



ความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการงานประชาสัมพันธ์ด้านภาษีอากร
ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่จังหวัดปัตตานี

Satisfaction of People to Public Relations Service for Taxation of Pattani
Provincial Revenue Office

วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล^{1*}, นุกูล ชื่นฟัก², ธิติพงษ์ เกตุอมร³ และแวนูรมี แวอาลี⁴

Woraluck Lalitsasivimol^{1*}, Nukool Chinfuk², Thitiphong Ketamon, and Vanurame
Vaarree

¹ ดร., หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ประเทศไทย

¹ Dr., Doctor of Philosophy in Business Administration Program, Hatyai Business School,
Hatyai University, Thailand

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ประเทศไทย

² Assistant Prof., Faculty of Political Science, Hatyai University, Thailand

³ อาจารย์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษ วิทยาลัยนานาชาติดิษยะศริน มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ประเทศไทย

³ Lecturer, Department of Business English, Didyasarin International College, Hatyai University,
Thailand.

⁴ สาขาวิชาการเมืองการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ประเทศไทย

⁴ Department of Politics and Governance, Faculty of Political Science, Hatyai University, Thailand.

* Corresponding author, E-mail: woraluck@hu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ด้านภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรในพื้นที่จังหวัดปัตตานี การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนผู้เข้าร่วมในโครงการจังหวัดเคลื่อนที่ ภายในพื้นที่อำเภอยะรัง และอำเภอแม่ลาน จังหวัดปัตตานีทั้งหมด 60 คน โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ปัตตานี ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย ระยะเวลาต่อการประชาสัมพันธ์ ความพร้อมในการประชาสัมพันธ์ ความทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้อง มีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย มีช่องทางการประชาสัมพันธ์เหมาะสม ข้อมูลข่าวสารมีประโยชน์และน่าสนใจการให้ข้อมูลเพิ่มเติม/การตอบข้อซักถาม และภาพรวมของการประชาสัมพันธ์ พบว่า ภาพรวมของการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 48.3

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ การประชาสัมพันธ์ ภาษีอากร



Abstract

This research was aimed at acknowledging the satisfaction of people to public relations service for taxation of Pattani provincial revenue office. The samples of this qualitative study were 60 participants who took part in the provincial mobile project in Yarang and Mae Lan Districts. The questionnaire on satisfaction to public relations of Pattani Provincial Revenue Office was used to collect the data. The study disclosed that the satisfaction of people to public relations consisted of duration, readiness, modern information technology and media, accurate information, prompt communication and public relations, availability of channels, appropriate channels, useful and interesting information, and providing additional information—answering questions. Overall, the level of satisfaction of people to public relations was at height at 48.3%.

Keywords: Satisfaction, Public Relations, Taxation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรมสรรพากร(The Revenue Department) เป็นส่วนราชการระดับกรม สังกัดกระทรวงการคลัง ที่เริ่มก่อตั้งในสมัยรัชกาลที่ 5 เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2433 มีหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีจากฐานรายได้ และฐานการบริโภคภายในประเทศ ตามประมวลรัษฎากร และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นรายได้ให้รัฐบาล เพื่อนำมาใช้พัฒนาประเทศได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีเงินได้ปิโตรเลียม ภาษีมูลค่าเพิ่ม อากรแสตมป์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังพิจารณาปรับปรุงตัวบทกฎหมาย และระบบการบริหารจัดเก็บภาษีเพื่อส่งเสริมการออม การลงทุนและการแข่งขันในการผลิต และการส่งออกกับนานาประเทศ ตลอดจนสร้างความเป็นธรรมในการกระจายรายได้ และเสริมสร้างความสมัครใจในการเสียภาษี และยังทำความตกลงระหว่างประเทศเพื่อขจัดการเก็บภาษีซ้ำซ้อนระหว่างกัน เพื่อสนับสนุนการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ

กรมสรรพากรมีหน้าที่หลักๆ คือ คำนวณภาษีให้กับบุคคลที่ต้องการทำการยื่นเรื่องเพื่อชำระภาษี และยังทำหน้าที่จัดเก็บภาษีประเภทต่างๆตามที่รัฐบาลและกฎหมายกำหนด (กรมสรรพากร, 2560) แต่ทั้งนั้นแล้วก็ยังมีประชาชนบางคนที่ยังไม่เข้าใจว่าสำนักงานสรรพากรคืออะไร มีหน้าที่อย่างไร และสำคัญมากน้อยแค่ไหนต่อประชาชน ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการงานประชาสัมพันธ์ด้านภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรพื้นที่จังหวัดปัตตานี

วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ด้านภาษีของสำนักงานสรรพากรในพื้นที่จังหวัดปัตตานี

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

สำนักงานสรรพากรในพื้นที่ปัตตานีสามารถนำผลการวิจัยที่ได้จากระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ ไปวางแผนและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ข่าวสารด้านการภาษีอากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเข้าถึงผู้ใช้บริการมากขึ้น



เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรมสรรพากร (The Revenue Department : RD) เป็นส่วนราชการระดับกรม สังกัดกระทรวงการคลัง ที่เริ่มก่อตั้งในสมัยรัชกาลที่ 5 เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2433

กรมสรรพากร มีหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีจากฐานรายได้และฐานการบริโภคภายในประเทศ ตามประมวลรัษฎากร และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นรายได้ให้รัฐบาล เพื่อนำมาใช้จ่ายพัฒนาประเทศได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีเงินได้ปิโตรเลียม ภาษีมูลค่าเพิ่ม อากรแถมบ

การนำภาษีที่จัดเก็บไปใช้ประโยชน์

1. ด้านการศึกษา “โครงการเรียนฟรี”
2. ด้านสาธารณูปโภค “ถนน ระบบขนส่งทางราง ไฟฟ้า ประปา”
3. ด้านสาธารณสุข “โครงการ 30 บาท รักษาทุกโรค”
4. ป้องกันอธิปไตยของประเทศ
5. การรักษาดินแดน
6. การรักษาความสงบภายในประเทศ
7. สร้างสัมพันธไมตรีกับต่างชาติ เพื่อเป็นมิตรทางการค้าและการเมืองจัดประชุมนานาชาติ

เงินเดือนข้าราชการ ทหาร ตำรวจ ครู

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ธनिया ปัญญาแก้ว (2541) ได้ให้ความหมายว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจที่เกี่ยวกับลักษณะของงาน ปัจจัยเหล่านี้นำไปสู่ความพอใจในงานที่ทำ ได้แก่ ความสำเร็จ การยกย่อง ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า เมื่อปัจจัยเหล่านี้อยู่ต่ำกว่า จะทำให้เกิดความไม่พอใจงานที่ทำ ถ้าหากงานให้ความก้าวหน้า ความท้าทาย ความรับผิดชอบ ความสำเร็จและการยกย่องแก่ผู้ปฏิบัติงานแล้ว พวกเขาจะพอใจและมีแรงจูงใจในการทำงานเป็นอย่างมาก

วีรุฬ พรรณเทวี (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย สอดคล้องกับ ฉัตรชัย คงสุข (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

กาญจนา อรุณสุขรุจี (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น



วิทย์ เทียงบุรณธรรม (2541) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความพอใจ การทำให้พอใจ ความสนใจ ความสนใจ ความสนใจ ความสนใจ การชดเชย การไถ่บาปการแก้แค้นสิ่งที่ชดเชย

Campbell (1976 ; อ้างถึงในวาทินี ทองเสวด, 2548) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในที่แต่ละคนเปรียบเทียบระหว่างความคิดเห็นต่อสภาพการณ์ที่อยากให้เป็นหรือคาดหวัง หรือรู้สึกว่าจะสมควรจะได้รับ ผลที่ได้จะเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเป็นการตัดสินใจของแต่ละบุคคล

จากความหมายของความพึงพอใจที่มีผู้ให้ไว้ตามกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือมีความชื่นชอบ พอใจต่อการที่บุคคลอื่นกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งตอบสนองความต้องการของบุคคลหนึ่งที่ยปรารถนา ให้กระทำในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคล นั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันหรือมีความพึงพอใจมากน้อยขึ้นอยู่กับค่านิยมของแต่ละบุคคลและความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจตลอดจน สิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งอาจสามารถทำให้ระดับความพึงพอใจแตกต่างกันได้ เช่น ความสะดวกสบายที่ได้รับ ความสวยงาม ความเป็นกันเอง ความภูมิใจ การยกย่อง การได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการและ ความศรัทธา เป็นต้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

ทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow's Theory)

Maslow (1970) ได้ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1. ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค
2. ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย
3. ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน



4. ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

5. ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self – actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็หมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป

ทฤษฎีคุณภาพการบริการ

Millet (1954) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีทัศนคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการบริการที่เท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในกรให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานสากลในการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely service) หมายถึง ในการบริการ จะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ จะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลา ซึ่งอาจจะสร้างความไม่พึงพอใจต่อประชาชนที่ใช้บริการ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะจะต้องมีลักษณะที่มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ซึ่งMillet เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มีคามหมายเลยถ้าจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความวุ่นวายและไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuos service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพึงพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

สรุปได้ว่าการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ตามแนวคิดของ Millet คือการให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการอย่างทันเวลา ซึ่งการให้บริการตามด้านดังกล่าวนี้ย่อมสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มาใช้บริการหรือรับบริการได้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยมีรูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Study) ซึ่งเป็นรูปแบบของการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับภาชีอากรของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ปัตตานี



ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนผู้เข้าร่วมในโครงการ ภายในพื้นที่อำเภอยะรัง และอำเภอแม่ลาน จังหวัดปัตตานี จำนวน 60 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ณ โครงการจังหวัดเคลื่อนที่ อำเภอยะรัง เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2560 และอำเภอแม่ลาน เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2560 ซึ่งเป็นโครงการจังหวัดเคลื่อนที่ หน่วยบำบัดทุกข์บำรุงสุขสร้างรอยยิ้มให้ประชาชน ของจังหวัดปัตตานี

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 16.7 นับถือศาสนา อิสลามร้อยละ 96.7 ศาสนาพุทธร้อยละ 3.3. มีอายุระหว่าง 21 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองมา อายุ 41 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.3 การศึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าประถมศึกษา ร้อยละ 30.0 รองลงมาประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.0 และปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.0 ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.0 และอาชีพอิสระหรือค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 23.3 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของประชากรที่ศึกษา (N=60)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	10	16.7
หญิง	50	83.3
ศาสนา		
พุทธ	2	3.3
อิสลาม	58	96.7
อายุ		
21 - 40 ปี	46	76.7
41 - 60 ปี	14	23.3
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	30	50.0
ประถมศึกษา	24	40.0
ปริญญาตรี	6	10.0
อาชีพ		
เกษตรกร	40	66.7
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	6	10.0
อาชีพอิสระ/ค้าขาย	14	23.3



ความพึงพอใจต่อการให้บริการงานประชาสัมพันธ์ด้านภาษีอากร

ผลการศึกษา ในประเด็นความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ด้านภาษีอากร ประกอบด้วยข้อคำถาม 10 ข้อ คือ ระยะเวลาต่อการประชาสัมพันธ์ ความพร้อมในการประชาสัมพันธ์ ความทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้อง มีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย มีช่องทางการประชาสัมพันธ์เหมาะสม ข้อมูลข่าวสารมีประโยชน์และน่าสนใจการให้ข้อมูลเพิ่มเติม/การตอบข้อซักถาม และภาพรวมของการประชาสัมพันธ์ พบว่า ภาพรวมของประชาชนที่ใช้บริการ จำนวน 29 คน (ร้อยละ 48.3) มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการประชาสัมพันธ์ระดับมาก โดยในแต่ละข้อคำถาม ประชาชนมีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละความพึงพอใจต่อการให้บริการงานประชาสัมพันธ์ด้านภาษีอากร (N=60)

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ระยะเวลา ขั้นตอน ความสะดวกรวดเร็วในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารมีความเหมาะสม	15 (25.0)	36 (60.0)	9 (15.0)	0 (0)	0 (0)
2. ความพร้อมในการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่	18 (30.0)	30 (50.0)	12 (20.0)	0 (0)	0 (0)
3. ความทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อประชาสัมพันธ์	17 (28.3)	33 (55.0)	10 (16.7)	0 (0)	0 (0)
4. ข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้อง	15 (25.0)	34 (56.7)	11 (18.3)	0 (0)	0 (0)
5. มีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว	16 (26.7)	33 (55.0)	11 (18.3)	0 (0)	0 (0)
6. มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย	19 (31.7)	31 (51.7)	10 (16.6)	0 (0)	0 (0)
7. มีช่องทางการประชาสัมพันธ์เหมาะสม	15 (25.0)	32 (53.3)	13 (21.7)	0 (0)	0 (0)
8. ข้อมูลข่าวสารมีประโยชน์และน่าสนใจ	13 (21.7)	37 (61.7)	10 (16.6)	0 (0)	0 (0)
9. การให้ข้อมูลเพิ่มเติม/การตอบข้อซักถาม	18 (30.0)	31 (51.7)	11 (18.3)	0 (0)	0 (0)
10. ภาพรวมของการประชาสัมพันธ์	19 (31.7)	29 (48.3)	12 (20.0)	0 (0)	0 (0)



ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาอากร

ผลการศึกษา ในประเด็นความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยข้อคำถาม 10 ข้อ พบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการ มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการประชาสัมพันธ์ระดับมาก ($M = 4.12$, $S.D. = 0.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($M = 4.15$, $S.D. = 0.68$) รองลงมา คือ ความทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อประชาสัมพันธ์ ($M = 4.12$, $S.D. = 0.66$) และการให้ข้อมูลเพิ่มเติม/การตอบข้อซักถาม ($M = 4.12$, $S.D. = 0.71$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจต่อการให้บริการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาอากร (N=60)

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (M)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลความ
1. ระยะเวลา ขั้นตอน ความสะดวกรวดเร็วในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารมีความเหมาะสม	4.10	0.63	มาก
2. ความพร้อมในการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่	4.10	0.70	มาก
3. ความทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อประชาสัมพันธ์	4.12	0.66	มาก
4. ข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้อง	4.07	0.66	มาก
5. มีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว	4.08	0.67	มาก
6. มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย	4.15	0.68	มาก
7. มีช่องทางการประชาสัมพันธ์เหมาะสม	4.03	0.68	มาก
8. ข้อมูลข่าวสารมีประโยชน์และน่าสนใจ	4.05	0.62	มาก
9. การให้ข้อมูลเพิ่มเติม/การตอบข้อซักถาม	4.12	0.69	มาก
10. ภาพรวมของการประชาสัมพันธ์	4.12	0.71	มาก

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 16.7 นับถือศาสนา อิสลามร้อยละ 96.7 ศาสนาพุทธร้อยละ 3.3. มีอายุระหว่าง 21 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองมา อายุ 41 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.3 การศึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าประถมศึกษา ร้อยละ 30.0 รองลงมาประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.0 และปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.0 ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.0 และอาชีพอิสระหรือค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 23.3

ในประเด็นความพึงพอใจต่อการให้บริการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาอากร พบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการโดยส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อภาพรวมของการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก อีกทั้งในข้อคำถามรายข้อก็เช่นเดียวกันที่ประชาชนโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อ



ในประเด็นระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการประชาสัมพันธ์ด้านภาษีอากร พบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการโดยส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อภาพรวมของการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องของการมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ความทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูลเพิ่มเติม/การตอบข้อซักถาม

อภิปรายผล

สำหรับระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการประชาสัมพันธ์ด้านภาษีอากร ทั้งในด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การให้ข้อมูลเพิ่มเติม ความทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อ ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ ระยะเวลา ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ สอดคล้องกับ Millet (1954) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory service) หรือ ความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานะคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชน จะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานสากลให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่า การให้บริการสาธารณะ จะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ จะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจแก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ จะต้องมึลักษณะที่มีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the geographical location) Millet เห็นว่า ความเสมอภาค หรือตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้าจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการ สร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โยียดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพึงพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการ ว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพ หรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

สรุปได้ว่าการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ตามแนวคิดของ Millet (1954) คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการอย่างทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้การบริการตามด้านดังกล่าว ย่อมจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สำนักงานสรรพากรพื้นที่จังหวัดปัตตานี ควรช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึงการใช้บริการได้ทั่วถึง



2. สำนักงานสรรพากรพื้นที่จังหวัดปัตตานี ควรเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์และน่าสนใจยิ่งขึ้น และมีความถูกต้อง เพื่อให้ประชาชนที่มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับภาษีของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ปัตตานี มีประสิทธิภาพมากขึ้น ควรมีการศึกษาความคิดเห็นจากบุคคลอื่นๆ ให้ครบถ้วน ได้แก่ การสุ่มจำนวนประชาชน นอกเหนือจากตัวแทนที่ถูกคัดเลือกจากการเข้าร่วมโครงการ เจ้าหน้าที่บุคลากร ตลอดจนรวมไปถึงประชาชนในเขตพื้นที่ นำมาเป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงให้มีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

2. เพิ่มจำนวนประชากรให้มากขึ้นเพื่อผลการวิจัยมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร. (9 กันยายน 2560). *ความรู้เรื่องภาษี*. สืบค้นจาก <http://www.rd.go.th/publish/57309.0.html>
- กาญจนา อรุณสุขรุจี. (2546). *ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ การเกษตรไชยปราการ จำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่ : คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉัตรชัย คงสุข. (2535). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการของแผนกคลังพัสดุ ฝ่ายภัตตาคารและโภชนาการ ภายในประเทศ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์ ropic. (สาขาวิชาบริหารรัฐกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธनिया ปัญญาแก้ว. (2541). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของข้าราชการครูในจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระ ropic. (สาขาวิชาการเมืองการปกครอง). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). *ความพึงพอใจ*. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์..
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542*. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วาณี ทองเสวต. (2548). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องสมุดวิทยาลัยพยาบาลเกื้อการุณย์*. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยพยาบาลเกื้อการุณย์.
- วิทย์ เทียงบูรณธรรม. (2541). *การจัดการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2541). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทย ในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สาขาวิชาการบริหารการศึกษา). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Kotler, E. L., & H. L. Armstrong. (2002). *Citizen evaluation and urban management: Services Delivery in an Era of Protest*. New York : Harper & Row.
- Maslow, A. (1970). *Motivation and Personality*. New York : Harper and Row Publishers.
- Millet. (1954). *Management in the public service: The Quest for Effective Performance*. New York : McGraw-Hill Book.