชการจะต้องถือว่า การให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุม

1.2 การกำหนดระเบียบ วิธีปฏิบัติ และการใช้ดุลยพินิจจะต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลัก

1.3 ข้าราชการจะต้องมองผู้มารับบริการว่ามีฐานะและศักดิ์เท่าเทียมกัน มีสิทธิที่จะรับรู้ให้ความเป็นธรรมหรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่

2. ความรวดเร็วในการให้บริการ ในขั้นตอนการให้บริการ และขั้นตอนภายหลังให้บริการซึ่งอาจจะกระทำได้ 3 ลักษณะ คือ

2.1 การพัฒนาข้าราชการ ให้มีทัศนคติ มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน มีความกระตือรือร้นและกล้าตัดสินใจ

2.2 การกระจายอำนาจ หรือมอบอำนาจให้มากขึ้นและปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการ ให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด

2.3 การพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ที่จะสามารถให้บริการได้เร็วขึ้น

3. การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ หมายถึง ความพยายามที่จะให้บริการในเรื่องอื่นๆ ที่ผู้มาติดต่อขอรับบริการสมควรจะได้รับด้วย

#### 2.4.4 องค์ประกอบของระบบบริการ

องค์ประกอบของระบบบริการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช(2540 : 35) ได้อธิบายไว้ว่าองค์ประกอบของระบบบริการแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

1) ผู้รับบริการ หมายถึง ลูกค้าหรือผู้รับบริการ ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญยิ่งในกระบวนการบริการเพราะความพึงพอใจของลูกค้าคือเป้าหมายหลักของการบริการ

2) ผู้ปฏิบัติงานบริการ หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานในองค์การบริการทุกคน ไม่ว่าจะเป็นพนักงานทำความสะอาด เสมียนธนาคาร หัวหน้าพ่อครัวในภัตตาคาร พนักงานต้อนรับในโรงแรม ช่างซ่อมเครื่องจักรของโรงงาน พี่เลี้ยงเด็กในสถานเลี้ยงเด็ก พนักงานบัญชีของบริษัท พนักงานรับโทรศัพท์ เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม หรือแพทย์รักษากคนไข้ในโรงพยาบาล เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่มีความสำคัญในความสำเร็จในการดำเนินงานบริการทั้งสิ้น

3) องค์การบริการ หมายถึง องค์การบริการลูกค้า หรือธุรกิจบริการซึ่งมีการกำหนดนโยบายการบริการ การบริหารบริการ วัฒนธรรมบริการ รูปแบบของการบริการและคุณภาพของการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

4) ผลกระทบบริการ หมายถึง การบริการสินค้าหรือวิธีให้บริการหรือการปฏิบัติต่อลูกค้า ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญของการบริการที่จะสนองความต้องการของลูกค้า หรือผู้มารับใช้บริการ โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ บริการหลัก ได้แก่ กิจกรรมหรือการกระทำที่เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบโดยตรงของธุรกิจแต่ละประเภท บริการที่คาดหวัง ได้แก่ กิจกรรมหรือการกระทำที่ลูกค้ามักคาดไว้ว่าจะได้รับ บริการพิเศษเพิ่มเติม ได้แก่ กิจกรรมหรือการกระทำที่ลูกค้าไม่ได้คาดหวังไว้ว่าจะได้รับ

5) สภาพแวดล้อมของการบริการ หมายถึง การจัดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศขององค์กรให้เอื้อต่อการให้บริการลูกค้า และการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กรซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ สถานที่ตั้งและบริเวณและขนาดของรูปร่างของอาคาร วัสดุที่ใช้ตกแต่งอาคาร สภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ การวางผังบริเวณการจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ วัสดุสำนักงาน การติดตั้งไฟฟ้า โทรศัพท์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

#### 2.4.5 ลักษณะของการบริการที่ดี

1) ยิ้มแย้มแจ่มใส เอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มาใช้บริการ

2) ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้มาใช้บริการอย่างรวดเร็วทันใจ โดยมีทันได้เอ่ยปากเรียกหา

3) แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติผู้มาใช้บริการ

4) ลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจและเต็มใจทำ มิใช่ทำแบบเสียมิได้

5) แสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้มาใช้บริการ และเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

6) กิริยาอาการอ่อนโยน สุภาพและมีมารยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน

7) มีความกระตือรือร้น และกระตือรือร้นขณะบริการ จะทำให้บริการมากกว่าที่

คาดหวังเสมอ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แนวทางในการบริหารคุณภาพงานบริการ

ประเด็นวิเคราะห์	นักปกครอง/นักบริหาร	นักพัฒนา/นักบริการ
1. ทักษะ	นักควบคุมที่เก่งกล้า	ผู้นำทีมที่สามารถ
2. ลูกค้ายคือใครบ้าง	ลูกค้าภายนอกต้องมาก่อน	ลูกค้าภายในต้องได้รับความเอาใจใส่ให้ดีที่สุดก่อน
3. การปฏิบัติต่อลูกค้า	ลูกจ้างก็คือลูกจ้าง	ลูกจ้างคือเพื่อนร่วมงานของเรา
4. สไตส์การทำงาน	เป็นผู้จัดการ	เป็นผู้นำและผู้ให้กำลังใจ
5. สินค้าและบริการ	สินค้าต้องแยกออกจากการบริการ(อย่างน้อยก็ผู้จัดการหรือหัวหน้างานคนงาน 2 คนดูแลคนละอย่าง	สินค้าคือส่วนหนึ่งในการบริการของเรา เช่นเดียวกับพนักงานของเราก็เป็นส่วนหนึ่งของบริการ
6. เครื่องมือในการแข่งขันในตลาด	ใช้กลยุทธ์ด้านราคา การส่งเสริมการขาย การลดต้นทุน และการเพิ่มผลผลิต	ใช้การพัฒนาคุณภาพของบริการจนชนะใจลูกค้าได้
7. การมุ่งความสนใจเป็นพิเศษ	พยายามทำงานให้ลูกค้าต้องแม่นยำและสอดคล้อง กฎเกณฑ์หรือขั้นตอนการปฏิบัติงาน	พยายามทำในสิ่งที่ควรทำ นั่นคือการชนะใจลูกค้าและรักษาลูกค้าเอาไว้ได้
8. ใครคือผู้ชี้นำทางของธุรกิจ	ผู้ถือหุ้น/เจ้าของกิจการคือผู้ชี้นำทางธุรกิจ ที่มีไฟกัสที่ผลกำไร	ลูกค้าคือผู้ชี้นำธุรกิจของเรา และไฟกัสของธุรกิจอยู่ที่การให้บริการ
9. คุณภาพและต้นทุนการดำเนินการ	ของที่มีคุณภาพดีกว่าราคาย่อมแพงกว่า แต่ถ้าลูกค้าต้องการเราจะจัดแบบให้เลือกใช้	บริการที่มีคุณภาพดี คือสิ่งที่ลูกค้าที่สุสุดแล้ว และเป็นสิ่งเดียวที่เรานำเสนอต่อลูกค้าของเรา
10. การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนของลูกค้า	รับฟังและจัดทำมาตรการแก้ไขจุดบกพร่องนั้น โดยฝ่ายบริการลูกค้า	มาตรการป้องกันความบกพร่องคือคำตอบและต้องทำกันทุกๆแผนก/ฝ่าย

ประเด็นวิเคราะห์	นักปกครอง/นักบริหาร	นักพัฒนา/นักบริการ
11. โครงการพัฒนาบริการของตน	ทำตามเฉพาะกรณี หรือเมื่อมีคำร้องขอเรียนเข้ามา	การพัฒนาบริการถือเป็นส่วนหนึ่งของอำนาจหน้าที่ของพนักงานทุกคน
12. วัฒนธรรมแห่งการให้บริการ	ทำตามเฉพาะกรณี หรือเมื่อมีคำร้องขอเรียนเข้ามา	วัฒนธรรมแห่งการบริการ คือ วัฒนธรรมร่วมของทุกหน่วยงานในองค์กร
13. เป้าหมายของคุณภาพบริการที่กำหนดให้ความบกพร่องเป็นศูนย์	ซีโรดีเฟกต์คือ สโลแกนหรือเครื่องมือทางการตลาดหรือเครื่องส่งเสริมการขาย	ซีโรดีเฟกต์คือ แนวทางในการดำเนินชีวิต การทำงานที่ถูกต้องและความรับผิดชอบ
14. การบริการจุดสัมผัสกับลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จุดบริการที่สัมผัสลูกค้ามีตำแหน่งงานของผู้ปฏิบัติที่ต่ำที่สุดในองค์การ</li> <li>- เป็นตำแหน่งเริ่มงานของพนักงานส่วนใหญ่</li> <li>- พนักงาน ณ จุดสัมผัสกับลูกค้าเป็นพนักงานฝึกหัด จึงมีเงินเดือนน้อย</li> <li>- เป็นหน่วยงานต่างๆ ที่ได้รับการหยิบยกขึ้นมาพิจารณาในกิจการพัฒนาบริการของบริษัท</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จุดสัมผัสกับลูกค้าจัดเป็นหน่วยงานที่สำคัญมากในองค์การ</li> <li>- พนักงานที่จะได้รับพิจารณาโปรโมทสู่ตำแหน่งผู้บริหารจะต้องแสดงผลงานที่ดีจากหน่วยงานเหล่านี้ก่อน</li> <li>- จุดสัมผัสกับลูกค้าจะอยู่ในการกำกับดูแล ของผู้บริหาร</li> <li>- เป็นหน่วยงานแรกที่ได้รับการพิจารณากระบวนการพัฒนาคุณภาพของหน่วยงาน</li> </ul>

ที่มา : จินตนา สุขะจักร์และคณะ. 2547 : 9-10

#### 2.4.6 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการ (Service Quality Concept)

วีรพงศ์ เถлимจิระรัตน์ (อ้างถึงในราชวัญ วงศ์อินทร์. 2547 : 6-8) ได้อธิบายไว้ว่าส่วนประกอบทางบริการคือ บรรดาปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของบริการใดๆ ที่มีผลด้านคุณภาพ

ของบริการนั้นๆ และอาจสร้างความพึงพอใจหรือก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในสายตาของลูกค้า นั้นได้ สามารถแบ่งปัจจัยเหล่านี้ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้คือ

- 1) กลุ่มปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ (Pre-service Factors) หรือ Pre-Delivery Factors ได้แก่
  - 1.1) ภาพพจน์ กิตติศัพท์ ( Company Image) หมายถึง ชื่อเสียงของบริษัท ที่ผู้มารับบริการหรือลูกค้ามีการรู้จักต่อสถานที่ใช้บริการ
  - 1.2) ความเชื่อถือไว้ใจได้ของบริษัท ( Creditibility of Company )หมายถึง ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้ามีต่อสถานที่ใช้บริการ
  - 1.3) ค่าบริการ ( Cost of Service ) หมายถึง ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ ที่ผู้รับบริการหรือ ลูกค้ามีการยอมรับต่อสถานที่ใช้บริการ
  - 1.4) ความแปลกใหม่ของบริการ ( Creativity of Servicer ) หมายถึง ผู้รับบริการหรือลูกค้ามีความสนใจในบริการแบบใหม่ของสถานที่ใช้บริการ
- 2) กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ (During- service Factors)หรือ During –delivery Factors ได้แก่
  - 2.1) ความสะดวกสบาย ( Convenience ) หมายถึง ความสะดวกสบายขณะใช้บริการ ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าได้รับจากสถานที่ใช้บริการ
  - 2.2) ความถูกต้องแม่นยำ (Correctness ) หมายถึง รายละเอียดขั้นตอนการบริการของพนักงานที่ทำการให้บริการแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าที่มาใช้บริการ
  - 2.3) กิริยามารยาทที่ดีงาม (Courtesy) หมายถึง พนักงานที่ทำการให้บริการแก่ผู้มารับบริการ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการ
  - 2.4) ความซับซ้อนยุ่งยาก (Complexity ) หมายถึง ขั้นตอนรับบริการ ของพนักงานที่ทำการให้บริการแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าที่มาใช้บริการ
  - 2.5) ความประณีตบรรจง (Arefulness) หมายถึง ความพิถีพิถันขณะบริการของพนักงานที่ทำการให้บริการแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าที่มาใช้บริการ
  - 2.6) ความเลินเล่อ (Carclessness)หมายถึง ความไม่รู้ของผู้ให้บริการ ของพนักงานที่ทำการให้บริการแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าที่มาใช้บริการขณะทำการบริการ
  - 2.7) ฝีมือ ( Competence) หมายถึง ภูมิปัญญาและความสามารถของบริการหรือองค์กรผู้ให้บริการ ของพนักงานที่ทำการให้บริการ แก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าที่มาใช้บริการ
- 3) กลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการแล้ว (Post- Service Factors)หรือ Post-delivery Factors ได้แก่

3) กลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการแล้ว (Post- Service Factors) หรือ Post-delivery Factors ได้แก่

3.1) ความสอดคล้องกับความคาดหวัง (Conformance to Customer Expectation) หมายถึง ความหวังของผู้รับบริการหรือลูกค้าก่อนมารับบริการของสถานที่ใช้บริการ

3.2) ความสมบูรณ์ครบถ้วน (Completeness of Service) หมายถึง การบริการที่ดีของสถานที่ใช้บริการ

3.3) ความคงเส้นคงวา (Consistency of Service Quality) หมายถึง คุณภาพการให้บริการ ของสถานที่ใช้บริการ

3.4) การปฏิบัติต่อคำร้องเรียน (Complain Handling) หมายถึง การปฏิบัติต่อลูกค้าของสถานที่ใช้บริการหลังจากที่ได้รับคำร้องเรียนจากลูกค้า

3.5) ความคุ้มค่าเงิน (Cost Effectiveness) หมายถึง การได้รับบริการที่เหมาะสมหรือไม่ของบริการนั้น (หลังจากลูกค้าได้รับบริการจนครบถ้วนแล้ว ของสถานที่ใช้บริการ

กล่าวโดยสรุป การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการนั้น ปัจจัยสำคัญที่เป็นองค์ประกอบของบริการที่มีผลด้านคุณภาพของบริการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ในตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการนั้นเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ผู้รับบริการหรือลูกค้า ผู้ให้บริการ การบริหารงานบริการ วิธีการให้บริการ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้งานบริการประสบความสำเร็จ ผู้ขายบริการจำต้องสื่อความหมายให้กับผู้ลูกค้าได้รับทราบถึงลักษณะและคุณสมบัติของสินค้า และต้องสื่อให้ได้ว่า ลูกค้าจะได้ประโยชน์อะไรจากสินค้าบริการนั้น ผู้ขายที่ประสบความสำเร็จจะต้องชักจูงให้ลูกค้ามีความเชื่อว่าเขาจะได้รับบริการที่ดีก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ซึ่งผู้ศึกษาจะได้นำแนวทางดังกล่าวมาใช้ในการบริการจัดเก็บภาษี ปฏิบัติงานบริการแก่ผู้ใช้บริการด้วยความเป็นธรรมชาติ สะดวก รวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการคลังขององค์กรให้มั่นคงยิ่งขึ้นในอนาคต

### 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังของประชาชนต่อการให้บริการชำระภาษีของเทศบาลตำบลหาดคำ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ผู้ศึกษาได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

วไลรัตน์ สวัสดิ์ (2546 : 52-53) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลหนองไผ่แก้ว อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลหนองไผ่แก้ว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ



จัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลหนองไผ่แก้ว พบว่าสถานภาพผู้เสียภาษี ระดับการศึกษา และระดับ รายได้มีผลต่อระดับความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบล หนองไผ่แก้ว มีความแตกต่างกัน นัยสำคัญ .05 ส่วนเพศไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของ ประชาชนในการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลหนองไผ่แก้ว

นราขวัญ วงศ์อินทร์ (2547 : 117-118) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการ ให้บริการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ด้านบริการ ผู้เสียภาษีมี ความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อประเภทของบริการที่ได้รับตรงกับความต้องการ ความ หลากหลายของการบริการ ด้านสถานที่ผู้เสียภาษีมีความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อความ กว้างขวางและความสะอาดของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา จำนวนที่นั่งและความสะอาดของ ห้องน้ำ ด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่าผู้เสียภาษีมีความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อการ เผยแพร่ข่าวสารผ่านทางเจ้าหน้าที่สรรพากร ป้ายประชาสัมพันธ์และวิทยุโทรทัศน์ตามลำดับ ด้านพนักงานที่ให้บริการ พบว่าผู้เสียภาษีมีความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อความเต็มใจ ในการให้บริการ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ผู้เสีย ภาษีมีความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อความทันสมัย ความมีระเบียบและความสะอาด ของอุปกรณ์การให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ผู้เสียภาษีมีความพึงพอใจมาก โดยมี ความพึงพอใจต่อความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนการให้บริการ

อารีย์ อภิรมย์วารีย์(2550 : 58-59) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ จัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านใหม่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าระดับ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการในการจัดเก็บภาษีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.38 คือทั้ง 4 ด้านเรียงตามลำดับคือ ด้านมนุษย์สัมพันธ์ในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.02 รายการที่ประชาชนมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ การให้การต้อนรับของ เจ้าหน้าที่ด้วยยิ้มแย้ม รองลงมาคือ ความซื่อสัตย์สุจริตในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.90 รายการที่ ประชาชนมีความพึงพอใจสูงสุดคือ การไม่เรียกปรับสินบนของเจ้าหน้าที่ ความเป็นธรรมในการ ประเมินภาษี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการค่าเฉลี่ย 3.82 รายการ ที่ประชาชนมีความพึงพอใจสูงสุดคือ มีเจ้าหน้าที่รอให้บริการรับชำระภาษีตลอดเวลา และขั้นตอน ในการชำระภาษีเข้าใจง่าย และด้านความสะดวกของสถานที่ ค่าเฉลี่ย 3.57 รายการที่ประชาชนมี ความพึงพอใจสูงสุดคือ การจัดน้ำดื่มสำหรับผู้มารับบริการ และแสงสว่างของสถานที่ ความ สะอาดสวยงามของสถานที่ เป็นต้น

คณิตกุล กรจักร์ (2550 : 53-54) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการ จัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลสังคม อำเภอสังคม จังหวัดหนองคายพบว่า ความพึงพอใจของ

ประชาชนโดยรวมอยู่ระดับปานกลางทั้งด้านกำลังคน งบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ และการบริหารจัดการ เนื่องจากประชาชนยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีว่ามีความสำคัญ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติและจากผลการศึกษาพบว่ายังไม่มีการวางแผนการให้บริการจัดเก็บภาษีที่เหมาะสมด้วยเหตุผลหลายประการ

ทิวาพร ศรีบุรณ์ (2550 : 83-84) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลวิจิตร อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต พบว่าประชาชนมีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการมากที่สุด แต่ประชาชนยังมีความพึงพอใจน้อยในเรื่องเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานไม่เต็มทีในเวลางาน ด้านกระบวนการในการบริการ ประชาชนมีความพึงพอใจรองลงมาจากด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ แต่ประชาชนยังมีความพึงพอใจน้อยในเรื่องการให้บริการนอกเวลาราชการให้มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นด้านที่ประชาชนมีความพึงพอใจน้อยที่สุด โดยเฉพาะด้านการจัดทำป้ายและผังแสดงขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน และการชำระภาษีที่มีหลายขั้นตอน

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับความคาดหวังในการให้บริการจัดเก็บภาษี พบว่าประชาชนมีความคาดหวังในการให้บริการในด้านต่างๆ ตั้งแต่เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการชำระภาษีที่ต้องการรู้พอที่จะให้คำแนะนำเกี่ยวกับภาษีและข้อสงสัยของประชาชน ด้านกระบวนการให้บริการต้องให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้องและเป็นธรรมพร้อมเสียสละเวลาทำงานนอกเวลา และด้านสถานที่ที่ต้องจัดสถานที่ให้เป็นระเบียบสะอาดมีสถานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ มีเครื่องใช้ที่ทันสมัย และต้องปรับปรุงยุทธในการทำงานให้เป็นที่พึงพอใจของผู้มาใช้บริการชำระภาษี

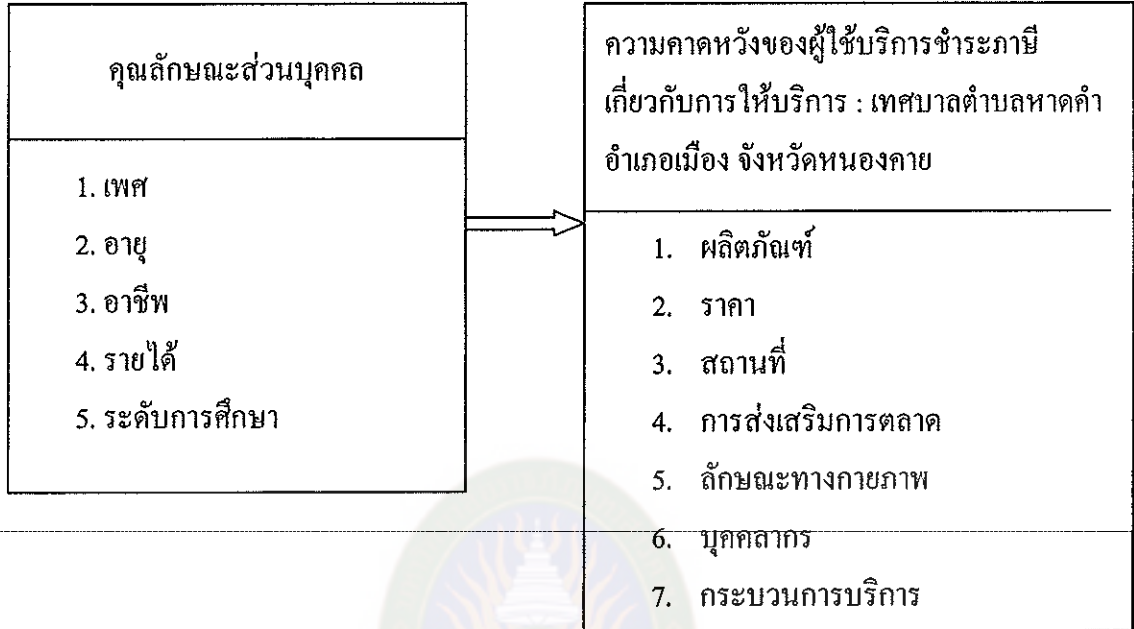
ผู้ศึกษา จะได้นำแนวคิดดังกล่าว ไปเป็นแนวทางเพื่อประยุกต์ใช้ในการจัดเก็บภาษีเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดเก็บรายได้ให้กับองค์กรเป็นการลดภาระในการช่วยเหลือของภาครัฐ เพื่อปรับปรุงวิธีการให้บริการงานบริการ ทั้งทางด้านบุคลากรในองค์กร เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานให้บริการจัดเก็บภาษีโดยตรง และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้สามารถปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง

#### 4. กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากเรื่องกลยุทธ์ตลาดบริการของ วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ ( 2552 : 198-199 ) มาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดของการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังเกี่ยวกับกระบวนการการให้บริการของผู้ใช้บริการชำระภาษีที่มีต่อเทศบาลตำบลหาดคำ 7 ด้าน ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมตลาด ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะส่วนบุคคล และการบริการเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ภาพประกอบที่ 3

## ตัวแปรอิสระ(Independent Variables)

## ตัวแปรตาม(Dependent Variables)



แผนภาพที่ 3 แสดงกรอบแนวคิดการศึกษา