

## บทที่ 2

### เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้นำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เรื่อง ทักษะคิดของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกคอน อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย ผู้วิจัยได้ค้นคว้าจากเอกสาร ทฤษฎีต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางประกอบการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายอำนาจและการปกครองท้องถิ่น
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี
4. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
6. แนวคิดเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล
7. องค์การบริหารส่วนตำบลโคกคอน
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวความคิดเกี่ยวกับการกระจายอำนาจและการปกครองท้องถิ่น

การกระจายอำนาจ คือสภาวะที่หน่วยงานชุมชนระดับล่างสุดมีอำนาจการตัดสินใจเกี่ยวกับแนวทาง และวิธีการดำเนินกิจกรรมของตนเองได้อย่างกว้างขวางซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความสำคัญ คำจำกัดความ ความหมายและเงื่อนไขดังนี้

##### 1. ความหมายของการกระจายอำนาจ

แนวคิดการกระจายอำนาจถือเป็นแนวคิดที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจ แก้ไขปัญหา รวมไปถึงการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองมีนักวิชาการได้นิยามความหมายของการกระจายอำนาจ ดังต่อไปนี้

วิษณุ เครืองาม (2547 : 28) ได้ให้ความหมายของการกระจายอำนาจไว้ว่า เป็นการจัดการกับภารกิจที่อยู่ศูนย์กลางให้กระจายออกจากศูนย์กลางนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนทั้งประเทศ เช่น การขุดเจาะน้ำบาดาลที่จะต้องกระจายให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการ เพราะท้องถิ่นจะทราบความต้องการของคนในท้องถิ่นได้ดีที่สุด

โกวิท พวงงาม (2548 : 36) กล่าวว่า การกระจายอำนาจ หมายถึง การโอนกิจการบริการสาธารณะบางเรื่องจากรัฐ หรือองค์กรปกครองส่วนกลางไปให้ชุมชนซึ่งตั้งอยู่ในท้องถิ่นต่าง ๆ ของประเทศ หรือหน่วยงานบางหน่วยงานรับผิดชอบจัดทำอย่างเป็นอิสระจากองค์กรปกครองส่วนกลาง ดังนั้น จึงเห็นว่าการกระจายอำนาจมี 2 รูปแบบ คือ

1. การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น หรือการกระจายอำนาจตามอาณาเขต หมายถึง การมอบอำนาจให้ท้องถิ่นจัดทำกิจการหรือบริการสาธารณะบางเรื่องภายในเขตของแต่ละท้องถิ่น และท้องถิ่นมีอิสระในการปกครองตนเองพอสมควร

2. การกระจายอำนาจตามบริการ หรือการกระจายอำนาจทางเทคนิค หมายถึง การโอนกิจการบริการสาธารณะบางกิจการจากรัฐหรือองค์กรปกครองส่วนกลางไปให้หน่วยงานบางหน่วยงานรับผิดชอบจัดทำแยกต่างหากเป็นอิสระ โดยปกติแล้วจะเป็นกิจการซึ่งการจัดทำต้องอาศัย ความรู้ ความชำนาญทางเทคโนโลยีแขนงใดแขนงหนึ่ง เป็นพิเศษ เช่น การสื่อสาร วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ การผลิตกระแสไฟฟ้า เป็นต้น

ธนสวรรค์ เจริญเมือง (2548 : 59) ได้ให้ความหมายว่า การกระจายอำนาจ หมายถึง ระบบการบริหารประเทศที่เปิด โอกาสให้ท้องถิ่นต่าง ๆ มีอำนาจในการจัดการดูแลกิจการหลาย ๆ ด้านของตนเอง ไม่ใช่ปล่อยให้รัฐบาลกลางรวมศูนย์อำนาจในการจัดการกิจกรรมแทบทุกอย่างของท้องถิ่น

สรุปว่า การกระจายอำนาจ หมายถึง การที่รัฐบาลมอบอำนาจในการบริหารกิจการบ้านเมืองให้องค์กรปกครองท้องถิ่น ดำเนินกิจการเอง โดยอยู่ภายใต้กฎหมายและการกำกับดูแลของรัฐบาล และการกระจายอำนาจนั้นทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีอำนาจทั้งทางการเมืองและการบริหารงานให้เป็นไปตามนโยบายของท้องถิ่นด้วย

## 2. หลักการกระจายอำนาจ

การกระจายอำนาจการปกครอง หมายถึง การที่รัฐบาลกลางยินยอมมอบอำนาจการปกครองและการบริหารในกิจการต่าง ๆ ให้ประชาชนในแต่ละท้องถิ่นดำเนินการปกครองตนเอง โดยประชาชนในท้องถิ่นจะเลือกผู้แทนของตนเข้าไปทำหน้าที่ดังกล่าว ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีอำนาจทั้งทางด้านการเมืองและการบริหาร ในการกำหนดนโยบายและการบริหารงานให้เป็นไปตามนโยบายท้องถิ่นตนเอง องค์กรปกครองท้องถิ่นที่เกิดขึ้นตามหลักการกระจายอำนาจการปกครองจึงมีฐานะเป็นตัวแทนของประชาชน มีผู้บริหารมาจากการเลือกตั้งของประชาชนในท้องถิ่น เช่นการจัดระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่นของประเทศไทย ซึ่งได้แก่ องค์กรบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล

สมคิด เลิศไพฑูรย์ (2550 : 28) กล่าวถึง หลักการกระจายอำนาจ มีดังนี้

1. มีการแยกหน่วยงานออกไปเป็นองค์การนิติบุคคลอิสระจากองค์การของราชการส่วนกลาง
2. มีการเลือกตั้ง ซึ่ง ได้รับเลือกตั้งจากราษฎรในท้องถิ่นทั้งหมดหรือบางส่วน
3. มีความอิสระที่จะดำเนินกิจการตามอำนาจหน้าที่ได้เอง โดยไม่ต้องรับคำสั่งของราชการหรือบริหารส่วนกลาง

โกวิท พวงงาม (2550 : 37) กล่าวถึง หลักการกระจายอำนาจ ไว้ดังนี้

1. มีการแยกร่างหน่วยงานออกไปเป็นองค์การนิติบุคคลอิสระจากองค์การของราชการบริหารส่วนกลาง ซึ่งมีนิติบุคคลแยกออกไปมากขึ้นเท่าใดก็นับว่ามีการกระจายอำนาจมากขึ้นเท่านั้น นิติบุคคลเหล่านี้เป็นนิติบุคคลในกฎหมายมหาชนที่มีงบประมาณและเจ้าหน้าที่ของตนเองก็มีความอิสระในการจัดทำบริการสาธารณะที่ได้รับมอบหมาย โดยไม่ต้องขอรับคำสั่งจากราชการบริหารส่วนกลาง ราชการบริหารส่วนกลางเพียงแต่คอยควบคุมดูแลให้ปฏิบัติหน้าที่โดยถูกต้องเท่านั้น

2. มีการเลือกตั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระจายอำนาจปกครองให้แก่ท้องถิ่นองค์กรของราชการบริหารส่วนท้องถิ่นย่อมประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ซึ่งได้รับเลือกตั้งจากราษฎรในท้องถิ่นทั้งหมดหรือบางส่วน โดยเฉพาะองค์กรสำหรับเป็นที่ประชุมปรึกษากิจการ ทั้งนี้เพื่อให้ราษฎรในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนในการปกครองท้องถิ่น ถ้าไม่มีการเลือกตั้งเลยก็ไม่แน่ว่ามีการกระจายอำนาจปกครองให้แก่ท้องถิ่นอย่างแท้จริง การเลือกตั้งถือว่าเป็นสาระสำคัญของหลักการกระจายอำนาจปกครองทางพื้นที่ ส่วนการกระจายอำนาจตามกิจการให้แก่องค์กรนั้น การเลือกตั้งไม่ถึงว่าเป็นหลักสำคัญเหมือนกับการกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่น

3. องค์กรตามหลักการกระจายอำนาจมีความอิสระที่จะดำเนินกิจการตามอำนาจหน้าที่ได้เอง โดยไม่ต้องรับคำสั่งหรืออยู่ได้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นของราชการบริหารส่วนกลาง มีอำนาจวินิจฉัยสั่งการและดำเนินกิจการได้ด้วยงบประมาณและด้วยเจ้าหน้าที่ของตนเอง

สรุปว่า การกระจายอำนาจเป็นการที่รัฐบาลกลางมอบอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้ดำเนินกิจการหรือบริหารงานเองซึ่งอยู่ภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย โดยประชาชนในแต่ละท้องถิ่นจะเลือกผู้แทนของตนเข้าไปทำหน้าที่แทนตนในการบริหารและดำเนินกิจการ ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีอำนาจทั้งทางการเมืองและการบริหารการกำหนดนโยบาย การกระจายอำนาจมีทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน จุดแข็ง คือ ทำให้ประชาชนได้รับการตอบสนองตามความต้องการ ทำให้การดำเนินกิจการเป็นไปอย่างรวดเร็ว แบ่งเบาภาระของรัฐบาลและทำให้ประชาชนในท้องถิ่น

มีความสนใจและมีส่วนร่วมในการปกครองท้องถิ่นของตนเอง ส่วนข้อเสียหรือจุดอ่อน คือ ทำให้รัฐบาลกลางเสียเอกภาพและอาจเป็นภัยต่อความมั่นคงได้

### 3. องค์ประกอบของการกระจายอำนาจ

ลิจิต ซีรเวคิน (2535 ; อ้างอิงใน ขวัญจิรา วงศ์นวลตา. 2551 : 13) ได้แยก

องค์ประกอบสำคัญของการกระจายอำนาจเป็น 4 ประการไว้ คือ

1. มีความเป็นนิติบุคคล การกระจายอำนาจปกครองนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์เป็นนิติบุคคลต่างจากองค์การของรัฐบาลกลาง การมียุทธศาสตร์เป็นนิติบุคคลต่างหากนี้ก็เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ของตน องค์การเหล่านี้จะมีงบประมาณของตัวเอง มีทรัพย์สิน หนี้สินของตนเอง และมีเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติงานของตนเอง

2. มีอำนาจอิสระในการบริหารงาน ความมีอำนาจอิสระในการปฏิบัติหน้าที่เป็นหลักการที่สำคัญประการหนึ่งของการกระจายอำนาจปกครองส่วนภูมิภาค ซึ่งมีฐานะเป็นตัวแทนของรัฐบาลกลางที่ประจำอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องมีอิสระในการปฏิบัติการกิจของตนเอง ตลอดจนมีอิสระพอสมควรในการกำหนดนโยบายหรือการตัดสินใจในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้

3. ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการเลือกผู้บริหารและผู้ที่ทำหน้าที่นิติบัญญัติ การมีส่วนร่วมในการปกครองตนเองในท้องถิ่นของประชาชนนั้นอาจจะทำได้หลายระดับแล้วแต่ความสามารถและความสนใจของประชาชนในท้องถิ่นเฉพาะการไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งตัวแทนของตนเองเข้าไปปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งต่าง ๆ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเท่านั้น แต่บางคนอาจมีความสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการปกครองตนเองของท้องถิ่นมากกว่านั้นถึงกับสมัครเข้ารับการเลือกตั้งเป็นตัวแทนของประชาชน เพื่อให้ได้มีโอกาสเข้ามามีบทบาทในการดำเนินกิจกรรมอันเป็นหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยตัวเองก็อาจจะทำได้

4. มีงบประมาณของตนเอง กล่าวคือ หน่วยงานที่เป็นส่วนท้องถิ่นต้องมีอำนาจในการจัดเก็บรายได้ด้วยตนเอง รวมไปถึงการมีอำนาจในการบริหารงบประมาณที่ได้มานั้นด้วยตนเอง ซึ่งมักทำให้การบริหารงานของหน่วยงานนั้นมีการวางแผนการปฏิบัติงานตั้งแต่การจัดเก็บรายได้นั้นมาบริหารงานภายในหน่วยงานนั้น ๆ ตลอดจนการให้บริการแก่ประชาชนในเขตพื้นที่รับผิดชอบ โดยอำนาจการตัดสินใจอยู่ที่หน่วยงานท้องถิ่นทั้งหมด หากหน่วยงานของส่วนท้องถิ่นมีองค์ประกอบครบทั้ง 4 ประการ ของหลักการกระจายอำนาจแล้ว โดยปราศจากการควบคุมและ

แทรกแซงจากส่วนกลางหรือส่วนภูมิภาค ย่อมทำให้การบริหารงานของหน่วยงานในส่วนท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอย่างอื่นด้วย

สรุปว่า การกระจายอำนาจการปกครองทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีอำนาจอิสระจากส่วนกลางภายใต้ขอบเขตของกฎหมายทั้งทางการเมือง และการบริหารในการกำหนดนโยบายและการบริหารให้เป็นไปตามนโยบาย หรือความต้องการของตนเอง โดยมีองค์กรของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งมีฐานะเป็นนิติบุคคลแยกออกจากรัฐบาลกลางเป็นผู้ดำเนินงาน มีงบประมาณ รายได้ ทรัพย์สินและบุคลากรเป็นของตนเองและคณะผู้บริหารมาจากการเลือกตั้งของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ

#### 4. ความหมายของการปกครองท้องถิ่น

การปกครองท้องถิ่น เป็นการจัดระเบียบการปกครองของชุมชนที่มีอาณาเขตแน่นอน และมีอำนาจอิสระแก่ประชาชนในท้องถิ่นในการแก้ปัญหาและจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมท้องถิ่น เพื่อการกินดีอยู่ดีของประชาชน และความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นเอง โดยปราศจากการควบคุมจากภายนอกยกเว้นการกำกับดูแลบางประการตามกฎหมายกำหนด ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมาย ดังนี้

ลิจิต ซีรเวคิน (2535 : 36) ให้ความหมายของการปกครองท้องถิ่นไว้ว่า เป็นการปกครองโดยวิธีการซึ่งหน่วยการปกครองในท้องถิ่นได้มีการเลือกตั้งผู้ทำหน้าที่ปกครองโดยอิสระ และได้รับอำนาจโดยอิสระ โดยความรับผิดชอบซึ่งตนสามารถที่จะใช้ได้โดยปราศจากการควบคุมของหน่วยการปกครองส่วนภูมิภาคและส่วนกลาง แต่การปกครองท้องถิ่นยังอยู่ภายใต้บทบังคับว่าด้วยอำนาจสูงสุดของประเทศมิใช่ได้กลายเป็นรัฐอธิปไตย

ฮอลโลเวย์ (Holloway, V-W. 2002 ; อ้างอิงใน ปธาน สุวรรณมงคล. 2547 : 1-2) นิยามว่าการปกครองท้องถิ่น หมายถึง องค์กรที่มีอาณาเขตแน่นอน มีประชากรตามหลักที่กำหนดไว้ มีอำนาจการปกครองตนเอง มีการบริหารการคลังของตนเอง และมีสภาท้องถิ่นที่สมาชิกได้รับการเลือกตั้งจากประชาชน

วิท (Vit, D. 1967 ; อ้างอิงใน สนั่น บุญกะลีทา. 2553 : 13) นิยามว่า การปกครองท้องถิ่น หมายถึง การปกครองที่รัฐบาลกลางให้อำนาจหรือกระจายอำนาจไปให้หน่วยการปกครองท้องถิ่น เปิดโอกาสให้ประชาชน ในท้องถิ่นได้มีอำนาจในการปกครองร่วมกันทั้งหมด หรือเป็นบางส่วนในการบริหารท้องถิ่น ตามหลักการที่ว่า ถ้าอำนาจการปกครองมาจากประชาชนในท้องถิ่นแล้ว รัฐบาลของท้องถิ่น ก็ย่อมเป็นรัฐบาลของประชาชน โดยประชาชนและเพื่อประชาชน

สรุปว่า การปกครองท้องถิ่น หมายถึง การปกครองที่รัฐบาลกลางมอบอำนาจการปกครองทั้งการเมืองและทางการบริหารให้ประชาชนในท้องถิ่นจัดการปกครอง และดำเนินการ

บางอย่างเพื่อแก้ไขปัญหา สนองตอบความต้องการของตนเอง โดยมีอำนาจในการปกครองตนเอง สามารถกำหนดคน โยบาย และบริหารงานให้เป็นไปตามนโยบาย หรือความต้องการของตนเอง ภายใต้ขอบเขตของกฎหมายว่าด้วยอำนาจสูงสุดของประเทศ โดยมีองค์กรที่มาจากการเลือกตั้งของประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ตามความมุ่งหมายของท้องถิ่นนั้น ๆ

### 5. ลักษณะในการปกครองท้องถิ่น

เนื่องจากการปกครองท้องถิ่นในรูปแบบการปกครองตนเอง เป็นการปกครองที่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น และการมีอำนาจอิสระในการปกครองตนเองภายใต้กฎหมายของรัฐหรือประเทศนั้น ๆ ดังนั้น ลักษณะของการปกครองท้องถิ่นมีดังนี้

นครินทร์ เมฆไตรรัตน์ (2547 : 22) อธิบายลักษณะสำคัญของการปกครองท้องถิ่น คือ เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นโดยกฎหมายจากส่วนกลาง มีสถานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายมีขอบเขตการปกครองที่แน่นอนและมีคณะผู้แทนที่ได้รับเลือกตั้งจากประชาชนในท้องถิ่นนั้นเป็นผู้รับผิดชอบต่อการบริหารงานอย่างเป็นอิสระ และมีอำนาจอิสระในด้านการคลัง เช่น การจัดเก็บภาษีและการหารายได้อื่น ๆ ตามที่กฎหมายกำหนดและจัดทำงบประมาณของตนเอง รวมทั้งมีอำนาจอิสระในการกำหนดนโยบาย และมีการบริหารงานของตนเองไม่ต้องของคำสั่งจากราชการบริหารส่วนกลาง ซึ่งองค์กรท้องถิ่นที่จัดตั้งขึ้นจะมีบุคลากรของตนเองบริหารงานภายในท้องถิ่น เป็นพนักงานของท้องถิ่นที่ได้รับเงินเดือนจากงบประมาณของท้องถิ่นเอง

โกวิท พวงววม และอลงกรณ์ อรรคแสง (2548 : 7) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของการปกครองท้องถิ่น ดังนี้

1. เป็นองค์กรในชุมชนที่มีขอบเขตพื้นที่ปกครองที่กำหนดไว้แน่นอน
2. มีสถานะภาพเป็นนิติบุคคล ซึ่งจัดตั้งขึ้น โดยกฎหมาย หรือกฎหมายรับรองสถานะความเป็นท้องถิ่น
3. มีอิสระในการดำเนินกิจการและสามารถใช้ดุลยพินิจของตนเองในการวินิจฉัยและการกำหนดนโยบายภายใต้การควบคุมของรัฐ
4. มีการจัดองค์กรเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายผู้บริหารท้องถิ่น และฝ่ายสภา ท้องถิ่น หรือจัดในรูปแบบอื่น
5. ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครองท้องถิ่น โดยการเลือกตั้งคณะผู้บริหารและสมาชิกสภาท้องถิ่น การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมและติดตามตรวจสอบการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ปธาน สุวรรณมงคล (2547 : 4-5) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของการปกครองท้องถิ่น ดังนี้

1. เป็นนิติบุคคล นิติบุคคลเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยอำนาจของกฎหมาย

การเป็นนิติบุคคลจึงเป็นการแสดงถึงฐานะทางกฎหมาย สำหรับการปกครองท้องถิ่นถือเป็นนิติบุคคลในกฎหมายมหาชน โดยมีกฎหมายจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ตามที่ระบุไว้ในกฎหมายนั้น ๆ และสามารถก่อกำหนดระบอบทางกฎหมาย เช่น ทำสัญญา การก่อหนี้ เป็นต้น

2. มีอำนาจหน้าที่เฉพาะ จะมีการดำเนินกิจการตามที่กฎหมายบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะให้เป็นที่แน่นอนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบนั้น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นการระดมทุนที่ไว้โดยชัดเจน หรืออาจเป็นการระดมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถริเริ่มทำการใด ๆ ที่ไม่มีกฎหมายบัญญัติห้ามไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกฎหมายของแต่ละประเภท

3. ผู้บริหารมาจากการเลือกตั้ง โดยทั่วไปสมาชิกสภาท้องถิ่น และผู้บริหารหรือคณะผู้บริหารท้องถิ่นจะมาจากการเลือกตั้งจากประชาชน โดยสมาชิกสภาท้องถิ่นจะมาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชน ส่วนคณะผู้บริหารท้องถิ่นอาจมาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชน หรืออาจมาจากการเลือกตั้งทางอ้อม โดยสภาเป็นผู้เลือกคณะผู้บริหารท้องถิ่นก็ได้ตามที่กฎหมายกำหนด

4. ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครองตนเอง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองตนเองตามเจตนารมณ์ของประชาชนในท้องถิ่นเป็นเรื่องที่สำคัญทั้งนี้ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งโดยตรงและโดยอ้อม เช่น การไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง การสมัครรับเลือกตั้ง การริเริ่มกฎหมาย การถอดถอนสมาชิกสภาท้องถิ่น หรือผู้บริหารท้องถิ่นที่ประพฤติไม่เหมาะสมที่จะดำรงตำแหน่งต่อไป การให้ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะต่อผู้บริหารหรือคณะผู้บริหาร หรือสมาชิกสภาท้องถิ่น

5. มีความเป็นอิสระในการบริหารงานอย่างเพียงพอ สาธารณูปการหนึ่งของการปกครองท้องถิ่น คือ ต้องมีความเป็นอิสระในการบริหารงานอย่างเพียงพอเพื่อให้สามารถดำเนินงานในขอบเขตหน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพบรรลุตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนด ความเป็นอิสระในการบริหารงานในที่นี้ หมายถึง อำนาจในการตัดสินใจดำเนินการในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายตามกฎหมาย โดยที่รัฐบาลกลางควรมีหน้าที่เพียงสนับสนุนส่งเสริมและกำกับดูแลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมากกว่าการควบคุมอย่างใกล้ชิด

6. มีอำนาจในการจัดหารายได้ และใช้จ่ายรายได้ได้อย่างอิสระตามสมควรการปกครองส่วนท้องถิ่นที่จะบังเกิดผลดีต่อท้องถิ่นโดยส่วนรวม ต้องมีอำนาจในการจัดหารายได้ภายในท้องถิ่นของตนอย่างเพียงพอต่อการบริหารงาน กล่าวคือ มีแหล่งรายได้ที่ท้องถิ่นสามารถจัดเก็บเองได้นอกเหนือจากรายได้ของท้องถิ่น เพื่อแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการ

ของประชาชนในท้องถิ่น

7. มีการกำกับดูแลของรัฐ หน่วยการปกครองท้องถิ่นจะต้องมีฐานะเป็นหน่วยการปกครองของรัฐ และอยู่ในการกำกับดูแลของรัฐ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของประชาชนส่วนรวมและความมั่นคงแห่งรัฐ

สรุปว่า การปกครองท้องถิ่น การเป็นองค์กรในชุมชนที่จัดตั้งขึ้น โดยกฎหมาย ส่วนกลางมีขอบเขตพื้นที่ปกครองที่กำหนดไว้แน่นอน มีสถานภาพเป็นนิติบุคคล จัดตั้งขึ้นโดยกฎหมายมีอิสระในการดำเนินกิจกรรมทั้งในด้านการคลัง การจัดเก็บภาษี การหารายได้ตามที่กฎหมายกำหนด การจัด ท่างงบประมาณด้วยตนเอง รวมถึงการกำหนดนโยบายภายใต้การควบคุมของรัฐ และมีการแบ่งองค์กรเป็น 2 ฝ่าย ได้แก่ฝ่ายผู้บริหารท้องถิ่น และฝ่ายสภาท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการปกครองตั้งแต่ขั้นตอนการเลือกตั้ง คณะผู้แทน ซึ่งประกอบด้วย คณะผู้บริหาร และสมาชิกสภาท้องถิ่น รวมถึงการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม และติดตามตรวจสอบการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

## 6. รูปแบบของการปกครองส่วนท้องถิ่นไทย

การปกครองท้องถิ่นนั้น เป็นที่เข้าใจว่าจะบังเกิดผลดีหรือประโยชน์อย่างแท้จริง ในการปกครองตนเองจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ร่วมกันพัฒนาท้องถิ่น โดยมีการวางแผนพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เมื่อเป็นเช่นนั้นการปกครองท้องถิ่นจะประสบผลสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ในการปกครองตนเองอย่างแท้จริง รูปแบบการปกครองท้องถิ่นนั้นๆ ก็จะต้องคำนึงถึงสภาพท้องถิ่นหรือสภาพชุมชนเป็นหลักเพื่อให้ท้องถิ่นนั้น ๆ พัฒนา มีนักวิชาการ ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

นครินทร์ เมฆไตรรัตน์ (2547 : 41) ได้กำหนดรูปแบบการปกครองท้องถิ่นของไทยไว้ดังนี้

1. รูปแบบทั่วไป ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เทศบาล และ องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ซึ่งพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจ ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ได้บัญญัติให้องค์การบริหารส่วน จังหวัด เป็นหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่ครอบคลุมเทศบาล และองค์การบริหาร ส่วนตำบลในแต่ละจังหวัด โดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดนี้มีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำ แผนพัฒนาจังหวัด ประสานงาน ให้ความร่วมมือและสนับสนุนหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่น ขนาดเล็ก ตลอดจนทั้งดำเนินการในกิจการที่หน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดเล็ก ไม่สามารถทำได้ เพราะกิจการดังกล่าว เป็นกิจการที่ครอบคลุมพื้นที่กว้าง เป็นกิจการที่ต้องการความเป็นเอกภาพ และเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจากความสามารถของหน่วยการปกครองท้องถิ่น ขนาดเล็กจะกระทำ ได้ ในส่วน



ของเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลซึ่งเป็นหน่วยการปกครองท้องถิ่นขนาดเล็ก ก็มีอำนาจหน้าที่ในการให้บริการสาธารณะต่าง ๆ ภายในเขตรับผิดชอบของตนเอง

2. รูปแบบพิเศษ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (กทม.) และเมืองพัทยาซึ่งตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ได้บัญญัติให้กรุงเทพมหานคร มีฐานะเป็นหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่มีอำนาจหน้าที่เทียบเท่ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดร่วมกับเทศบาล ในขณะที่เมืองพัทยามีฐานะเป็นหน่วยการปกครองท้องถิ่นขนาดเล็ก ที่มีพื้นที่อยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนจังหวัด อำนาจหน้าที่ของเมืองพัทยาจึงเทียบเท่ากับเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลส่วน โครงสร้างการจัดชั้นภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไทย ได้มีความพยายามที่จะจัดชั้นให้เป็นระบบ 2 ชั้น (Two Tier) กล่าวคือ การทำให้องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดับบน (Upper tier) จัดทำภารกิจในโครงการขนาดใหญ่ครอบคลุมทั้งจังหวัด และภารกิจที่ระดับล่างทำไม่ได้ กับหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดเล็กในระดับล่าง (Lower tier) ได้แก่ เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จัดทำภารกิจให้บริการสาธารณะภายในพื้นที่ของตนเอง

สรุปว่า การปกครองท้องถิ่น เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้น โดยกฎหมาย จากส่วนกลาง เป็นนิติบุคคลมีอาณาเขตที่แน่นอน มีอิสระในการบริหารงาน โดยอยู่ในการกำกับดูแลจากรัฐ โดยมี 2 รูปแบบ คือ รูปแบบทั่วไป ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และรูปแบบพิเศษ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (กทม.) และเมืองพัทยา โดยทั้ง 2 รูปแบบนี้มีอำนาจหน้าที่คือ การให้บริการสาธารณะต่าง ๆ ภายในเขตรับผิดชอบของตนเอง

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

### 1. ความหมายทัศนคติ

ความหมายของทัศนคตินั้นมีผู้ได้ให้ความหมายไว้มากมายซึ่งแตกต่างกันไปดังนี้ ทัศนคติ (Attitude) เป็นความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์ และอื่น ๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกที่บ่งถึงสภาพของจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคตินี้ผู้ให้ความหมายหลายประการที่แตกกันออกไป ตามความเชื่อของแต่ละบุคคล ดังเช่น

ทัศนวรรณ ฉายวิชิต (2546 : 13) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ การ โน้มเอียงที่บุคคลเรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมสอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดย

ทัศนคติของแต่ละบุคคลจะสะท้อนมุมมองที่เขามีต่อสภาพแวดล้อมขณะเดียวกันกับทัศนคตินี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล

วิไลรัตน์ สุวรรณรินทร์ (2551 : 7) ให้ความหมายของทัศนคติ คือ สภาพความพร้อมของจิตใจที่แสดงความรู้สึกหรือความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่อสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องในลักษณะของพฤติกรรมตอบสนอง ในเชิงบวกหรือเชิงลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับพื้นฐานจากความเชื่อ หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับของแต่ละบุคคล และไม่ใช่ว่าสิ่งที่คิดตัวมาแต่กำเนิดแต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535 ; อ้างอิงใน มณฑกาญจน์ วิจิตรสกลธ. 2552 : 12) เจตคติ บางครั้งเรียกว่า ทัศนคติ ซึ่งมีความหมายสรุปได้ดังนี้

1. ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลังจากทีบุคคลได้รับประสบการณ์ในสิ่งนั้น ความรู้สึกนี้ แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

1.1 ความรู้สึกในทางบวก เป็นการแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วย ชอบและสนับสนุน

1.2 ความรู้สึกในทางลบ เป็นการแสดงออกในลักษณะไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบและไม่สนับสนุน

1.3 ความรู้สึกที่เป็นกลางคือ ไม่มีความรู้สึกใด ๆ

2. บุคคลแสดงความรู้สึกทางด้านพฤติกรรม ซึ่งแบ่งพฤติกรรมเป็น 2 ลักษณะคือ

2.1 พฤติกรรมภายนอกเป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้ มีการกล่าวถึงสนับสนุน ทำท่างหน้าตาบอกความพึงพอใจ

2.2 พฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ ชอบหรือไม่ชอบก็ไม่แสดงออกหรือความรู้สึกที่เป็นกลาง

วรูม (Vroom. 1990 : 99 ; อ้างอิงใน วิไลรัตน์ สุวรรณรินทร์. 2551 : 7) ได้กล่าวถึงทัศนคติ และความพึงพอใจ ว่าสามารถที่จะให้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้เป็นเรื่องของผลที่เกิดขึ้นกับบุคคล เนื่องจากงานที่เขาทำอยู่โดยทัศนคติที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจตามลำดับ

เธอร์สโตน (Thurstone. 1967 : 376 ; อ้างอิงใน วิไลรัตน์ สุวรรณรินทร์. 2551 : 7) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า “ทัศนคติเป็นผลรวมของมนุษย์ เกี่ยวกับ ความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางการพูดเป็นความคิดเห็น (Opinion) และความ

คิดเห็นนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้น ถ้าเราอยากจะวัดทัศนคติ เราก็สามารถทำได้โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง”

จอห์น ซีโมเวนและไมเนอร์ (John C. Mowen ;& Minor n.d. 1998 ; อ้างอิงใน มณฑกกาญจน์ วิจิตรสถลธ. 2552 : 12-13) ได้ให้คำนิยามของทัศนคติไว้ว่าเป็น “แกนกลางของความรู้สึกชอบ และไม่ชอบของบุคคล กลุ่มสถานการณ์ สิ่งของและความคิดเห็นที่เรามองไม่เห็น” จากคำนิยามนี้ จะเห็นได้ว่าทัศนคติในความนึกคิดของคนไทยคือ “ใจ” นั่นเอง เพราะความรู้สึกดังกล่าวแสดงแนวโน้มที่จะก่อปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ตรีหื้อเพราะผู้บริโภครู้จักเคยเรียนรู้อย่างนั้น นอกจากนั้นเรารู้ได้ว่าทัศนคติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอันเกิดจากตัวบุคคลและมีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ของตรีหื้อ ข้อเท็จจริงเพิ่มเติมก็คือทัศนคตินั้นยากต่อการเปลี่ยนแปลงและไม่อาจทำนายพฤติกรรมได้ถูกต้องเสมอไป ยิ่งกว่านั้น ถ้าผู้บริโภครู้ทัศนคติในทางลบด้วยแล้ว ก็ยากที่นักการตลาดจะทำการเปลี่ยนแปลงได้โดยง่าย การมีทัศนคติต่อบริษัทหรือสินค้าจะมีทัศนคติในทางลบด้วยแล้วก็ยากที่นักการตลาดจะทำการเปลี่ยนแปลงได้โดยง่าย การมีทัศนคติต่อบริษัทหรือสินค้าจะมีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของกลยุทธ์การตลาดของบริษัทเป็นอย่างมากทีเดียว

อัลพอร์ต (Allort ; 1996 อ้างอิงใน มณฑกกาญจน์ วิจิตรสถลธ. 2552 : 13) กล่าวว่า เจตคติ บางครั้งเรียกว่า ทัศนคติ มีความหมายตามคำอธิบายของนักจิตวิทยาได้ให้คำนิยามของเจตคติไว้ว่า เป็นสภาวะของความพร้อมทางจิตใจ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้เป็นแรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อบุคคลสิ่งของ และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง ทัศนคติจึงก่อรูปได้ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมในสังคม
2. การสร้างความรู้สึกรู้จักจากประสบการณ์ของตนเอง
3. ประสบการณ์ที่ได้รับจากเดิมมีทั้งบวก และลบ จะส่งผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใหม่

ที่คล้ายคลึงกัน

4. การเลียนแบบต่อบุคคลที่ตนเองให้ความสำคัญ และรับเอาทัศนคตินั้นมาเป็น

ของคน

เบลกิน และสกายเดล (Belkin and Skydell. 1979 ; อ้างอิงใน มณฑกกาญจน์ วิจิตรสถลธ. 2552 : 13) ได้ให้ความสำคัญของทัศนคติไว้ว่า เป็นแนวโน้มที่บุคคลจะตอบสนอง ในทางที่พอใจไม่พอใจต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ทัศนคติจึงมีความหมายสรุปได้ดังนี้

1. ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลังจากที่บุคคลได้มีประสบการณ์ในสิ่งนั้น ความรู้สึกนี้จึงแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 ความรู้สึกในทางบวก เป็นการแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วย ชอบและสนับสนุน

1.2 ความรู้สึกในทางลบ เป็นการแสดงออกในลักษณะไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบและไม่สนับสนุน

1.3 ความรู้สึกที่เป็นกลางคือ ไม่มีความรู้สึกใด ๆ

2. บุคคลแสดงความรู้สึกทางด้านพฤติกรรม ซึ่งแบ่งพฤติกรรมเป็น 2 ลักษณะคือ

2.1 พฤติกรรมภายนอกเป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้ มีการกล่าวถึงสนับสนุน ทำทางหน้าตาบอกความพึงพอใจ

2.2 พฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ ชอบหรือไม่ชอบก็ไม่แสดงออกหรือความรู้สึกที่เป็นกลาง

สรุปว่า ทักษณคดีเป็นเรื่องของความรู้สึก ซึ่งแสดงออกทางการกระทำซึ่งจะแสดงออกทางพฤติกรรมที่เราสามารถมองเป็นได้และไม่แสดงออก ทักษณคดีเกิดจากการเรียนรู้จาก สังคม ครอบครัว วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา

## 2. คุณลักษณะของทัศนคติ

ทัศนคติของบุคคล ไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ แต่ทัศนคติไม่ว่าทางบวกหรือทางลบจะเกิดขึ้นเมื่อมีสาเหตุปัจจัยที่ทำให้ทัศนคติเกิดขึ้น ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลทัศนคติดังนี้ (ทศวรรษ ฉายวิชิต. 2546 : 13-14)

1. ประสบการณ์ในอดีต ทัศนคติอาจเกิดจากประสบการณ์ตรงจากการเคยใช้ หรือทดลองผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ของผู้บริโภคนแต่ละรายที่มีต่อสินค้าหรือบริการ เช่น ผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ดีต่อภัตตาคารแห่งหนึ่งก็จะกลับมาใช้บริการอีกเสมอ หรือผู้บริโภคใช้สินค้าแล้วไม่ชอบก็จะมีทัศนคติในทางลบต่อสินค้านั้นๆ หรือสินค้านั้น เช่น คนที่ไม่ชอบสบู่เหลวเพราะตัวลื่น ก็จะมีทัศนคติต่อสบู่เหลวทุกยี่ห้อว่าเป็นแบบนี้ เป็นต้น

2. อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน ทัศนคติดังกล่าวจะได้รับอิทธิพลจากภายนอก จากครอบครัว เพื่อน โดยจะให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภค ทำให้สามารถสร้างทัศนคติได้

3. การตลาดทางตรง การใช้จดหมายตรง โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคและก่อให้เกิดทัศนคติได้

4. การเปิดรับต่อสื่อมวลชน ขนาดของข่าวสาร แหล่งข้อมูลที่เข้ามาถึงผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้ บางครั้งเราต้องคำนึงถึงลักษณะของข่าวสารด้วยทั้งด้านขนาด เพราะการให้ข้อมูลมากเกินไป อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความเบื่อหน่าย จำไม่ได้และปิด

การรับข่าวสาร รวมถึงแหล่งข่าวที่มาของข้อมูลถ้ามาจากแหล่งเชื่อถือได้ ก็จะก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อข้อมูลและสินค้าที่อ้างอิงถึงข้อมูลนั้น

คำว่า Attitude ภาษาไทยมีคำหลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ทำที่ความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีทำที่ความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีทำที่ความรู้สึกในเชิงลบเราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ ทัศนคติจึงมีลักษณะ

1. ทัศนคติเชิงบวก (Positive attitude) ทำให้เกิด การปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act positively)

2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative attitude) ทำให้เกิด การปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act negatively)

มณฑกกาญจน์ วิจิตรสกลธ (2552 : 14-15) กล่าวว่า ทัศนคติ มีคุณลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์ สิ่งเร้าต่าง ๆ รอบตัว บุคคล การอบรมเลี้ยงดู การเรียนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดเจตคติ แม้ว่าจะมีประสบการณ์ที่เหมือนกันก็เป็นทัศนคติที่แตกต่างกันได้ ด้วยสาเหตุหลายประการเช่น สติปัญญา อายุ เป็นต้น

2. ทัศนคติที่การเตรียม หรือความพร้อมในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า เป็นการเตรียม ความพร้อมภายในของจิตใจมากกว่าภายนอกที่สังเกตได้ สภาวะความพร้อมที่ตอบสนอง มีลักษณะที่ซับซ้อนของบุคคลชอบหรือไม่ชอบ ยอมรับหรือไม่ยอมรับเกี่ยวกับอารมณ์ด้วย

3. ทัศนคติทิศทางของการประเมิน ทิศทางของการประเมินคือ ลักษณะความรู้สึกหรือ อารมณ์ที่เกิดขึ้น ถ้าเป็นความรู้สึกหรือประเมินว่าชอบ พอใจ เห็นด้วยก็คือเป็นทิศทางในทางที่ดี เรียกว่าเป็นทิศทางในทางบวกและถ้าประเมินออกมาในทางไม่ดี เช่น ไม่ชอบ ไม่พอใจก็มีทิศทาง ในทางลบ ทัศนคติทางลบไม่ได้หมายความว่าไม่ควรมีทัศนคตินั้น แต่เป็นเพียงความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

4. ทัศนคติมีความเข้ม คือมีปริมาณมากน้อยของความรู้สึก ถ้าชอบมาก หรือไม่เห็นด้วย อย่างมากก็แสดงว่ามีความเข้าใจสูงมาก ถ้ามาชอบเลยหรือเกลียดที่สุดก็แสดงความเข้าใจสูง ไปอีก ทางหนึ่ง

5. ทัศนคติมีความคงทน ทัศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลยึดมั่นถือมั่น และมีส่วนในการกำหนด พฤติกรรมของคนนั้น การยึดมั่นในทัศนคติต่อสิ่งใด ทำให้การเปลี่ยนแปลงเจตคติขึ้นได้มาก

6. ทักษะคดีมีทั้งพฤติกรรมภายในและพฤติกรรมภายนอก พฤติกรรมภายในเป็นสภาวะทางจิตใจ ซึ่งหากได้มาแสดงออกก็สามารถรู้ได้ว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติอย่างไรในเรื่องนั้น ทัศนคติที่เป็นพฤติกรรมภายนอกแสดงออกเนื่องจากถูกกระตุ้น และการกระตุ้นยังมีสาเหตุอื่น ๆ ร่วมอยู่ด้วย

7. ทักษะคดีต้องมีสิ่งเร้าจึงมีการตอบสนองขึ้น ไม่จำเป็นว่าทัศนคติที่แสดง ออกจากพฤติกรรมภายใน และพฤติกรรมภายนอกจะตรงกัน เพราะก่อนแสดงออกนั้น ก็จะปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพของสังคมแล้วจึงแสดงออกเป็นพฤติกรรมภายนอก

อัลพอร์ต (Allport. 1953 : 271-272) กล่าวว่า คุณลักษณะของทัศนคติ มีดังนี้

1. เป็นภาวะจิตใจและประสาทซึ่งแสดงออกให้เห็นทางพฤติกรรม เช่น โกรธเกลียด รัก เป็นต้น
  2. เป็นความพร้อมที่จะตอบสนองเมื่อมีทัศนคติที่ดีหรือ ไม่ดีต่อสิ่งใด ก็พร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้นตามลักษณะของทัศนคติที่เกิดขึ้น
  3. เกิดขึ้นเป็นระบบโดยจัดระบบไว้ในตนเอง เมื่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดแล้วจะเกิดต่อเนื่องและติดตามมาด้วยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น พอใจก็ยิ้ม โกรธก็หน้าบึ้ง เป็นต้น
  4. เกิดจากประสบการณ์ ประสบการณ์ของแต่ละบุคคลมีส่วนในการสร้างทัศนคติ
  5. เป็นพลังสำคัญที่อิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกหมายถึงการแสดงออกของพฤติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับทัศนคติเป็นสำคัญ
- ดังนั้น จึงสามารถสังเกตและวัดทัศนคติของบุคคลที่มีต่อบุคคล สถาบันและสถานการณ์ได้จากพฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงออก เช่น ความพึงพอใจ เห็นด้วย สนับสนุน ปฏิบัติด้วยความเต็มใจหรือไม่พอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ยินดี ไม่ร่วมมือและหรือไม่เป็นไปทั้งสองอย่าง
- สรุปว่า ทัศนคติมิได้ติดตัวมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้ของบุคคล ทัศนคติจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงนี้ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ทำความเข้าใจและประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับเพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงจะเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับความเข้มข้นของทัศนคติและประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับมาด้วย
- ### 3. การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลง ได้ยาก แต่ไม่ได้หมายความว่า ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งการที่นักการตลาดต้องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภค นั้นมีเพียงไม่กี่กรณี ได้แก่ (ทัศนวรรณ นายวิจิต. 2547 : 14)

1. มีทัศนคติที่ไม่ดีกับบริษัทหรือสินค้าของบริษัท
2. มีทัศนคติที่ดีกับบริษัทคู่แข่งและสินค้าของคู่แข่ง
3. มีทัศนคติที่ไม่ดีกับสินค้าประเภทนี้ทั้งหมด เช่น ภาพลักษณ์ของสินค้า ระบุ

กาย ที่เดิมเคยมีสินค้าที่เน้นถึงคุณสมบัติในสโลแกนว่า “ปราบเต่า” ทำให้ตลาดของสินค้าประเภทนี้ค่อนข้างแคบ และหลาย ๆ คนอาจจะไม่กล้าซื้ออย่างเปิดเผย เพราะเป็นการประจานตนเองว่ามีกลิ่นตัว ซึ่งต่อมาได้มีการปรับภาพลักษณ์ของสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อความมั่นใจ ทำให้ตลาดขยายกว้างขึ้น จนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

ทัศนคติบางอย่างเปลี่ยนแปลงได้ วิธีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ มี 3 ประการ ดังนี้ (วัลลวี สีสพันธุ์. 2550 : 14-15)

1. การชักชวน (Persuasion) บุคคลสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติใหม่หลังจากได้รับคำแนะนำ บอกเล่า หรือได้รับความรู้เพิ่มพูนขึ้น
2. การเปลี่ยนกลุ่ม (Group change) กลุ่มมีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติของบุคคลมากดังนั้น ถ้าต้องการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคล อาจลองเปลี่ยนกลุ่มสมาชิก จะช่วยได้
3. การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) เป็นการชักชวนให้บุคคลหันมาสนใจหรือรับรู้โดยการสร้างสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ

ทฤษฎีที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ สรุปได้ดังนี้ (ไวโลว์ตัน สุวรรณรินทร์. 2551 : 12-13)

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ โดยการสร้างเงื่อนไขในการเสริมพลัง (Comditioning and reinforcement theory) ในการสร้างทัศนคติ ความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เกิดขึ้นโดยการผ่านกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ กระบวนการเสริมสร้างพลังและกระบวนการเลียนแบบ เมื่อสิ่งเร้าตั้งแต่สองสิ่งขึ้นไปปรากฏขึ้นในเวลาเดียวกัน ณ สถานที่แห่งเดียวกันบ่อยๆ การเรียนรู้จะปรากฏขึ้นได้ เมื่อมีการเสริมพลังการสร้างและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดการเรียนรู้ นอกจากการสร้างความสัมพันธ์การเสริมพลังแล้ว ทัศนคติสามารถเรียนรู้โดยผ่านกระบวนการเลียนแบบ บุคคลมักเลียนแบบพ่อแม่ ครู หรือจากผู้นำในสังคมเป็นต้น การสร้างทัศนคติและการเปลี่ยนทัศนคติไปจากเดิม จึงสามารถเกิดขึ้นได้ โดยอาศัยขบวนการสร้างความสัมพันธ์ การเสริมพลังและการเลียนแบบ ซึ่งทั้งหมดนี้ได้นั้นให้ชัดเจนว่าทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งล่อใจและความขัดแย้งในใจ (Incentive and conflict Theory) ทฤษฎีจะมองการสร้างและเปลี่ยนทัศนคติในแง่ดี บุคคลเกิดขัดแย้งขึ้นในจิตใจ บุคคลจะมี

ทัศนคติทางบวกต่อสิ่งใดขึ้นอยู่กับว่าสิ่งนั้นจะเกิดประโยชน์ต่อใจมากน้อยเพียงไรด้วย เช่น บุคคลทราบว่าการทุจริตต่อหน้าทีนั้น เป็นเรื่องไม่ดี ไม่ถูกต้อง จึงเกิดทัศนคติในทางลบต่อการทุจริต แต่เมื่อทุจริตแล้วทำให้มีเงินทองใช้จ่ายอย่างสุขสบาย คนในครอบครัวไม่ลำบากจึงทำให้บุคคลดังกล่าว มีทัศนคติทางบวกต่อการทุจริต จากตัวอย่างนี้จะเห็นได้ว่าบุคคลจะเกิดความขัดแย้งในใจขึ้น จะมีทัศนคติทางลบในขั้นแรก แต่ต่อมาเมื่อได้ผลตอบแทนทัศนคติ จะเปลี่ยนไปเป็นทางบวกได้ ทฤษฎีนี้คล้ายกับทฤษฎีการเรียนรู้ซึ่งมีการสร้างความสัมพันธ์ มีเรื่องของการเสริมพลังเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งที่แตกต่างไปอย่างเห็นได้ชัด คือ ทฤษฎีนี้จะอธิบายถึงการเปลี่ยนทัศนคติ โดยเน้นที่ผลประโยชน์ หรือส่วน ได้เสียที่บุคคลได้รับในการมีทัศนคติต่อเรื่องหนึ่ง

### 3. ทฤษฎีเกี่ยวกับความสอดคล้องในการรับรู้ (Cognitive consistency theory)

ทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนรากฐานที่ว่าเมื่อข้อมูลที่บุคคลรับรู้ ไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเดิมที่บุคคลรับรู้ไว้แล้ว บุคคลจะเกิดภาวะไม่สบายใจ ภาวะไม่สบายใจนี้จะถูกชักจูงให้บุคคลมีพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือมีการเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจเสียใหม่ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกันในการรับรู้

แม็คไกว (Mcquire : 2005 ; อ้างอิงใน วิไลรัตน์ สุวรรณรินทร์. 2551 : 13) วิเคราะห์กระบวนการเปลี่ยนทัศนคติไว้ 5 ขั้นตอนตามลำดับดังนี้

1. การเอาใจใส่ บุคคลต้องยอมให้ความสนใจ เอาใจใส่ รับรู้การชักจูง
2. ความเข้าใจ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลรับฟังข่าวสาร
3. การยอมรับ โดยการยอมตามหรือการเลียนแบบเทียบเคียง หรือการแยก  
รับเข้าไปภายในตน บุคคลอาจยอมรับ เพราะได้ผลประโยชน์หรือความพอใจที่จะเลียนแบบได้
4. ความจำ การเปลี่ยนทัศนคติเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับบุคคลว่าจะจำเรื่องราว  
เกี่ยวกับทัศนคตินั้นๆ นานเท่าใด ถ้าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อบุคคล ตัวบุคคลจะจำนาน
5. การกระทำ เป็นกระบวนการสุดท้าย ของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือการ  
แสดงพฤติกรรมเพื่อแสดงถึงการมีทัศนคตินั้น ๆ

กระบวนการพัฒนาทัศนคติ แม็กกูรี (Mg. Guire) ได้กล่าวไว้ว่ามี 5 ขั้นตอนดังนี้ (วัลวลี ศีลพันธุ์. 2550 : 15.)

1. การใส่ใจ (Attention) เป็นความสนใจ ความเอาใจใส่ในการรับฟัง ถ้าบุคคลไม่ให้ความสนใจที่จะฟังแล้ว กระบวนการขั้นต่อไปก็จะไม่เกิดขึ้น และจะไม่มีเปลี่ยนแปลงทัศนคติ สาเหตุที่จะทำให้นักสนใจฟังก็ได้แก่ ผู้สื่อความและเนื้อหาสาระนั้น ๆ
2. ความเข้าใจ (Comprehension) เป็นความเข้าใจในความหมายของสาระนั้น ความยากหรือง่ายเกินไป จะทำให้ผู้ฟังไม่สนใจ และไม่เข้าใจ
3. การยอมรับ (Acceptance) เป็นผลจากข้อ 1 และข้อ 2 หากบุคคลตั้งใจฟัง



เกิดความเข้าใจแจ่มแจ้ง ก็จะทำให้เกิดการยอมรับ แต่ถ้าไม่ได้สนใจฟัง ไม่มีความเข้าใจก็จะเลิกไม่เกิดการยอมรับ

4. การกักเก็บไว้ (Retention) เป็นความคงทน หรือเป็นการจำ อาจจะถูกเก็บไว้ระยะหนึ่งเมื่อเวลาผ่านไปอาจเปลี่ยนไป หรืออาจจะยังคงอยู่

5. การกระทำ (Action) บุคคลเมื่อเปลี่ยนทัศนคติก็จะเปลี่ยนด้านการกระทำด้วย ซึ่งจะมีผลต่อส่วนรวมและสังคม ถ้าเปลี่ยนความเชื่อแล้ว แต่ไม่ได้ลงมือกระทำก็จะไม่มีผลกระทบต่อใคร

สรุปว่า วิธีเปลี่ยนทัศนคติของบุคคล คือ การเปลี่ยนส่วนประกอบด้านความรู้ความเข้าใจการเปลี่ยน โดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ และการเปลี่ยนโดยใช้อิทธิพลของกลุ่ม และกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต้องมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ การใส่ใจ ความเข้าใจ การยอมรับ การกักเก็บไว้ และการกระทำ ที่มีความต่อเนื่องกัน

#### 4. การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

ทัศนคติเป็นสิ่งที่จากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of attitude) ต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย แหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติที่สำคัญ มีดังนี้ (มณฑกกาญจน์ วิจิตรสกุล. 2552 : 17)

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดี หรือ ไม่ดี จะทำให้บุคคลนี้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ (Communication from other) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่น ได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ โดยขั้นแรกเมื่อมีเหตุการณ์บางอย่างเกิดขึ้น บุคคลจะสังเกตว่าคนอื่น ๆ ปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลเหล่านั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปของทัศนคติ

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสถาบันเหล่านั้นจะเป็นแหล่งที่มีและสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

#### 5. ประเภทของทัศนคติ

วอลเตอร์ส (Walter. 1987 ; อ้างอิงใน มณฑกกาญจน์ วิจิตรสกุล. 2552 : 17) ได้แบ่งประเภททัศนคติไว้ 5 ประเภท ได้แก่

1. ความเชื่อ (Beliefs) คือ ความโอนเอียงที่ทำให้ต้องยอมรับ เพราะเป็นข้อเท็จจริง

และเป็นสิ่งที่มี การสนับสนุน โดยความเป็นจริงหรือข้อมูลอื่น ๆ ที่มีน้ำหนักมาก ส่วนใหญ่ ความเชื่อจะเป็นสิ่งที่มีเหตุผลที่ถาวรแต่อาจจะมีหรือไม่มี ความสำคัญก็ได้

2. ความคิดเห็น (Opinions) คือความ โน้มเอียงที่ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความ แน่นอน ความคิดเห็น มักจะเกี่ยวข้องกับคำถามในปัจจุบันและง่ายที่จะเปลี่ยนแปลง

3. ความรู้สึก (Feelings) คือความ โน้มเอียงซึ่งมีพื้นฐานมาจากอารมณ์โดยธรรมชาติ

4. ความ โอนเอียง (Inclination) คือรูปแบบบางส่วนของทัศนคติเมื่อผู้บริ โภคอยู่ใน ภาวะที่ตัดสินใจไม่ได้

5. ความมีอคติ (Bias) คือความเชื่อทางจิตใจที่ทำให้เกิดอคติหรือความเสียหายใน ทางตรงข้ามกับข้อเท็จจริงที่มีอยู่

## 6. ความสัมพันธ์ของทัศนคติและพฤติกรรม

พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับทัศนคติของบุคคลคนนั้น โดยทั่วไป ผู้บริโภคปฏิบัติกริยาต่าง ๆ ตามความ โน้มเอียงของเขา ทัศนคติเหล่านี้ได้ให้แนวทางแก่การ ตัดสินใจประเภทต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องการทำและดำเนินวิธีการตามประเภทของการตัดสินใจนี้ ผู้บริโภคซึ่งมีทัศนคติของความตระหนี่ยอมจะใช้จ่ายน้อยและประหยัด ผู้บริโภคจะชอบพ้อคำที่ เสนอสิ่งจูงใจให้ซื้อที่สอดคล้องกับทัศนคติหลักส่วนตัวของเขาแม้ความจริงจะไม่ปรากฏเช่นนั้นก็ ตาม ทั้งนี้มิได้หมายความว่าทัศนคติเป็นเครื่องชี้พฤติกรรมของผู้บริโภค โดยไม่ผิดเลยบางโอกาส ผู้บริโภคอาจตัดสินใจซื้อ โดยขัดกับทัศนคติที่เคยมีมาก็ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีสิ่งจูงใจที่จะ ก่อให้เกิดความแตกต่างดังกล่าว เช่น ราคา พนักงานขาย ความมีสินค้ามาก ความต้องการลอง ของใหม่ เป็นต้น

### 6.1 พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ

มีขั้นตอนดังนี้ (มณฑกกาญจน์ วิจิตรสถลธ์. 2552 : 17-19)

6.1.1 K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้เช่น ทราบใหม่ว่าสินค้าตัวนี้ขายที่ใด ภาพยนตร์เรื่องนี้ขายที่ใด เมื่อเราทราบแล้ว ขั้นตอนต่อไปของพฤติกรรมคือ

6.1.2 A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิด ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ทราบแล้วชอบหรือไม่ ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่การกระทำ (Practice)

6.1.3 P = Practice เป็นการเกิดการกระทำหลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้ว ก็จะเกิดการกระทำผู้บริโภคจะประเมินทัศนคติโดยการถามคำถามหรือการลงความเห็นจาก พฤติกรรมกระบวนกรของผู้บริโภคมีทัศนคติด้านบวกต่อผลิตภัณฑ์นั้น สิ่งนี้แสดงข้อเสนอว่า

ความเป็นสากลทั้งหมดของพฤติกรรมผู้บริโภคจะสอดคล้องกับการซื้อ การเสนอแนะกับบุคคลอื่น การจัดลำดับการประเมินผลความเชื่อถือและความตั้งใจที่สัมพันธ์กับทัศนคติ

## 6.2 ลักษณะทัศนคติดังนี้

6.2.1 ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลางหรือผู้ค้าปลีก

6.2.2 ทัศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitude are a learned predisposition) มีการตกลงกันว่า ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน เช่น การโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญที่จะระลึกว่าในขณะที่มีทัศนคติอาจเกิดจากพฤติกรรม สิ่งนี้มีความหมายไม่ตรงกับคำว่าพฤติกรรม แต่จะสะท้อนถึงการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของทัศนคติ ซึ่งอาจจะเป็นการชักจูงผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างหรือขับไล่ผู้บริโภคจากพฤติกรรมเฉพาะอย่าง

6.2.3 ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitude have consistency) ลักษณะของทัศนคติก็คือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะแสดงถึงความหมายของคำว่า ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยทั่วไปเราคาดหวังว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะตอบสนองต่อทัศนคติ ตัวอย่าง ผู้บริโภคมองรถยนต์เยอรมันว่าเป็นรถที่มีความหรูหรา ภาพลักษณ์สูง มองรถยนต์ญี่ปุ่นว่ามีคุณภาพดี ดังนั้นถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่หรูหรา ภาพลักษณ์สูงก็จะเลือกจะเลือกรถยนต์เยอรมัน ถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่มีคุณภาพดี ราคาต่ำก็จะซื้อรถยนต์ญี่ปุ่น

6.2.4 ทัศนคติเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a situation) ทัศนคติเกิดขึ้นภายในเหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมสถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้ แต่ละบุคคลจะมีทัศนคติต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่แตกต่างกันขึ้นกับสถานการณ์เฉพาะอย่างด้วย สิ่งสำคัญที่จะทำความเข้าใจถึงวิธีการที่ทัศนคติของผู้บริโภคแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งมีประโยชน์ที่จะรู้ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค

## 7. องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้าง เกิดทัศนคติ

### 7.1 องค์ประกอบที่ก่อให้เกิดทัศนคติ

การที่จะกำหนดว่า ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลนั้น ๆ เป็นทัศนคติ หรือไม่ จึงต้องพิจารณาองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดทัศนคติ สำคัญ 3 ประการ ดังนี้ (วิไลรัตน์ สุวรรณรินทร์. 2551 : 8)

7.1.1 องค์ประกอบทางด้านความคิด (Cognitive component) เป็นองค์ประกอบที่ประกอบด้วย ความเชื่อ (Bailey) เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ อาจจะเป็น ได้ทั้งในเชิงบวกหรือเชิงลบ

7.1.2 องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective component) เป็นองค์ประกอบที่แสดงถึงความรู้สึกเกี่ยวกับความเชื่อในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นองค์ประกอบที่แสดงออกด้านการตอบสนองและคำพูดที่แสดงออกถึงความรู้สึก ทำให้มีความรู้สึกที่ดี หรือไม่ดีต่อสิ่งนั้น ๆ ได้

7.1.3 องค์ประกอบทางด้านปฏิบัติ (Behavioral component) หรือการกระทำของบุคคล ซึ่งเป็นความพร้อมที่จะปฏิบัติสนองตอบต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยตรง ที่มีผลมาจากความรู้สึกหรือความคิด

### 7.2 องค์ประกอบที่มีต่ออิทธิพลต่อการสร้าง หรือการเกิดทัศนคติ

มี 5 ประการดังต่อไปนี้ (มณฑกาญจน์ วิจิตรสถลธ. 2552 : 19)

7.2.1 วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมอิทธิพลต่อชีวิตของบุคคลทุกคนตั้งแต่เกิดจนตาย วัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ มักจะแตกต่างกัน ไปเริ่มจากครอบครัว โรงเรียน สถาบันต่าง ๆ ในสังคมตลอดจนถึงมวลชน ต่างมีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติทั้งสิ้น

7.2.2 ครอบครัว (Family) ครอบครัวเป็นแหล่งแรกที่อบรมให้เรียนรู้ จึงมีอิทธิพลมากที่สุดในการสร้างทัศนคติ

7.2.3 กลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มสังคม (Social Group) เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ดังนั้นกลุ่มเพื่อนจึงมีอิทธิพลอย่างมาก เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการยอมรับจากกลุ่มหรือต้องการเพื่อนนั่นเอง

7.2.4 บุคลิกภาพ (Personality) ลักษณะของบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลมาก เช่น พวกชอบออกสังคม พวกหนีสังคม พวกชอบเด่น หรือพวกอ่อนน้อม จะมีทัศนคติไม่เหมือนกัน

7.2.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing) จากการทำให้นักการตลาดหันมาใช้การตลาดทางตรงมากขึ้น ด้วยวิธีการติดต่อส่งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยตรง โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคขนาดเล็ก และนำเสนอผลิตภัณฑ์เฉพาะที่สามารถสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้เต็มที่ ซึ่งเรียกว่า นิชมาร์เก็ตติ้ง (Niche Marketing) ซึ่งอาจจะเป็นการเจาะกลุ่ม

ถูกค้า โดยยึดถือพฤติกรรมจิตวิทยา หรือหลักการทางภูมิศาสตร์ก็ตาม วิธีการตลาดเช่นนี้สามารถสร้างทัศนคติได้ดีกว่าการทำตลาดแบบมวลชน (Mass marketing)

## 8. บทบาทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภท คือ (มณฑกกาญจน์ วิจิตรสกุล. 2552 : 20)

8.1 ประเภทแรก คือ ทัศนคติเชิงบวก ทัศนคติ ที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก หรือมีความรู้สึกหรืออารมณ์จากการ ได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง ต่อหน่วยงาน องค์กร สิ้นค้าบริการ สถาบันและการดำเนินการขององค์กรฯ เช่น กลุ่มชาวเกษตรกรย่อมมีทัศนคติทางบวก หรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร และให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วยการเข้าเป็นสมาชิกและร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ

8.2 ประเภทที่สอง คือ ทัศนคติเชิงลบหรือทัศนคติที่ไม่ดี ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกไปในทางเสื่อมเสีย ไม่มีความเชื่อถือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใด ปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กรสถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่น ๆ เช่น พนักงาน เจ้าหน้าที่บางคน อาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดอคติขึ้นในจิตใจของเขาจนพยายามประทุษและปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เป็นประจำ

8.3 ประเภทที่สาม คือ ทัศนคติของบุคคลที่ไม่แสดงความคิดเห็น ในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กรและอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง นักศึกษาบางคนอาจมีทัศนคติหนึ่งเฉย ไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหาใดได้เพียงเรื่องกฎระเบียบว่าด้วยเครื่องแบบ นักศึกษาทัศนคติทั้งสามประเภทนี้ บุคคลจะมีเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมและอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของการกระทำหรือสถานการณ์เป็นต้น ซึ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกัน ก็จะเปลี่ยนเป็น “มติสาธารณชน” มาตราวัดทัศนคติ หมายถึง สเกลของข้อความจำนวนหนึ่งที่ใช้วัดความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ และเป็นความรู้สึกที่ค่อนข้างจะลึกซึ้ง ใช้วัดข้อมูลทางด้านจิตอารมณ์ (Affective domain)

## 9. การวัดทัศนคติ

วัดทัศนคติอาจทำได้หลาย ๆ วิธี เช่น การให้ผู้ที่ถูกวัดรายงานความรู้สึกของตนเองที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การวัดประเภทนี้มักใช้แบบสอบถาม ซึ่งเกี่ยวกับความเชื่อ ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้ถูกวัด การวัดทัศนคติอาจทำได้โดยทางอ้อม เช่น การใช้การทดสอบแบบ Projective หรืออีก

วิธีหนึ่งผู้วัดอาจใช้การสังเกตพฤติกรรมหรือการแสดงออกของผู้ที่ถูกวัด โดยตรงก็ได้ปกติแล้วการวัดทัศนคติของผู้บริโภค หรือของพนักงานในองค์การธุรกิจมักจะใช้แบบสอบถามที่ให้ผู้ถูกวัดตอบคำถามที่ได้จัดไว้แล้วตามความรู้สึกที่แท้จริงของตน ประเภทของแบบสอบถามที่ใช้กันมากได้แก่ มาตรการส่วนการวัดทัศนคติแบบ Thurstone, และแบบ Likert มาตรการจัดอันดับคุณภาพ Semantic differential.

กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ (2528 ; อ้างอิงใน มณฑกาณจน์ วิจิตรสกุลย์. 2552 : 21-22) กล่าวว่า การวัดทัศนคติ สามารถวัดได้หลายวิธี ดังนี้

1. การวัดโดยการประมาณความรู้สึกของตนเอง (Self-report Measures) เป็นวิธีวัดทัศนคติทางสังคมมีนักจิตวิทยาสร้างเครื่องมือขึ้นเพื่อวัดเป็นมาตรฐานประมาณความรู้สึก ซึ่งมีอยู่หลายสเกลที่เป็นที่ยอมรับมาก

1.1 สเกลของเทอร์สโตน (The thurstone scale) สร้างโดย หลุยส์ เทอร์สโตน (Louis thurstone) ในปี ค.ศ. 1928 มีทั้งหมด 11 ระดับความรู้สึก โดยระดับที่ 1-5 เป็นทัศนคติทางบวก และระดับที่ 6 เป็นความรู้สึกกลาง ๆ และระดับที่ 7-11 เป็นทัศนคติทางลบ

1.2 สเกลของลิเคอร์ท (The Likert Scale) สร้างโดย เรนซิส ลิเคอร์ท (Rensis Likert) ในปี ค.ศ. 1930 มีทั้งหมด 5 ระดับความรู้สึก ต่อไปนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นด้วย, ไม่แน่ใจ, ไม่เห็นด้วย, ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1.3 สเกลของโบการ์ดัส (The Bogardus Scale) สร้างโดย อีโมรี โบการ์ดัส (Emory Bogardus) ในปีค.ศ. 1957 เป็นสเกลที่วัดทัศนคติด้านสังคม โดยสร้างคำถาม 7 ข้อ แล้วให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเฉพาะข้อที่ตรงกับความรู้สึกเพียงข้อใดข้อหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งข้อขึ้นไป

1.4 สเกลที่ใช้ความหมายของคำที่แตกต่างกัน สร้างโดย ออสกู๊ด ซูซี และแทนแนนเบอร์ม (Osgood, succi and tannenbuam) ในปี ค.ศ. 1957 เป็นสเกลที่ใช้คำหรือวลีที่มีความหมายตรงกันข้ามเป็นคู่ ๆ มีสเกลที่ประมาณความรู้สึก 7 ระดับในแต่ละวลี และแบ่งการวัดทัศนคติเป็น 3 สเกลคือ

1.4.1 สเกลประเมินผล (Evaluative scale) เป็นการวัดด้านการประเมินความรู้สึก ได้แก่ ดี-เลว, ชอบ-ไม่ชอบ

1.4.2 สเกลที่แสดงถึงพลัง (Potency scale) เป็นการวัดความแข็งแรง ได้แก่ แข็ง-อ่อน, หนัก-เบา

1.4.3 สเกลที่แสดงถึง การแสดงออก หรือการเคลื่อนไหว (Active Scale) เป็นการแสดงเคลื่อนไหวโดยใช้คำศัพท์อธิบาย ได้แก่ ช้า-เร็ว

1.5 สเกลที่ใช้คำถามในทำนองการยอมรับหรือปฏิเสธ สร้างโดย แอลพอร์ต และฮาร์ดแมน (Allport and hardman) สเกลนี้จะให้ผู้ตอบแสดงทัศนคติตอบรับหรือปฏิเสธเท่านั้น ได้แก่ เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย, ชอบ-ไม่ชอบ

1.6 สเกลที่ใช้เครื่องหมายปลายปิด สร้างโดยแคมเบล และชูแมน (Cambel and schuman) สเกลเป็นรูปแบบที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบทัศนคติได้แสดงความรู้สึกที่แท้จริงตามธรรมชาติเป็นการแสดงทัศนคติที่อิสระ โดยที่ผู้ถามหรือผู้วิจัย ไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า

2. การสังเกตพฤติกรรมที่แสดง สร้างโดย ลา ปีแอร์ (La Pierres) ในปี ค.ศ. 1934 โดยการสร้างสถานการณ์ขึ้นระยะหนึ่งจนกระทั่งเกิดความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสถานการณ์นั้นแล้ว ผู้วัดทัศนคติต้องสังเกตพฤติกรรมที่เขาแสดงออกตั้งแต่แรกเริ่ม

3. การตีความหมายหรือแปลความหมายจากปฏิกิริยาที่บุคคลแสดงต่อสิ่งเร้าบางชนิด ซึ่งเทคนิคนี้มีหลายวิธี ได้แก่ การดูภาพแล้วเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นจากภาพ, การดูภาพหยดหมึก แล้วบอกว่าภาพที่เห็นคืออะไรพร้อมเหตุผลว่าทำไมจึงเห็นภาพเช่นนั้น และการทำนายพฤติกรรมที่อาจเกิดขึ้นของบุคคลหรือละคร เป็นต้น

การสร้างแบบสอบถามตามขั้นตอนของ ลิเคิร์ท ดังนี้ รัชนีพร ภูกร (2533 ; อ้างอิงใน วิไลรัตน์ สุวรรณรินทร์. 2551 : 11-12)

ขั้นตอนที่ 1 พิจารณาว่าจะวัดทัศนคติของใคร ที่มีต่ออะไร และให้ความหมายของทัศนคติของสิ่งที่จะวัดนั้นให้แน่นอน

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อตีความหมายของสิ่งที่จะวัดแน่นอนแล้ว ก็สร้างข้อความในแต่ละหัวข้อนั้น ๆ โดยให้คลุมเนื้อหาในแต่ละหัวข้อนั้น และขณะเดียวกันก็ให้พิจารณาว่าข้อความเหล่านั้น เป็นข้อความที่ตามเกี่ยวกับ ความรู้สึก หรือความเชื่อของผู้ตอบ โดยมีหลักดังนี้

1. ข้อความควรเขียนในแง่ความรู้สึก ความเชื่อ หรือความตั้งใจที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดไม่ใช่เป็นข้อเท็จจริง
2. ข้อความที่จะบรรจุลงในสเกล จะต้องประกอบด้วยข้อความที่สนับสนุนและต่อต้านคละกัน ไป

3. ข้อความแต่ละข้อจะต้องสั้น เข้าใจง่าย ชัดเจน

ขั้นตอนที่ 3 ใช้แบบทดสอบกับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะพื้นฐานคล้าย ๆ กันกลุ่มที่จะศึกษา จุดมุ่งหมายก็เพื่อเป็นการปรับปรุงข้อความ และคัดเลือกข้อความ โดยวิธีการวิเคราะห์ข้อความ (Item analysis) ในกรณีศึกษาวิจัย ผู้วิจัยสนใจที่จะใช้การวัดทัศนคติตามแบบของลิเคิร์ท

## 10. ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ

ทัศนคติมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าเป็นไปในทิศทางใดย่อมจะทำให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถวางแผนและดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งกับบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นได้อย่างถูกต้อง ภิรมย์ เจริญผล (2537 ; อ้างอิงใน มณฑกาญจน์ วิจิตรสกุล. 2552 : 22-23) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการวัดทัศนคติ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. วัดเพื่อทำนายพฤติกรรม ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมเป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี มากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งทัศนคติของบุคคลนี้เองจะเป็นเครื่องมือทำนายว่าบุคคลนั้นจะมีการกระทำต่อสิ่งนั้นไปในทำนองใด นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อบุคคลนั้นได้อย่างถูกต้อง และอาจเป็นแนวทางให้ผู้อื่นสามารถควบคุมพฤติกรรมของบุคคลนั้นได้ด้วย

2. วัดเพื่อหาทางป้องกัน การที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดนั้นเป็นสิทธิของแต่ละบุคคล แต่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข บุคคลในสังคมนั้นควรจะมีทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ คล้ายคลึงกันซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน และไม่เกิดความแตกแยกขึ้นในสังคม

3. วัดเพื่อหาทางแก้ไข การวัดทัศนคติจะทำให้ทราบว่า บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งไปในทิศทางใด ดีหรือไม่ดี เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ดังนั้น การรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหนึ่ง จะช่วยให้เราสามารถวางแผนและดำเนินการแก้ไขลักษณะที่ไม่เหมาะสมของบุคคลนั้นได้

4. วัดเพื่อให้เข้าใจสาเหตุและผล ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เปรียบเสมือนเป็นสาเหตุภายในที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปได้ต่าง ๆ กัน ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมหรือสาเหตุภายนอกด้วยส่วนหนึ่ง

วิภาศรี คงเกลี้ยง (อ้างอิงใน วิไลรัตน์ สุวรรณรินทร์. 2551 : 10) ได้กล่าวว่า ทัศนคติมีประโยชน์กับบุคคลทั่วไป สรุปได้ดังนี้

1. ช่วยทำให้เข้าใจสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว โดยการจัดรูปหรือจัดระบบสิ่งของต่าง ๆ ที่มีอยู่รอบตัวเรา

2. ช่วยให้มีเชื่อมั่นในตนเอง (Self-esteem) โดยช่วยให้บุคคลหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ดีหรือปกปิดความจริงบางอย่าง ซึ่งทำความไม่พอใจมาสู่ตัวเขา

3. ช่วยในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่สลับซับซ้อน ซึ่งการมีปฏิกริยาตอบโต้ หรือการทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดออกไปนั้น ส่วนมากจะทำในสิ่งที่นำความพอใจมาให้หรือเป็นบำเหน็จรางวัลจากสิ่งแวดล้อม



4. ช่วยให้คุณแสดงออกถึงค่านิยมของตนเอง ซึ่งแสดงว่าทัศนคตินั้น นำความพอใจมาสู่บุคคลนั้น

สรุปว่า ทัศนคติ เป็นสภาพความพร้อมของจิตใจที่แสดงความรู้สึกหรือความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในลักษณะพฤติกรรมตอบสนองในเชิงบวกหรือลบซึ่งขึ้นกับพื้นฐานจากความเชื่อ หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับของแต่ละบุคคล และไม่ใช่สิ่งที่คิดตัวมาแต่กำเนิดแต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ มีองค์ประกอบที่สำคัญและสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด 3 ประการ

1. ทัศนคติเกิดจากความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นเรื่องของความรู้สึกในตนเอง สิ่งเหล่านี้ได้กำหนดให้คุณแสดงออกมาในเชิงบวกหรือเชิงลบ ชอบหรือไม่ชอบ
2. ทัศนคติเป็นสิ่งที่ค่อนข้างจะมั่นคงหรือทนทาน แต่ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งถาวร ทัศนคติเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนได้
3. ทัศนคติเป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งการสร้างหรือเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ดังนั้นการสร้างหรือการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกในทางที่ดีให้แก่ประชาชนที่มาติดต่อกับองค์การบริหารส่วนตำบล โลกคอน ย่อมที่จะส่งผลต่อการเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบล โลกคอน

## แนวคิดเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี

### 1. ความหมายของภาษี

ภาษี หมายถึง สิ่งที่รัฐบาลบังคับจัดเก็บจากประชาชนและนำมาใช้เพื่อประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม โดยมีให้ได้ประโยชน์ตอบแทน โดยตรงต่อผู้เสียภาษีและถ้าเมื่อกล่าวถึงคำว่า “ภาษี” นั้นจากอดีตจนถึงปัจจุบันก็ได้มีนักเศรษฐศาสตร์หลาย ๆ ท่านที่พยายามกำหนดคำนิยามความหมายของคำว่าภาษีเพื่อให้สมบูรณ์แต่เนื่องจากภาษินั้นมีมากมายหลายประเภทด้วยกัน จึงลำบากเป็นอย่างยิ่งในการกำหนดคำนิยามของภาษีให้ครอบคลุมและใช้ได้แก่ภาษีทุกประเภท อย่างไรก็ตามนักเศรษฐศาสตร์โดยทั่วไปได้ให้คำนิยามคำว่า “ภาษี” แบ่งออกเป็น 2 แนวทาง

1.1 แนวทางของการบังคับการจัดเก็บ หมายถึง ภาษี คือ สิ่งที่รัฐบาลบังคับจัดเก็บจากประชาชนและนำมาใช้เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวม โดยมีได้มีสิ่งตอบแทน โดยตรงแก่ผู้เสียภาษี เช่น การป้องกันประเทศ การสวัสดิการสังคม เป็นต้น

1.2 แนวทางของการเคลื่อนย้ายทรัพยากรระหว่างเอกชนกับภาครัฐบาล หมายถึง ทรัพยากรที่เคลื่อนย้ายจากเอกชนไปสู่ภาครัฐบาล ยกเว้น การกู้ยืมและการขายสินค้าหรือบริการในราคาทุนของรัฐบาล เมื่อรัฐบาลเก็บภาษีไปใช้จ่ายในกิจการของรัฐทรัพยากรที่จะมีหรือไว้ใช้ใน

ภาคเอกชนย่อมจะต้องลดลง ซึ่งมีผลกระทบต่อการบิน การออมและการลงทุนของเอกชน ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้คำนิยามของคำว่า “ภาษีอากร” ไว้หลายประการ ดังนี้

ไพรัช ตระการศิรินันท์ (2548 : 12) ได้ให้ความหมาย “ภาษี” หมายถึง ภาษีอากรประเภทที่เก็บโดยตรง ส่วน “อากร” หมายถึง ภาษีอากรที่เก็บโดยทางอ้อม

## 2. ลักษณะของภาษี

ไพรัช ตระการศิรินันท์ (2548 : 39-41) ให้คำนิยามของภาษีอากรไว้ว่าภาษีอากร คือเงินหรือสิ่งของที่รัฐบาลบังคับเก็บจากประชาชนเพื่อนำไปใช้จ่ายในกิจการอันเป็นหน้าที่ของรัฐบาล ภาษีอากรมีลักษณะหลายประการดังนี้

2.1 เป็นเงินที่รัฐบาลมีอำนาจบังคับเก็บจากประชาชนในขอบเขตที่กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญ หรือกฎหมายของรัฐนั้นๆ การภาษีอากรมีหลักเกณฑ์กำหนดเกี่ยวกับผู้ที่มีหน้าที่ชำระภาษีแก่รัฐบาล ฐานภาษีอัตราภาษี การบริหารภาษี และอื่น ๆ โดยฝ่ายนิติบัญญัติ หรือรัฐสภาเป็นผู้กำหนดรัฐบาล และผู้บริหารภาษีจะกำหนดเรียกเก็บเงินจากประชาชนตามใจชอบไม่ได้ การเก็บภาษีอากรมีหลักสำคัญ คือ ต้องได้รับพิจารณาและอนุมัติโดยรัฐสภา “No Taxation Without Representation”

2.2 ประชาชน ผู้เสียภาษี หรือ ผู้มีหน้าที่จ่ายเงินภาษีอากร ให้แก่รัฐบาลตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎหมาย จะต้องจ่ายเงินตามระเบียบ วิธีการ และอัตราภาษีที่ได้กำหนดไว้ แม้ว่าจะเต็มใจจ่ายหรือไม่ก็ตาม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎหมายการภาษีอากร จะได้รับโทษตามกฎหมาย

2.3 การที่ประชาชนจ่ายเงินให้แก่รัฐบาลในรูปภาษีอากร ถือว่าเป็นการเสียสละรายได้ทรัพย์สินหรือการบริโภคส่วนหนึ่งให้แก่รัฐบาล การจ่ายเงินภาษีอากรนั้นไม่ถือว่าเป็นการลงโทษของรัฐบาลแก่ประชาชน เพราะประชาชนผู้เสียภาษีไม่มีความผิดต้องใช้นี้ให้ แต่ถือว่าเป็นการเสียสละประโยชน์ส่วนตัว เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ

2.4 รัฐบาลไม่มีพันธกรณีจะให้บริการตอบแทนโดยตรงแก่ผู้เสียภาษี รัฐบาลมีอำนาจที่จะพิจารณาจ่ายเงินจากผู้เสียภาษีอากรเพื่อกิจการใด จ่ายแก่ใครก็ได้เพราะรัฐบาลถือว่า ไม่มีข้อผูกพันโดยตรงกับผู้ชำระภาษี ภาษีอากรจึงมีลักษณะ Non Quid Pro Quo

2.5 การเรียกเก็บเงิน ภาษีอากร รัฐจะพิจารณาถึงความสามารถในการจ่ายเงินภาษีอากรจากรายได้ทรัพย์สิน และการบริโภค ส่วนทางด้านค่าใช้จ่ายเงินภาษีอากร รัฐบาลคำนึงถึงความจำเป็น จึงกล่าวได้ว่า “Tax According to Ability to pay. Expenditure According to Needs” ดังนั้นผู้ที่จ่ายภาษีอากรมากกว่าอาจจะได้รับบริการตอบแทนในอัตราส่วนที่น้อยกว่า

2.6 การเก็บภาษีอากรมุ่งที่จะแบ่งเงินส่วนหนึ่งจากทรัพย์สิน รายได้ การบริโภครเงิน ออมทรัพย์ และอื่น ๆ ซึ่งประชาชนมีไว้ในครอบครอง โดยการจ่ายเงินภาษีอากรนั้นรัฐบาลกำหนด ความรับผิดชอบในการเสียภาษีอากรให้กับบุคคลธรรมดา เป็นต้นว่ารัฐบาลเรียกเก็บภาษีอากร ทรัพย์สินผู้มีหน้าที่นำเงิน ไปชำระภาษีก็ได้แก่เจ้าของทรัพย์สินนั้น ๆ ซึ่งจะปฏิเสธความรับผิดชอบ ไม่ได้

2.7 อำนาจในการบังคับเก็บเงิน ภาษีอากร ของรัฐบาลจะออกกฎหมายบังคับกับ บุคคลในประเทศของตน หรือบุคคลที่ได้รับบริการภายในประเทศเท่านั้น จะไปเรียกเก็บจาก ประชาชนของประเทศอื่นที่ไม่มีส่วน ได้ส่วนเสียกับรัฐบาลนั้น ๆ ไม่ได้

2.8 รัฐบาลต้องนำเงินรายรับ จากภาษีอากรไปจ่ายในกิจการอันเป็นหน้าที่ของ รัฐบาลเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนส่วนรวม ภาษีอากรนั้นถือว่าเป็นเงินรายได้ของแผ่นดิน ไม่ใช่เงินของรัฐบาล หรือกลุ่มบุคคลหนึ่งบุคคลใดเฉพาะรัฐบาลจะนำไปใช้จ่ายของเพื่อประโยชน์ ส่วนตัวของบุคคลไม่ได้

สรุปว่า ภาษี หมายถึง สิ่งที่รัฐบาลเรียกเก็บจากประชาชนและนำมาใช้เพื่อประโยชน์ ของสังคมส่วนรวม โดยไม่มีการให้ประโยชน์ตอบแทนโดยตรงแก่ผู้เสียภาษี หรือ อีกแนวหนึ่ง ภาษี หมายถึง เงิน ได้หรือทรัพย์สินที่เคลื่อนย้ายจากภาคเอกชน ไปสู่ภาครัฐบาลแต่ไม่รวมถึงการกู้ เงินหรือขายสินค้า

### 3.วัตถุประสงค์ในการจัดเก็บภาษี

การจัดเก็บภาษีมักมีวัตถุประสงค์หลายประการ วัตถุประสงค์หลักคือ การหารายได้มาใช้ ใช้จ่ายในกิจการของรัฐ การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจต่าง ๆ วัตถุประสงค์ของการ จัดเก็บภาษีอากรมีดังนี้

3.1 เพื่อหารายได้มาใช้จ่ายในกิจการของรัฐ กิจการส่วนใหญ่เป็นกิจการเพื่อส่วนรวม เช่น ความมั่นคง ความปลอดภัย การศึกษา กิจการสาธารณูปโภคต่าง ๆ

3.2 เพื่อควบคุมหรือส่งเสริมพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ รัฐบาลสามารถใช้ระบบภาษี อากรควบคุมการบริโภค การผลิต หรือวิธีการดำเนินการ ทางธุรกิจบางชนิดมิให้เกิดผลเสียต่อ เศรษฐกิจส่วนรวมได้ เช่น ไม่ต้องการให้ประชาชนบริโภคสุรา บุหรี่ หรือสินค้าฟุ่มเฟือยต่าง ๆ ก็เก็บภาษีสินค้าเหล่านี้ในอัตราสูง ๆ หรือไม่เก็บภาษีอุปกรณ์การศึกษาต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้ ประชาชนได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง หรือเก็บภาษีสินค้าที่มีความจำเป็นในอัตราต่ำ เป็นต้น

3.3 เพื่อการกระจายรายได้และทรัพย์สินให้เป็นธรรม นอกจากรัฐบาลจะใช้มาตรการ ด้านรายจ่าย เช่นการอุดหนุน การ โอนเงินต่าง ๆ การสร้างงานในชนบท ฯลฯการจัดเก็บภาษีอากร

ยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการกระจายรายได้ด้วย เช่น ใช้วิธีอัตราภาษีก้าวหน้า ภาษีทรัพย์สิน ภาษีมรดก ภาษีสินค้าฟุ่มเฟือยในอัตราสูง ๆ เป็นต้น

3.4 เพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ การรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจทั้งด้านราคาสินค้า และการจ้างงานเป็นเป้าหมายทางเศรษฐกิจที่สำคัญ เช่น การป้องกันภาวะเงินเฟ้อ รัฐบาลก็เพิ่มภาษีต่าง ๆ ให้สูงขึ้นเพื่อลดการใช้จ่าย ในยามเศรษฐกิจตกต่ำ คนว่างงานมาก รัฐบาลอาจลดภาษีต่าง ๆ ลงเพื่อกระตุ้นให้มีการบริโภคและการลงทุนมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้มีการจ้างงานมากขึ้น

#### 4. การจัดสรรภาษีอากร

การจัดสรรภาษีอากรให้กับเทศบาล เมืองพัทยา และองค์การบริหารส่วนตำบลอาจมีรายได้จากภาษีอากร ค่าธรรมเนียมและเงินรายได้ดังต่อไปนี้

- 4.1 ภาษีโรงเรือนและที่ดินตามกฎหมายว่าด้วยภาษีโรงเรือนและที่ดิน
- 4.2 ภาษีบำรุงท้องที่ตามกฎหมายว่าด้วยภาษีบำรุงท้องที่
- 4.3 ภาษีป้ายตามกฎหมายว่าด้วยภาษีป้าย
- 4.4 ภาษีมูลค่าเพิ่มตามประมวลรัษฎากรที่ได้รับการจัดสรรไม่เกินร้อยละสามสิบของภาษีมูลค่าเพิ่มที่จัดเก็บได้หักส่วนที่ต้องจ่ายแล้ว
- 4.5 ภาษีธุรกิจเฉพาะตามประมวลรัษฎากร โดยออกข้อบัญญัติจัดเก็บเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละสามสิบของอัตราภาษีที่จัดเก็บตามประมวลรัษฎากร
- 4.6 ภาษีสรรพสามิตตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต ภาษีสุราตามกฎหมายว่าด้วยสุราและค่าแถมขี้ยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยยาสูบ ซึ่งเก็บจากการค้าในเขต เทศบาล เมืองพัทยา และองค์การบริหารส่วนตำบล โดยออกข้อบัญญัติจัดเก็บเพิ่มขึ้นในอัตราไม่เกินร้อยละสามสิบของอัตราภาษีที่กรมสรรพสามิตจัดเก็บ
- 4.7 ภาษีและค่าธรรมเนียมรถยนต์ รวมทั้งเงินเพิ่มตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ ภาษีมรดกตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก และค่าธรรมเนียมล้อเลื่อนตามกฎหมายว่าด้วยล้อเลื่อน
- 4.8 ภาษีการพนันตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน
- 4.9 ภาษีเพื่อการศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ
- 4.10 อากรการฆ่าสัตว์และผลประโยชน์อื่นอันเกิดจากการฆ่าสัตว์ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมการฆ่าสัตว์และการจำหน่ายเนื้อสัตว์
- 4.11 อากรรังนกอีแอ่นตามกฎหมายว่าด้วยอากรรังนกอีแอ่น
- 4.12 ค่าภาคหลวงแร่ตามกฎหมายว่าด้วยแร่

4.13 ค่าภาคหลวงปิโตรเลียมตามกฎหมายว่าด้วยปิโตรเลียม

4.14 ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ที่มีทุนทรัพย์ภายในเขต ทั้งนี้ ตามกฎหมายว่าด้วยที่ดินและกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด

4.15 ค่าธรรมเนียมสนามบินตามกฎหมายว่าด้วยการเดินอากาศ ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามอัตราและวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด

4.16 ค่าธรรมเนียมดังต่อไปนี้ โดยออกข้อบัญญัติจัดเก็บเพิ่มขึ้นในอัตราไม่เกินร้อยละสิบของค่าธรรมเนียมที่มีการจัดเก็บตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

4.16.1 ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตขายสุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา

4.16.2 ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเล่นการพนันตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน

4.17 ค่าธรรมเนียม ค่าใบอนุญาต และค่าปรับ ในกิจการที่กฎหมายมอบหมายหน้าที่ให้เทศบาล เมืองพัทยา และองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นเจ้าของหน้าที่ดำเนินการภายในเขตท้องถิ่นนั้น ๆ และให้ตกเป็นรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดังกล่าว

4.18 ค่าใช้น้ำบาดาลตามกฎหมายว่าด้วยน้ำบาดาล

4.19 ค่าธรรมเนียมใด ๆ ที่เรียกเก็บจากผู้ใช้หรือได้รับประโยชน์จากบริการ

สาธารณะที่จัดให้มีขึ้น

4.20 รายได้อื่นตามที่กฎหมายบัญญัติให้เป็นของเทศบาล เมืองพัทยา และองค์การบริหารส่วนตำบล

## 5. ลักษณะของภาษีอากรที่ดี

ภาษีอากรของรัฐเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำไปใช้จ่ายในกิจการต่าง ๆ ของรัฐนั้นในการจัดเก็บภาษีอาจส่งผลกระทบต่อภาคประชาชนและภาคธุรกิจ ซึ่งเป็นผู้ต้องเสียภาษีให้แก่รัฐ ดังนั้นในการดำเนินการจัดเก็บภาษีให้แก่รัฐ จึงต้องมีหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บเพื่อความเป็นธรรมแก่ผู้จัดเก็บ นักเศรษฐศาสตร์ชาวสกอตแลนด์ชื่อ Adam Smith ได้วางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับภาษีที่ดี 4 ประการ ดังนี้ (ไพจิตร พูลสระคู, 2553 : 13-15)

5.1 หลักความยุติธรรม (Equity) ภาษีที่ดีต้องเก็บอย่างยุติธรรม คือ ต้องเก็บให้ทั่วถึง โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติและเก็บตามกำลังความสามารถของผู้เสียภาษี ผู้ที่มีรายได้มากก็ต้องเสียมาก ผู้มีรายได้ก็น้อย ซึ่งเป็นไปตามหลักยุติธรรม

5.2 หลักความแน่นอน (Certainty) ภาษีที่ดีจะต้องมีความแน่นอน ชัดเจน รู้ว่าใครบ้างจะต้องเสียภาษีเท่าไร เสียอย่างไร และอาศัยฐานอะไร ในอัตราเท่าใด ข้อความใน

กฎหมายภาษีจะต้องชัดเจน ไม่กำกวม นอกจากนั้นแล้วหลักความแน่นอนยังรวมถึงรัฐจะต้องมีนโยบายแน่นอนในการจัดเก็บภาษี คือ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ทั้งนี้เพื่อธุรกิจเอกชนจะได้มีการวางแผนดำเนินธุรกิจได้ในระยะยาว

### 5.3 หลักความสะดวก (Convenience) ภาษีที่ดีต้องสะดวกในการจัดเก็บ

คือ จะต้องเก็บง่าย และง่ายต่อผู้เสียภาษีที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายจะต้องเข้าใจง่าย หลักเกณฑ์ต่าง ๆ ต้องไม่สลับซับซ้อนคนทั่วไปเข้าใจง่าย นอกจากนั้นแบบฟอร์มต่าง ๆ และข้อกำหนดต่าง ๆ จะต้องง่ายต่อการปฏิบัติด้วย การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ต่อผู้เสียภาษีจะต้องดีด้วย

5.4 หลักความประหยัด (Economy) ภาษีที่ดีจะต้องประหยัด คือ จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีน้อยแต่เก็บภาษีได้มากในเรื่องค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีจะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายของสังคมในการบรรลุถึงในการจัดเก็บภาษีนั้น ทั้งนี้หากคำนึงถึงค่าใช้จ่ายของรัฐบาลแต่เพียงด้านเดียวก็จะไม่ถูกต้อง และไม่ครบถ้วนค่าใช้จ่ายของสังคม (Social cost) ในการจัดเก็บภาษีนั้นประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายของรัฐบาลในการจัดเก็บภาษี (Collection cost) ค่าใช้จ่ายของผู้เสียภาษีในการปฏิบัติตามกฎหมาย (Compliance cost) และค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการบิดเบือนเศรษฐกิจของภาษีอากรหลักทั้ง 4 ข้อนี้ เป็นหลักที่ Adam Smith ได้วางไว้นานแล้ว แต่ก็ยังเป็นหลักคลาสสิกที่ยังใช้อยู่ ต่อมานักวิชาการภาษีอากรมีความเห็นว่าภาษีที่ดีจะต้องมีลักษณะเพิ่มเติมดังนี้

5.5 หลักความเป็นกลางทางเศรษฐกิจ (Neutrality) หมายความว่า ภาษีที่ดีต้องไม่มีความลำเอียงในทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ ไม่ไปแทรกแซงการทำงานของกลไกตลาด ภาษีที่ดีมุ่งให้เกิดรายได้ต่อรัฐ และปล่อยให้การตัดสินใจทางธุรกิจภาคเอกชนเป็นไปตามกลไกตลาด

5.6 หลักการใช้นโยบายทางเศรษฐกิจได้ หมายความว่า ภาษีที่ดีต้องเอื้ออำนวยต่อการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ รัฐสามารถใช้ภาษีอากรเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมนโยบายได้หลายประการ เช่น การส่งเสริมความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ โดยการยกเว้นภาษีอุตสาหกรรมการลดภาษีให้กับการนำเข้าเครื่องจักร เป็นต้น ทั้งนี้เพราะว่าการดำเนินนโยบายภาษีอากรไม่ใช้มุ่งหารายได้ให้แก่รัฐเพียงอย่างเดียว

5.7 หลักการยอมรับได้ของสังคม (Acceptability) การจัดเก็บภาษีอากรจะได้ผลหรือไม่ นอกจากจะขึ้นอยู่กับความพยายามของรัฐบาลแล้ว ที่สำคัญยังขึ้นอยู่กับความร่วมมือของประชาชนด้วย ถ้าให้ความร่วมมือในการเสียภาษีอากรเป็นอย่างดี การจัดเก็บภาษีก็น่าจะง่าย ภาษีที่จะได้รับความร่วมมือจากประชาชนอย่างดีจะเป็นภาษีที่ได้รับการยอมรับจากสังคม

5.8 หลักการบังคับใช้ (Enforceability) ภาษีอากรที่ดีจะต้องเป็นภาษีที่บังคับจัดเก็บได้ คือ ปฏิบัติได้ หมายความว่า เมื่อนำภาษีนั้น ๆ มาใช้แล้วจะต้องสามารถบังคับจัดเก็บได้

### 5.9 หลักความยืดหยุ่นได้ (Flexibility) ภาษีที่ดีจะต้องปรับตามเศรษฐกิจ

ได้ เช่น ในภาวะเงินเฟ้อ รัฐบาลจะต้องลดการหมุนเวียนของเงินในท้องตลาดได้ ภาษีที่ดีจะต้องปรับตัวในลักษณะที่เก็บภาษีได้มากในภาวะเงินเฟ้อ เพราะการเก็บภาษีเป็นการเคลื่อนย้ายอำนาจซื้อจากภาคเอกชน และภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ภาษีในอัตราก้าวหน้า กล่าวคือ ช่วงเงินเพื่อรายได้ของบุคคลจะเพิ่มขึ้นมาก ทำให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้นด้วยซึ่งเป็นการดูดซับอำนาจซื้อจากภาคเอกชน เป็นการลดความกดดันให้เกิดเงินเฟ้อ ได้ง่าย ส่วนช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ คนที่มีรายได้น้อยก็จะเสียภาษีในอัตราส่วนเพิ่ม (Marginal tax rate) ที่ต่ำ ทำให้มีเงินเหลือในภาคเอกชนมาก ส่งผลให้เศรษฐกิจฟื้นตัวเร็ว ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่จัดเก็บในอัตราก้าวหน้า จึงเป็นตัวปรับเสถียรภาพเศรษฐกิจ

5.10 หลักการอำนาจรายได้ หลักการนี้กล่าวว่า ภาษีที่ดีต้องก่อให้เกิดรายได้ต่อรัฐมากพอต้องมีฐานกว้าง และขยายตัวตามการขยายตัวของภาวะเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพื่อว่าเวลาที่เศรษฐกิจขยายตัวรัฐบาลมีภาระต้องใช้จ่ายเงินมากจะได้ไม่ต้องเพิ่มอัตรากำไร

## แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

### 1. ความหมายของการบริการ

การให้บริการนั้นเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ดังนั้นผู้จะให้บริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถจะอำนวยความสะดวก และทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบ และมีความสุข และได้นำคำว่า “บริการ” มาแปลเป็นภาษาอังกฤษว่า “Services” แล้วให้ความหมายไว้ดังนี้

S คือ แนวความคิดรวบยอดในการให้บริการ (Service concept) และการสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้กับลูกค้าผู้มาติดต่อ หรือมาขอใช้บริการและรับบริการ

E คือ ความกระตือรือร้น (Enthusiasm) หมายความว่า พนักงานทุกคนจะต้องมีความกระตือรือร้น ไม่ว่าจะอยู่งานบริการส่วนใดก็ตาม ไบหน้าจะต้องยิ้มแย้มแจ่มใสและต้องพร้อมที่จะสนองตอบความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา

R คือ ความพร้อม (Readiness) และความรวดเร็ว (Rapidness) หมายถึง มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาและความรวดเร็ว ฉับพลัน ทันใจและทันเวลา

V คือ ความมีคุณค่า (Values) หมายถึง ไม่ว่าจะจะเป็นการบริการประเภทใดท่านจะต้องทำทุกวิถีทางที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเสมอว่า เมื่อเขามารับบริการจากท่านและไม่รู้สึกผิดหวัง

I คือ ความสนใจ (Interesting) และความประทับใจ (Impressive) ซึ่งหมายถึงการให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าและการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกระดับ

C คือ ความสะอาด (Cleanliness) ความถูกต้อง และความมีมิติริจิต

E คือ ความอดทนอดกลั้น และการรู้จักควบคุมอารมณ์ ไม่ได้ตอบหรือชวนลูกค้า

ทะเลาะ

S คือ ความจริงใจ (Sincerity) และการรู้จักยิ้มแย้มแจ่มใส โดยแสดงให้ลูกค้าเห็น ทั้งโดยวาจา ท่าทาง ตลอดจนสีหน้าและแววตาว่าท่านมีความจริงใจที่จะให้บริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 18) กล่าวว่า การบริการถือว่าเป็นกิจกรรมของ กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน ของธุรกิจให้กับผู้ให้บริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจ

ทศวรรษ ฉายวิชิต (2546 : 16) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือ กลุ่มบุคคล ได้จัดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าและลูกค้าได้รับความ พึงพอใจกลับมาใช้บริการอีก

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547 : 315) กล่าวว่า การบริการเป็นสิ่งที่ทุกธุรกิจนำมาใช้ ในการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน เพราะการบริการเป็นส่วนที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

สรุปว่า การให้บริการ หมายถึง ผู้ให้บริการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้รับบริการ ก่อให้เกิดความพึงพอใจ และต้องมีความเสมอภาค มีความประหยัด ตรงต่อเวลา มี ความสม่ำเสมอ สะดวก สะอาด รวดเร็วและถูกต้อง นำมาซึ่งความประทับใจของผู้รับบริการ

## 2. หลักของการบริการ

ชูวงษ์ ฉายะบุตร ( 2538 ; อ้างอิงใน ทศวรรษ ฉายวิชิต. 2546 : 18-19) กล่าวว่า หลักการให้บริการแบบครบวงจรหรือการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุกว่า จะต้องเป็นไปตาม หลักการ ซึ่งอาจเรียกง่าย ๆ ว่า หลัก Package Serviced

### 2.1 ยึดการตอบสนองการจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย

การบริการของรัฐในเชิงรับจะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผน และมี ลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้ บริการ ดังนี้

2.1.1 ข้าราชการมีทัศนคติว่าการให้บริการจะเริ่มต้นก็ต่อเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับ บริการมากกว่า ที่จะมองว่าตนมีหน้าที่ที่จะต้องจัดบริการ ให้แก่ราษฎรตามสิทธิประโยชน์ที่เขาควร จะได้รับ

### 2.1.2 การกำหนดระเบียบปฏิบัติและการใช้ดุลพินิจของข้าราชการ



มักเป็นไปเพื่อสงวนอำนาจในการใช้ดุลพินิจของหน่วยงาน หรือปกป้องตัวข้าราชการเอง มีลักษณะเป็นการควบคุมมากกว่าการส่งเสริมการติดต่อราชการจึงต้องใช้หลักฐานต่าง ๆ เป็นจำนวนมากและต้องผ่านการตัดสินใจหลายขั้นตอน ซึ่งบางครั้งเกินความจำเป็น

2.1.3 จากการศึกษาข้าราชการมองตนเองว่ามีอำนาจในการใช้ดุลพินิจ และมีกฎระเบียบเพื่อเป็นเครื่องมือที่จะปกป้องการใช้ดุลพินิจของตน ทำให้ข้าราชการจำนวนไม่น้อยมีทัศนคติในลักษณะของเจ้าขุนมูลนาย ในฐานะที่ตนมีอำนาจที่จะบันดาลผลให้ผลเสียแก่ประชาชน การดำเนินความสัมพันธ์จึงเป็นไปในลักษณะที่ไม่เท่าเทียมกัน และนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ เช่น ความไม่เต็มใจที่จะให้บริการรู้สึกไม่พอใจ เมื่อราษฎรแสดงความเห็นโต้แย้งเป็นต้น

ดังนั้น เป้าหมายแรกของการจัดบริการแบบครบวงจร คือ การมุ่งประโยชน์ของประชาชนผู้รับบริการทั้งที่มาติดต่อและขอรับบริการ และผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งมีลักษณะดังนี้ คือ

1. ข้าราชการจะต้องถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุม ผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน
2. การกำหนดระเบียบ วัฏปฏิบัติ และการใช้ดุลพินิจ จะต้องคำนึงถึงรับอย่างสะดวกและรวดเร็ว

3. ข้าราชการจะต้องมองผู้มารับบริการว่ามีฐานะและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกับตน มีสิทธิที่จะรับรู้ให้ความเห็น หรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่

## 2.2 ความเร็วในการให้บริการ

สังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกับสังคมอื่น ๆ อยู่ตลอดเวลาในขณะที่ปัญหาพื้นฐานของระบบราชการ คือ การล่าช้าที่เกิดจากความจำเป็นตามลักษณะของการบริหารราชการเพื่อประโยชน์ส่วนรวมแห่งรัฐ แต่ในหลายส่วนความล่าช้าที่เกิดจากการปิดกั้นในการตัดสินใจ ความล่าช้าที่เกิดจากการกระจายอำนาจ หรือเกิดจากการกำหนดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น หรือความล่าช้าที่เกิดขึ้นเกิดขึ้นเพราะขาดการพัฒนางาน หรือนำเทคโนโลยีที่ไม่เหมาะสมมาใช้ เป็นต้น ปัญหาที่มาคือ ระบบราชการถูกมองว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้า และเป็นตัวถ่วงในระบบการแข่งขันเสรี ดังนั้น ระบบราชการจำเป็นจะต้องตั้งเป้าหมายอันที่ จะพัฒนาการให้บริการให้มีความรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งอาจกระทำได้ใน 3 ลักษณะ คือ

2.2.1 การพัฒนาข้าราชการ ให้มีทัศนคติ มีความรู้ มีความสามารถ เพื่อให้เกิดความชำนาญ มีความกระตือรือร้นและกล้าตัดสินใจในเรื่องที่ทำอยู่ในอำนาจของตน

2.2.2 การกระจายอำนาจ หรือมอบอำนาจให้มากขึ้น และปรับปรุงระเบียบ  
วิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด

2.3 การพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่จะทำให้สามารถให้บริการเร็วขึ้น

### 2.3 การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์

เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรอีกประการหนึ่งก็คือ ความ  
เสร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึงการเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการ  
จะต้องได้รับโดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนัก ซึ่งลักษณะที่ดีของการให้บริการที่  
เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียว หรือไม่เป็นครั้งที่สอง  
(คือมารับเรื่องแล้วเสร็จอีกครั้งหนึ่ง)

กฤษณ ชนาพงศธร (2540 ; อ้างอิงใน วิไลรัตน์ สุวรรณรินทร์. 2551 : 15) กล่าวถึง  
หลักการให้บริการ ได้แก่

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่กล่าวคือ  
ประโยชน์และการบริการที่องค์การจัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลากรส่วน  
ใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิด  
ประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ  
ด้วย
2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง  
และสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน
3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้น จะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกอย่างเสมอ  
ภาค และเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใด ในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคน  
อื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด
4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการจะต้องไม่มากเกินไปกว่า  
ผลที่จะได้รับได้
5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะที่  
ปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สั้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจ  
ให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการจนเกินไป

ประยูร กาญจนกุล (2538 ; อ้างอิงใน วิไลรัตน์ สุวรรณรินทร์. 2551 : 19)

ได้กล่าวถึง แนวความคิดของการให้บริการสาธารณะมีอยู่ 4 ประการ

1. การบริการสาธารณะเป็นกิจการที่อยู่ในความอำนาจการ หรือในความควบคุม  
ของฝ่ายปกครอง

2. บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์ในการตอบสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน

3. การจัดระเบียบและวิธีดำเนินการบริการสาธารณะย่อมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลเวลา

4. บริการสาธารณะจะต้องดำเนินการอยู่เป็นนิจ และโดยสม่ำเสมอ ไม่มีการหยุดชะงัก

สถาบันดำรงราชานุภาพ (2540 ; อ้างอิงใน วิไลรัตน์ สุวรรณรินทร์. 2551 : 19-21)

ได้กล่าวถึงหลักการให้บริการประชาชนของรัฐต้องคำนึงถึงหลัก 3 ประการ คือ

1. เพื่อประโยชน์สาธารณะ การบริการประชาชนเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ขององค์กรของรัฐกับประชาชน โดยมีเป้าหมายที่จะเอื้ออำนวยประโยชน์แก่ประชาชนซึ่งองค์ของรัฐจะมีบทบาทหน้าที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1.1 เป็นกลไกปกครองดูแลประชาชนให้ปฏิบัติตามครรลองของกฎหมาย

1.2 เป็นกลไกจัดสรรทรัพยากรและบริการพื้นฐานทางสังคม

การให้บริการขององค์การของรัฐจึงประกอบด้วยองค์การ 2 ประเภท คือ

องค์การที่ให้บริการเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมทำหน้าที่ในการควบคุมดูแลให้ประชาชนอยู่ภายใต้กฎหมายและเกิดความเป็นระเบียบขึ้นในสังคม ส่วนองค์การให้บริการส่วนบุคคลเป็นองค์การที่ส่งเสริมความเป็นอยู่อาชีพและอนามัยให้ดีขึ้น

2. หลักการบริการประชาชน การให้บริการประชาชน ซึ่งเป็นหน้าที่ของรัฐ จะต้องบริการประโยชน์สาธารณะรัฐจะต้องมีหน้าที่ให้บริการต่าง ๆ แก่ประชาชน เช่น การรักษาความสงบเรียบร้อย การแก้ไขปัญหาคความขัดแย้งในสังคม การป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม การรักษาสีทิมมนุษยชนโดยกฎหมาย การป้องกันประเทศ การให้สิ่งตอบแทนแก่สมาชิกในสังคม ผู้ทำคุณประโยชน์ ต่อบ้านเมือง การออกกฎหมายสวัสดิภาพแก่ผู้ใช้แรงงาน การระดมทรัพยากร เช่น เงินภาษีอากรจากสังคม การสาธารณสุข การบริการผู้ยากจน ให้เปล่าโดยบัตรสุขภาพ การให้การศึกษาแก่ประชาชนแบบให้เปล่า การวางแผนการใช้พลังงานและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาและวางแผนชุมชนเมือง และการจัดทำบริการสาธารณะ

3. หลักการจัดบริการแบบเบ็ดเสร็จ (One stop services & One roof concept) แนวคิดการจัดบริการแบบเบ็ดเสร็จ เป็นเรื่องความพยายามที่จะจัดหน่วยงานของรัฐ ให้เกิดความสะดวกแบบครบวงจร โดยประชาชนไม่ต้องเสียเวลาไปติดต่อกันที่ต่าง ๆ หลายแห่ง ให้มีเพียงหน่วยงานเดียวที่ทำหน้าที่ให้บริการอย่างเบ็ดเสร็จและอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งพอจะสรุปหลักเกณฑ์ที่สำคัญ ได้ดังนี้

3.1 การกำหนดให้การบริการประชาชนอยู่ในองค์กรเดียวกันหรือในสถานที่เพียงแห่งเดียว การจัดตั้งสำนักงานของรัฐเพื่อให้บริการประชาชน จะต้องคำนึงที่ตั้งสำนักงานให้เป็นศูนย์รวมการให้บริการที่มีอำนาจหน้าที่ด้านนั้นเพียงอย่างเดียว โดยมีวัตถุประสงค์คือ

3.1.1 ความเป็นเอกภาพในการบริการราชการของรัฐในระดับนั้น และจัดบริการอยู่ในหน่วยงานหรือสถานที่เดียวกัน ในการบริหารราชการต้องคำนึงว่าหน่วยงานต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้การควบคุม และการสั่งการขององค์การเพียงแห่งเดียว

3.1.2 ประชาชนสามารถติดต่อราชการหรือขอรับบริการได้ อย่างรวดเร็วและประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

3.2 การเพิ่มอำนาจหน้าที่และกระจายกิจกรรม เพื่อบริการประชาชนให้แก่ศูนย์บริการของรัฐแบบครบวงจร การจัดตั้งศูนย์บริการประชาชนในองค์กรเดียวกันนั้น ต้องคำนึงถึงบทบาทและอำนาจหน้าที่ขององค์กรแห่งนั้นด้วย กล่าวคือต้องมีอำนาจหน้าที่ในการบริการอย่างทั่วถึงและเบ็ดเสร็จเด็ดขาดในหน่วยงานนั้น

แนวความคิดสมัยใหม่พยายามเพิ่มบทบาทของหน่วยงานที่จัดตั้งเพื่อบริการประชาชน ให้มากขึ้น โดยเน้นหนักเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิต (Human service) เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ ของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น ทั้งสุขภาพอนามัยและสุขภาพจิต งานพัฒนาคุณภาพชีวิตนี้จะมุ่งไปที่ความต้องการของแต่ละบุคคลที่ต้องการ ได้รับการช่วยเหลือจากรัฐ โดยผ่านหน่วยงานที่จัดตั้ง ในท้องที่ในการบริการอย่างทั่วถึง และสะดวก ปลอดภัย ไม่ต้องติดต่อกับหน่วยงาน

3.3 การกำหนดให้หน่วยงานจัดบริการประชาชน ให้เสร็จสิ้นในคราวเดียว การบริการของหน่วยงานของรัฐ การถือหลักว่าผู้ไปติดต่อราชการได้รับการเสร็จสิ้น ในคราวเดียวกันกับผู้นั้นไปติดต่อราชการแห่งนั้น ไม่ต้องกลับมาติดต่อซ้ำซ้อนหลายครั้ง

3.4 การให้บริการในเรื่องต่าง ๆ มีความสัมพันธ์และผสมผสานอย่างเหมาะสมกรณีทำงานต่าง ๆ ไม่อาจสำเร็จลงได้ เมื่อประชาชนไปติดต่อครั้งแรกในคราวเดียวกัน เจ้าหน้าที่ต้องใช้เวลาในการทำงานมากขึ้น กระบวนการทำงานก็มีหลายขั้นตอน ต้องระดมเจ้าหน้าที่ ต้องใช้เจ้าหน้าที่จากหลายแผนกที่เกี่ยวข้องเข้ามาปฏิบัติงาน โดยการกำหนดแนวทางปฏิบัติอย่างรัดกุม และให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้มาติดต่ออย่างกระฉับกระฉวย เช่น การเตรียมเอกสารพยานหลักฐานที่ต้องนำมาแสดงแก่เจ้าหน้าที่ในครั้งต่อไป

3.5 ระยะเวลาที่ประชาชนใช้ในการติดต่อขอรับบริการน้อยที่สุด โดยกำหนดระยะเวลาที่พอจะกระทำได้ และผู้มาติดต่อมีความพึงพอใจในการบริการนั้น ๆ ระเบียบหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติงานต้องปรับปรุงให้ชัดเจนและรัดกุม

3.6 ประชาชนได้รับความพอใจสูงสุดจากบริการของรัฐ เป็นการสะท้อนถึงผลที่ทางราชการได้รับเพียงเครื่องชี้ถึงผลสำเร็จที่ทางราชการ ได้รับตามเป้าหมายมิใช่สิ่งที่ประชาชนต้องการโดยตรง

#### 4. ลักษณะสำคัญของการบริการ

การให้บริการที่ดี และมีคุณภาพจากตัวบุคคลซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนที่จะทำให้ชนะใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อธุรกิจหรือตัวบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ จึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน การให้บริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้น ๆ การบริการที่ดี จะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ที่ติดต่อกับองค์กรธุรกิจ เกิดความเชื่อมั่น ศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อ หรือใช้บริการอื่น ๆ ในโอกาสหน้า มีนักวิชาการให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการดังนี้

วราพรธม สันตสนะ โชค (2540 ; อ้างอิงใน วิไลรัตน์ สุวรรณรินทร์. 2551 : 16) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การจะให้บริการมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือการให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล หรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากไม่มีความชอบพอ สนใจเป็นพิเศษทุกคน ได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน และการให้บริการที่ดีส่วนหนึ่งเข้าถึงบริการ ซึ่ง เพนชานสกี (Penchansky) และ โทมัส (Thomas) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการดังนี้

1. ความเพียงพอของบริการที่มีอยู่ คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความร้องการขอรับบริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะที่ต้องการเดินทาง
3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับ ให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ความสามารถของผู้รับ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ
5. การยอมรับคุณภาพของบริการ ซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

อคุลย์ จาตุรงค์กุล (2542 : 310-311 ; อ้างอิงใน กุลธิรา บัณฑิต. 2553 : 12-15) ได้กล่าว เกี่ยวกับลักษณะการให้บริการ ดังนี้

1. เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เนื่องจากบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ จึงเป็นไปได้ที่ผู้บริหารจะทดลองตัวอย่างบริการ ซิมรส รู้สึก เห็นได้ชัดหรือ ได้กลิ่นก่อนที่จะทำการซื้อ ดังนั้นโครงการส่งเสริมการจำหน่ายต้องมีความชัดเจนเกี่ยวกับคุณประโยชน์ที่ได้รับจากบริการ ไม่ใช่เพียงแต่เน้นที่ตัวบริการ

2. ไม่สามารถแยกแยะระหว่างผู้ให้บริการและบริการ ผู้ซื้อจะคำนึงถึงผู้ผลิตบริการและบริการซื้อเป็นหนึ่งเดียวกัน ไม่สามารถแยกบริการจากผู้ผลิตไปจำหน่ายต่างสถานที่ ต่างเวลาได้ การผลิตและจำหน่ายบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ช่วงตัดผม สระผม ตัดผมให้เป็นการผลิตและขายบริการ โดยตรง เป็นการ ใช้ Direct channel ผู้ผลิตบริการจะต้องพบปะกับผู้ใช้บริการเป็นข้อจำกัดในการเสนอขายหลาย ๆ ตลาด หรือผู้ใช้บริการหลายคนพร้อม

3. การแปรเปลี่ยนได้ (variability) การบริการเป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนได้เพราะขึ้นอยู่กับบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการ และเวลาและสถานที่ที่ให้บริการ ผู้ให้บริการมีอารมณ์ ความชำนาญ และความตั้งใจในการบริการไม่เหมือนกันผู้ซื้อบริการรู้ดีในความแตกต่างเหล่านี้ ดังนั้น ผู้ใช้บริการมักหาข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์ก่อนการเลือกผู้ให้บริการ บริษัทผู้ให้บริการจึงต้องควบคุมคุณภาพของการบริการ ซึ่งขั้นตอนการควบคุมบริการมี 3 ขั้นตอน ได้แก่

3.1 มีกระบวนการคัดเลือกพนักงานอย่างดี และมีกระบวนการอบรมพนักงานอย่างดี การสรรหาพนักงานที่มีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องและการฝึกอบรมให้พนักงานมีความสามารถในการให้บริการอย่างดีเยี่ยมเป็นสิ่งสำคัญไม่ว่างานนั้นต้องอาศัยความเป็นมืออาชีพหรือไม่ต้องใช้ทักษะมากก็ตาม

3.2 วางมาตรฐานกระบวนการให้บริการและผลการบริการให้เป็นอย่างเดียวกัน ทั้งองค์กร โดยวางแผนและวางแผนการบริการ กำหนดขั้นตอนและวิธีการบริการตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จกระบวนการบริการ

3.3 จัดให้มีระบบตรวจสอบความพอใจของผู้ใช้บริการ เช่น การรับคำร้องเรียน และข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการ การสำรวจผู้ใช้บริการ และการซื้อบริการที่อื่นเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของบริษัทและของผู้ขายบริการบริษัทอื่น

4. การสูญสลายได้ การสูญสลายได้ของบริการ หมายความว่า ถ้าหากไม่มีการใช้บริการในเวลาที่มีการเสนอการบริการ การบริการนั้นก็ไม่สามารถนำกลับมาใช้ได้อีก บริษัทไม่สามารถเก็บการบริการไว้ในคลังสินค้าเพื่อนำมาใช้ในภายหลัง บริษัทจะมีปัญหาถ้าอุปสงค์ของการบริการนั้นมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงเป็นช่วง ๆ หรือเรียกว่าอุปสงค์ตามฤดูกาล เช่น บริการรถโดยสารสาธารณะประจำทาง จะมีผู้ใช้บริการใช้บริการมากในช่วงเช้าและช่วงเย็นของวันจันทร์ถึงวันศุกร์และจะว่างในช่วงกลางวันของทุกวันและวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ วิธีแก้ปัญหานี้เชิงการตลาด อาทิเช่น ตั้งราคาแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลา ให้บริการอื่นเสริมควบคู่เพื่อให้ผู้ใช้บริการแบ่งเวลาไปรับบริการอื่นด้วย การให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมในการบริการ

5. มีความเป็นเอกพันธ์ ผู้ให้บริการแต่ละคนก็มีแบบ และวิธีการในการให้บริการของตนเอง จึงเป็นการยากที่จะกำหนดมาตรฐานของการบริการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ยิ่งไปกว่า

นั้น ผู้ให้บริการคนเดียวกันก็อาจจะให้บริการต่างกัน ถ้าเป็นเรื่องที่ต่างกรรมต่างวาระกัน การตัดสินเรื่องคุณภาพของบริการที่ผู้ซื้อได้รับจึงเป็นเรื่องที่ทำให้ยากในบางกรณีก็เป็นการยากที่จะบอกให้ทราบล่วงหน้าว่า บริการที่ผู้ใช้บริการจะได้รับจะมีลักษณะอย่างไร

6. การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน ด้วยเหตุผลที่สินค้าต้องมีการผลิตก่อน หลังจากนั้นจึงขายและเกิดการบริโภค สำหรับบริการส่วนมากจะขายก่อนแล้วจึงผลิต (ให้บริการ) และบริโภค (รับบริการ) ในเวลาเดียวกัน

สรุปว่า การให้บริการเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ผู้ให้บริการจะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้น มีความพร้อม ความรวดเร็ว มีความสนใจและสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการทุกระดับตรงกับความต้องการของผู้รับบริการให้มากที่สุดนำมาซึ่งความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ

## 5. ประเภทการให้บริการ

การจำแนกความแตกต่างโดยคำนึงถึงความหมายการให้บริการเป็นสำคัญ มีนักวิชาการให้การจำแนกความแตกต่าง ดังนี้

ทศวรรษ ฉายวิชิต (2546 : 16) ได้จำแนกประเภทการให้บริการ เป็น 2 ประเภทดังนี้

1. การบริการทางด้านธุรกิจ (Business service) ซึ่งหมายถึงการบริการที่มีลักษณะการดำเนินการในเชิงธุรกิจมุ่งแสวงหากำไรเป็นสำคัญ การบริการในลักษณะนี้มักจะอยู่ภายใต้การดำเนินงานขององค์กรบริษัทและห้างร้านของเอกชน เช่นการบริการ โทรศัพท์ เคลื่อนที่ การบริการเคเบิลทีวี เป็นต้น

2. การบริการสาธารณะ (Public service) ซึ่งหมายถึง การบริการที่มีลักษณะการดำเนินการโดยระบอบราชการมุ่งประโยชน์และสวัสดิภาพของประชาชนในสังคมเป็นสำคัญ การบริการในลักษณะนี้ได้แก่ การบริการของหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ เช่น การบริการสาธารณะ สุข การบริการสังคมสงเคราะห์ เป็นต้น

กุลธรีรา บัณฑิต (2553 : 8-10) ได้จำแนกประเภทตามลักษณะ ดังนี้

1. การจำแนกตามประเภทของบริการตามลักษณะของผู้ขาย ในทางการตลาด สำหรับบริการ การจำแนกตามลักษณะของผู้ขายจะแยกได้ดังนี้ คือ กิจการที่ทำโดยเอกชน กิจการทำให้โดยเอกชนแต่ไม่มุ่งหวังกำไร และกิจกรรมที่ทำโดยรัฐบาล

2. จำแนกประเภทตามลักษณะของผู้ซื้อ การใช้บริการเพื่อประโยชน์ส่วนตัว เช่น ตัดผม ตัดเล็บ และบริการบันเทิง บริการขนส่ง บริการประกันภัย บริการกฎหมาย

3. การจำแนกประเภทตามลักษณะเหตุจูงใจ เหตุจูงใจในการซื้อสินค้าและบริการเป็นเรื่องที่นักการตลาดจะต้องให้ความสนใจเสมอไม่ว่าจะซื้อด้วยเหตุผลหรือด้วยอารมณ์ก็

ตามย่อมมีผลกระทบต่อกระเทือนต่อการตัดสินใจ ในการซื้อเป็นต้นว่า เขาซื้อเพราะความเคยชิน ซื้อเพราะแรงกระตุ้นหรือซื้อโดยมีแผนล่วงหน้ามาก่อน

4. การจำแนกตามลักษณะการซื้อในทางปฏิบัติ สัญญาซื้อบริการอาจจะตกลงซื้อเป็นหน่วย บางอย่างซื้อเพื่อบริโภค บางอย่างซื้อเพื่อใช้ในเชิงอุตสาหกรรม บางครั้งซื้อให้เป็นของขวัญ แต่ประเพณีทั่วไปนิยมซื้อสินค้าเป็นของขวัญ

5. การจำแนกตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ บริการส่วนใหญ่จำแนกประเภทตามลักษณะของผลิตภัณฑ์หลักที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นบริการสาธารณูปโภคหรือผลิตภัณฑ์บริการที่ออกแบบเฉพาะตามความต้องการของผู้ซื้อบริการบางประเภทการใช้หลักเกณฑ์อื่นนี้ไม่ได้เลย เช่น การประกันภัยเป็นบริการอันหนึ่งที่ไม่สามารถจำแนกตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้ขึ้นอยู่กับผู้รับประกัน

6. การจำแนกตามระเบียบข้อบังคับที่มีอยู่ บางครั้งบริการอาจจะถูกจำแนกตามระดับของความเข้มงวดที่กฎข้อบังคับมีอยู่ โดยแบ่งเป็น บริการที่มีกฎข้อบังคับมากที่สุด เช่น สาธารณูปโภค การเงิน การขนส่ง และการคมนาคม บริการที่มีกฎข้อบังคับรองลงมาได้แก่ บริการคนกลาง เกี่ยวกับการขายสินค้าและบริการทั่วไป โรงแรม และ โรงภาพยนตร์และบริการที่ไม่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน กฎหมายไม่ค่อยเข้าไปยุ่งเกี่ยวได้แก่ บริการส่วนตัว บริการทางธุรกิจ หรือบริการวิชาชีพ บริการซ่อมแซมทุกชนิด บริการกฎหมาย บริการแพทย์ และบริการกีฬาอาชีพ

สรุปว่า ประเภทของการให้บริการแบ่งตามความเหมาะสมกับตามลักษณะการให้บริการ แต่ที่เห็นเด่นชัด คือ จำแนกตามการบริการทางด้านธุรกิจ ซึ่งมีทั้งมุ่งแสวงหาผลกำไร เช่น บริษัท ห้างร้าน ของเอกชน และไม่แสวงหากำไร เช่น มูลนิธิ สมาคมต่าง ๆ และจำแนกตามการบริการสาธารณะซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจการของรัฐบาล และรัฐวิสาหกิจมุ่งประโยชน์ต่อประชาชน โดยไม่หวังสิ่งตอบแทนเป็นการใช้ประโยชน์จากเงินภาษีของประชาชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด

## 6. องค์ประกอบของการบริการ

ทศวรรษ ฉายวิชิต (2546 : 16) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบสำคัญของการบริการประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

1. ผู้ให้บริการ ซึ่งในที่นี้หมายถึงทั้งองค์การที่ประกอบธุรกิจบริการและบุคลากรหรือพนักงานที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ
2. กระบวนการในการให้บริการ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือวิธีการให้บริการ
3. ผู้รับบริการ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ก็ยังคงมีความแตกต่างกันไปตามประเภทของการบริการยกตัวอย่างในเรื่องผู้รับบริการ หากเป็นการบริการสาธารณะ ผู้รับบริการก็มัก



หมายถึงประชาชนโดยทั่วไป ในขณะที่การบริการทางด้านธุรกิจก็จะหมายถึงเฉพาะผู้ที่มาซื้อบริการนั้น

ผู้บริการ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ “ให้” และต้องเป็นการให้ที่ทำให้ผู้รับเกิดความประทับใจซึ่งผู้บริการจะต้องมีศิลปะที่จะชักจูงให้ผู้มาใช้บริการ พอใจ และกลับมาใช้บริการของเราอีก หรือมีการบอกกันต่อไปจะทำให้เกิดการขยายตัวการตลาดซึ่งเป็นผลดีแก่องค์กร

สรุปว่า การบริการเป็นการปฏิบัติตัวเพื่อผู้อื่น มุ่งเน้นให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว และความพึงพอใจ สร้างความประทับใจให้แก่ประชาชน เกิดจากองค์ประกอบที่มาจากตัวของเจ้าหน้าที่เอง เช่น ภาพลักษณ์และความประพฤติของเจ้าหน้าที่ การเอาใจใส่ การกระตือรือร้นในการที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนผู้รับบริการ องค์ประกอบด้านผู้รับบริการ เช่น ความสามารถในการที่จะยอมรับคุณภาพของบริการซึ่งรวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย และจากองค์ประกอบที่เกิดจากองค์การเอง เช่น ระบบ ระเบียบ ความสะอาดและ ความกว้างขวางของอาคารสถานที่ ความพอเพียงของที่จอดรถ และบรรยากาศที่ร่มรื่น เป็นต้น

## ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### 1. ความหมายของความพึงพอใจ

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจเป็นกระบวนการทางจิตใจ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ความตั้งใจ ซึ่งทำให้คนเกิดจิตสำนึก เนื่องจากจิตสำนึกของคนจะเกี่ยวข้องกับวัตถุหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่ทำการศึกษาดังนี้

สุภาพร นภาโชติ (2550 : 12) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกส่วนที่ดีที่ชอบ พอใจหรือประทับใจเมื่อได้รับการตอบสนองในสิ่งนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

เพิ่มศักดิ์ บัวส่อง (2553 : 32) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกนึกคิดหรือเจตคติ ความชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งเร้าในด้านต่าง ๆ ของบุคคลนั้น ๆ ความรู้สึกพึงพอใจเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งที่ตนต้องการหรือเป็นไปตามกลุ่มตัวอย่างที่ตนต้องการ

มอร์ส (1955 : 27) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลง และความตึงเครียดนี้เป็นผลมาจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์มีความต้องการมากจะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง เมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนอง ความตึงเครียดจะน้อยลงหรือหมดไป ทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจ

กู๊ด (Good. 1973 : 320) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพหรือระดับความพอใจที่เห็นผลมาจากความสนใจ และทัศนคติของบุคคล

วอลแมน (Wolman. 1973 : 384) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจตามคำจำกัดความของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ หมายถึง เป็นสภาพความรู้สึก ความอึดอ้อมใจเมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของตน ได้รับการตอบสนอง

โอลิวอร์ (Oliver. 1971 : 280 ; อ้างอิงใน มณฑกาญจน์ วิจิตรสกลธ์. 2552 : 24) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคว่าเป็นการแสดงผลออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้บริการซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงภาวะการแสดงผลออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับที่ลูกค้าคาดหวัง หรือ ดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงข้าม ความไม่พอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงผลออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ดีและมีทัศนคติในด้านบวกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลใดกลุ่มบุคคลหนึ่งที่ได้รับการตอบสนองตรงตามความต้องการและพอใจในสิ่งที่ได้รับบริการและบางครั้งอาจแสดงออกทางสายตา คำพูดและการแสดงออก แต่ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองตรงกับความต้องการก็จะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ

## 2. องค์ประกอบของความพึงพอใจ

มณฑกาญจน์ วิจิตรสกลธ์ (2552 : 25) ได้กล่าวถึง การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ

1. วิธีการสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มการบริการและจุดเด่นของสินค้า ซึ่งสิ่งนี้จะมีผลทำให้กำไรของบริษัทลดลง

2. บริษัทต้องสามารถสร้างกำไร โดยการผลิตลงทุน หรือการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถวัดได้ด้วยวิธีการ ดังนี้

2.1 ระบบการติดตามและข้อเสนอแนะ เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของข้อเสนอแนะต่าง ๆ

2.2 การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เครื่องมือที่ใช้มากคือการวิจัยตลาด

2.3 การเลือกซื้อ โดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่งกัน พร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

2.4 การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น เพื่อทราบถึงสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ

มิลเล็ต (Millet. 1954 : 4 ; อ้างอิงใน วิชากรณ ชัยกุล. 2551 : 14) ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของหน่วยงานของรัฐนั้น ควรจะพิจารณาจากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกศักดิ์ในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely service) หมายถึง การให้บริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ จะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม มิลเล็ต เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงเวลา จะไม่มีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพ หรือสมรรถนะที่ทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จากที่กล่าวมาของ Millet เกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานของรัฐหากนำมาปฏิบัติในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกคอน เช่น ในการให้บริการอย่างเสมอภาคเมื่อมีใครมาเสียภาษีเจ้าหน้าที่ต้องให้ความสำคัญกับทุกคนไม่ใช่เห็นญาติเรามากก็บริการให้กับญาติเราก่อนและการบริการก็ต้องทำให้ทันต่อเวลาใช้เวลาให้เป็นประโยชน์เพราะยังมีผู้มาคอยใช้บริการอยู่อีกมากมายรวมทั้งสถานที่จะต้องมีเพียงพอสำหรับผู้มารับบริการรอ เช่น ห้องรับรอง หรือสถานที่จอดรถ สิ่งเหล่านี้เป็นความประทับใจที่ผู้มาใช้บริการควรได้รับหลังจากนั้นผู้มาใช้บริการก็จะมี ความกระตือรือร้นในการชำระภาษีให้กับ

องค์การบริหารส่วนตำบลโคกคอน ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางด้านประสิทธิภาพประสิทธิผล และบรรยากาศของการทำงานต่อประชาชน และสังคมโดยรวม

### 3. ระดับความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลคั้งนั้นในการวัดความพึงพอใจต่อบริการอาจจะกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ (เพิ่มศักดิ์ บัวส่อง. 2553 : 40-41)

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการขอร้องหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัดแสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบ หรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะหมายถึง ความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่

2. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ และหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยา ท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

3. การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งในการที่ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่งจะเห็นได้ว่า การวัดความพึงพอใจนั้นสามารถวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือกลุ่มตัวอย่างของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

### 4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดลำดับความพึงพอใจของผู้บริโภค นอกจากจะขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในของแต่ละบุคคลแล้ว ยังมีผลกระทบจากปัจจัยภายนอกซึ่งทำให้ผู้บริโภคต้องเสาะหาข่าวสารเพิ่มเติม แม้แต่สมาชิกในครอบครัวเดียวกัน ปัจจัยภายนอกก็ทำให้พวกเขามีความหวังแตกต่างกัน อาจสรุปเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ดังนี้ (มณฑกาญจน์ วิจิตรสกลธ. 2552 : 27-28)

1. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal needs) แม้ว่ารายได้จะเป็นปัจจัยกำหนดความต้องการด้านอาหาร เสื้อผ้า แต่พึงระลึกเสมอว่าอารมณ์ที่ต้องการของผู้บริโภคก็เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดความพึงพอใจ

2. ความตั้งใจที่จะใช้ (Intended use) ผู้บริโภคแต่ละบุคคลจะได้รับความกดดันให้ทำกิจกรรมหนึ่งมากกว่าอีกกิจกรรมหนึ่ง และความพึงพอใจในสินค้าใด ๆ ยี่ห้อใด ๆ ของผู้บริโภคย่อมต้องเกิดจากรายการผลิตภัณฑ์ที่จัดสรรไว้แล้ว (Assortments) ของผู้บริโภค

3. ระดับของความจูงใจ (Degree of motivation) แรงจูงใจ (Motives) ของผู้บริโภคมีบทบาทอย่างมากในการกำหนดลำดับความพึงพอใจ จนกว่าจะมีแรงจูงใจที่มากพอจะกระตุ้นให้ผู้บริโภค รู้สึกได้ว่าตนยังขาดแคลนสินค้านั้นอยู่ในปัจจุบันที่มีภาวะการแข่งขันสูง สินค้าแต่ละชนิดแต่ละยี่ห้อจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน และเป็นผลให้ความต้องการในสินค้าตัวใดตัวหนึ่งถูกเลื่อนออกไป

4. ประสบการณ์ในสินค้านั้นๆ (Experience with product) ประสบการณ์ในอดีตเกี่ยวกับสินค้า จะเป็นสิ่งสำคัญในการวัดความพึงพอใจของบุคคลในปัจจุบัน

5. ราคา (Price) ราคาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กำหนดความพึงพอใจของผู้บริโภค เพราะราคามีผลกระทบต่อรายได้ ผู้บริโภคคนหนึ่งอาจต้องการสินค้าส่วนหนึ่งและจัดอันดับความพึงพอใจไว้สูง ๆ แต่ก็ถูกขัดขวางจากราคาของสินค้าและบริการนั้น ๆ ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมพิจารณาราคาว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ เลือกยี่ห้อ และขนาดบรรจุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าตัดสินใจนั้นเป็นไปอย่างเร่งด่วน

6. ความเป็นเหตุเป็นผลของข่าวสารจากภายนอก (Logic of external information) แม้ว่าขณะรับรู้ข่าวสารนั้นเหมาะสมหรือไม่เพียงใด แต่หลังจากผู้บริโภควิเคราะห์ข่าวสารที่ได้รับแล้วว่ามีเหตุผลที่เหมาะสม ผู้บริโภคก็จะมีปฏิกิริยายอมรับข่าวสารนั้นและข่าวสารที่ได้มาใหม่นั้นจะถูกนำไปใช้ทบทวนประเมินถึงความต้องการในสินค้านั้นอีก และยินดีที่จะซื้อสินค้านั้น ๆ อีกทั้งที่มีอยู่ในครอบครองแล้ว ในทางกลับกันผู้บริโภคจะทิ้งละไม่สนใจข่าวสารใด ๆ ที่ผู้บริโภควิเคราะห์แล้ว ไม่มีเหตุผลสมควรที่เหมาะสม

7. การได้รับความสนับสนุนความคิดจากกลุ่มภายนอก (Support for external group ideas) ญทัวไปข้อหนึ่งคือ ความพึงพอใจของผู้บริโภคมีผลมาจากความคิดที่ได้รับการพิจารณาสนับสนุนจากกลุ่มภายนอก เช่น สินค้าที่เป็นแฟชั่น สำหรับคนหมู่มาก ผู้บริโภคยอมให้ความตั้งใจและความต้องการที่มากขึ้น

8. อิทธิพลจากภายนอกทั้งทางตรงและทางอ้อม (Direct and indirect external influence) ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการจัดลำดับความพึงพอใจของผู้บริโภค

สรุปว่า คุณลักษณะต่าง ๆ ของการบริการนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการให้ บริการ ในทุกองค์กร และเมื่อนำคุณลักษณะเหล่านี้มารวมเข้าด้วยกันเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาถึงทัศนคติ ของประชาชนต่อการให้บริการรับชำระภาษีขององค์กรบริหารส่วนตำบลโลกคอน อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย พบว่าการวัดระดับทัศนคติควรวัดจากคุณลักษณะ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค
2. ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา
3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ
4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง
5. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า

เมื่อนำคุณลักษณะเหล่านี้มาใช้ในการให้บริการแก่ผู้มาชำระภาษีให้กับองค์กร บริหารส่วนตำบลโลกคอน จะทำให้การปฏิบัติงานด้านจัดเก็บมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีรายได้เพิ่มมากขึ้นเพียงพอที่จะใช้จ่ายตามประมาณการ ในแต่ละปีและเป็นแนวทางในการ ปรับปรุงต่อไปในอนาคต

## 5. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

นักวิชาการ ได้พัฒนาทฤษฎีที่อธิบายองค์ประกอบของความพึงพอใจ และอธิบาย ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับปัจจัยอื่น ๆ ไว้หลายทฤษฎี

มาสโลว์ (Abraham H. Maslow, 1954 ; อ้างอิงใน สุวัฒน์ วัฒนวงศ์, 2547 : 172 – 173) เป็นนักจิตวิทยาที่ได้นำเสนอทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของมนุษย์ โดยเสนอแนวความคิดที่ว่า การจูงใจของมนุษย์จะเป็นไปตามลำดับขั้น ตอนอย่างเป็นระบบ ลำดับขั้นตอนความต้องการนี้ เรียกว่า (Hierarchy of Needs) ซึ่งสามารถจัดแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกได้ 5 ขั้นตอนดังนี้

**ขั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกายและสรีรวิทยา (Bodily Needs or Physiological Needs)** เป็นความต้องการที่มาสโลว์ และนักจิตวิทยา เห็นว่าเป็นความต้องการระดับ แรกสุด ได้แก่ อาหาร น้ำเพื่อบรรเทาความหิว ความต้องการทางเพศ การพักผ่อนนอนหลับ การได้ หย่อนใจ

**ขั้นที่ 2 ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety needs)** จะเกิดขึ้น เมื่อความ ต้องการขั้น ที่ 1 ได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะแสวงหาความมั่นคง การป้องกันภัยอันตราย ต่าง ๆ ถ้าหากไม่ได้รับการสนองตอบ คนเราอาจหาทางหลบหนีไปจากสภาพนั้น ๆ ก็ได้

**ขั้นที่ 3 ความต้องการความรู้และการเข้าเป็นสมาชิกในกลุ่ม**

(Love and belonging needs) เพราะว่าการได้รับความอบอุ่น การยอมรับจากสมาชิกหรือเพื่อนในกลุ่ม ต้องการทราบว่าตนเองมีฐานะอย่างไรในกลุ่มนั้น

ขั้นที่ 4 ความต้องการได้รับการยกย่องในด้านความมีชื่อเสียงและเกียรติยศ (Self-esteem needs) ซึ่งหมายถึงลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการได้รับความเคารพ ความเชื่อมั่น อื่น ๆ ทำให้เกิดความรู้สึกอิสระมีเสรีภาพ และความมีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ

ขั้นที่ 5 ต้องการได้กระทำตามความสามารถที่เป็นจริงเป็นขั้นสุดท้ายของความ ต้องการ และเป็นความต้องการสูงสุดของบุคคล เพื่อแสดงถึงสิ่งที่เขามีความสามารถ และศักยภาพที่จะกระทำได้

วอลเลอร์สไตน์ (Wallerstein, 1995 : 27; อ้างอิงใน ประภาส เกตุแก้ว, 2546 : 11) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้น เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย และอธิบายว่าความพึงพอใจเป็นกระบวนการทางจิตวิทยา ไม่สามารถมองเห็น ได้ชัดเจนแต่สามารถคาดคะเน ได้ว่ามีหรือไม่มีจากการสังเกตพฤติกรรมของคนเท่านั้น การที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ จะต้องศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบที่เป็นสาเหตุแห่งความพอใจขึ้น

สรุปว่า ทฤษฎีแรงจูงใจเป็นทฤษฎีที่สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิต เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานต่อ ความรู้สึกที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ตามที่คาดหวังไว้ และประสบความสำเร็จตามความคาดหวังนั้นก็จะเป็นกลายเป็นความรู้สึกพึงพอใจ

## 6. ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความพึงพอใจ

มณฑกานูจน์ วิจิตรสถลธ์ (2552 : 27) ได้กล่าวว่า แหล่งข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคอย่างหนึ่งก็คือประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภค และสิ่งที่เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในแง่ของการให้หลักประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคนั้น คือ นักการตลาดสามารถใช้การโฆษณา การส่งเสริมการขาย จูงใจให้คนซื้อสินค้าอย่างไรก็ได้ แต่ในแง่ของประสบการณ์ขั้นสุดท้ายแล้วนั้น ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคว่ามีความพึงพอใจจะมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า แต่ถ้าผู้บริโภคไม่เกิดความพึงพอใจในสินค้าก็จะทำให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดีกับสินค้า

ผู้บริโภครับรู้ (Awareness) ว่าสินค้านั้นมีขายอยู่แล้วจึงเกิดการยอมรับ (Acceptance) ซึ่งสิ่งนี้คือ ทัศนคติ (Attitude) เมื่อผู้บริโภคเริ่มยอมรับแล้วจะทำการค้นหา (Search) ว่าสินค้านั้นมีขายที่ไหน มีคุณสมบัติอย่างไร เมื่อได้ข้อมูลจากการค้นหาแล้วผู้บริโภคจะเลือก (Select)ว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อเมื่อซื้อก็จะนำไปใช้ (Use) จากนั้นผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) หรือไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) หลังจากใช้สินค้านั้น ซึ่งสิ่งนี้มีผลกลับไปสู่การยอมรับ (Acceptance)ว่าจะชอบมากขึ้นหรือลดลง (บวกหรือลบ) การยอมรับหรือทัศนคติของผู้บริโภคเกิดจากข้อมูล

(Information) ที่ได้รับเป็นทัศนคติก่อนใช้ (Pre-Attitude) เป็นประสบการณ์ส่วนตัว (Direct experience) ของผู้บริโภคจะเป็นส่วนสำคัญมากกว่าทัศนคติก่อนใช้ เป็นนักการตลาดจะนำหลักการนี้มาพิจารณาในแง่ของการตลาดจะทราบว่าจะถึงแม้ว่านักการตลาดจะพยายามสื่อสารกับผู้บริโภค โดยการโฆษณา (Advertising) ประชาสัมพันธ์ (Public relations) แล้วก็ตาม ถ้าสินค้าไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคก็จะมีผลต่อการซื้อซ้ำเกิดขึ้น

สรุปว่า องค์การบริหารส่วนตำบลโลกคอน ให้บริการดี มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี มีความเป็นกันเอง มีอริยาศัยที่ดีต่อประชาชนที่มาใช้บริการ ก็จะเป็นประสบการณ์ที่ดีของประชาชนว่าได้รับการบริการดี ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดี มีความพึงพอใจเป็นที่ยอมรับของประชาชน กลับมาใช้บริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลโลกคอนต่อไป

## แนวคิดเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล

### 1. การจัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบล

กรมการปกครอง (2542 : 19) เนื่องจากสภาตำบลซึ่งจัดตั้งขึ้นตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 326 ลงวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2515 ในขณะนั้นไม่มีฐานะเป็นนิติบุคคลทำให้การบริหารงานไม่สามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ขาดความคล่องตัวในการบริหารงาน สมควรปรับปรุงฐานะของสภาตำบลและการบริหารงานของสภาเสียใหม่ให้สามารถรองรับการกระจายอำนาจไปสู่ประชาชนได้มากขึ้น รวมทั้งการยกฐานะสภาตำบลให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งเป็นราชการส่วนท้องถิ่น ในพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบล (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 ได้มีบทบัญญัติกำหนดให้มีการยุบรวมองค์การบริหารส่วนตำบล ดังนี้

1.1 องค์การบริหารส่วนตำบลอาจรวมกับองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีเขตติดต่อกันภายในเขตอำเภอเดียวกันได้ ตามเจตนารมณ์ของประชาชนในเขตตำบลนั้น

1.2 องค์การบริหารส่วนตำบลอาจรวมกับหน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นที่มีเขตติดต่อกันภายในอำเภอเดียวกันได้ตามเจตนารมณ์ของประชาชนในเขตตำบลนั้น

1.3 องค์การบริหารส่วนตำบลใดมีจำนวนประชากรทั้งหมดไม่ถึง 2,000 คน เป็นเหตุไม่สามารถบริหารงานพื้นที่นั้นให้มีประสิทธิภาพได้ ให้กระทรวงมหาดไทยประกาศยุบองค์การบริหารส่วนตำบลดังกล่าว โดยให้รวมพื้นที่เข้ากับหน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นที่มีเขตติดต่อกันภายในเขตอำเภอเดียวกัน ตามเจตนารมณ์ของประชาชนในตำบลนั้น

พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2546 ได้กำหนดเพิ่มเติมให้สภาตำบลที่มีรายได้ไม่รวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณที่ล่วงมาติดต่อกันเป็นเวลา 3 ปี



เฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละ 150,000 บาท ก่อตั้งเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลได้เพื่อให้มีความสัมพันธ์กับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 และเป็นไปตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติระเบียบบริหารงานบุคคลส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542

## 2. โครงสร้างองค์การบริหารส่วนตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลแบ่งโครงสร้างออกเป็น 3 ส่วน คือ

2.1 สภาองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นองค์กรฝ่ายนิติบัญญัติ สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลมาจากการเลือกตั้งของประชาชน โดยตรง จำนวนสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลให้มีหมู่บ้านละ 2 คน ในกรณีที่องค์การบริหารส่วนตำบลใดมีเพียง 1 หมู่บ้าน ให้สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลนั้นประกอบด้วยสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลนั้นจำนวน 6 คน และในกรณีที่เขตองค์การบริหารส่วนตำบลใดมีเพียง 2 หมู่บ้าน ให้สภาองค์การบริหารส่วนตำบลนั้นประกอบด้วย สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวนหมู่บ้านละ 3 คน และมีวาระในการดำรงตำแหน่ง 4 ปี

2.2 นายกององค์การบริหารส่วนตำบลมาจากการเลือกตั้งของประชาชนทั้งตำบล รองนายกององค์การบริหารส่วนตำบลมาจากการแต่งตั้งของนายกององค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 2 คน และเลขานุการมาจากการแต่งตั้งของนายกององค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 1 คน คณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นองค์กรฝ่ายบริหารทำหน้าที่บริหารกิจการขององค์การบริหารส่วนตำบล ให้เป็นไปตามมติข้อบัญญัติและแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบล โดยรับผิดชอบต่อสภาองค์การบริหารส่วนตำบลจัดทำแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบล และงบประมาณรายจ่ายประจำปี รายงานผลการปฏิบัติงาน และการใช้จ่ายเงินต่อสภาองค์การบริหารส่วนตำบลรวมทั้งมีหน้าที่อื่น ๆ ตามที่ราชการมอบหมาย โดยมีวาระดำรงตำแหน่ง 4 ปี ไม่เกิน 2 วาระติดต่อกัน

2.3 พนักงานส่วนตำบลประกอบด้วย ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล หัวหน้าส่วนการคลัง หัวหน้าส่วนโยธา หัวหน้าส่วนสาธารณสุข หัวหน้าส่วนการศึกษาหรือหัวหน้าส่วนต่าง ๆ ที่องค์การบริหารส่วนตำบลกำหนดครอบคลุมโครงสร้างเป็นข้าราชการส่วนท้องถิ่นมาจากการสอบคัดเลือก ส่วนลูกจ้างมาจากการจัดจ้างโดยอำนาจขององค์การบริหารส่วนตำบล โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการพนักงานส่วนตำบลก่อน

### 3. บทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล

บทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2546

มาตรา 66 กำหนดให้องค์การบริหารส่วนตำบล มีบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาตำบล ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

มาตรา 67 ภายใต้บังคับแห่งกฎหมายตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลมีบทบาทหน้าที่ที่ต้องทำในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ดังนี้

1. จัดให้มีและบำรุงรักษาทางน้ำ และทางบก
2. รักษาความสะอาดของถนน ทางน้ำ ทางเดิน และที่สาธารณะรวมทั้งการกำจัด

ขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล

3. การป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ
4. การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
5. การส่งเสริมการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม
6. ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ
7. คุ้มครอง ดูแล และบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
8. บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมอันดีงาม

ของท้องถิ่น

9. ปฏิบัติหน้าที่ทางราชการมอบหมายโดยจัดสรรงบประมาณ หรือ บุคลากร

ให้ตามความจำเป็นและสมควร

มาตรา 68 ภายใต้บังคับแห่งกฎหมาย องค์การบริหารส่วนตำบลอาจจัดทำกิจกรรมในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ดังนี้

1. ให้มีน้ำเพื่อการอุปโภค บริโภค และการเกษตร
2. ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าหรือแสงสว่างโดยวิธีอื่น
3. ให้มีและบำรุงรักษาทางระบายน้ำ
4. ให้มีและบำรุงสถานที่ประชุม การกีฬา การพักผ่อนหย่อนใจ และสวน

สาธารณะ

5. ให้มีและส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรและกิจการสหกรณ์
6. ส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมในครอบครัว
7. บำรุงและส่งเสริมการประกอบอาชีพของราษฎร
8. การคุ้มครองดูแลรักษาทรัพยากรอันเป็นสาธารณะสมบัติของแผ่นดิน

9. หาผลประโยชน์จากทรัพย์สิน ขององค์การบริหารส่วนตำบล
10. ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือ และท่าข้าม
11. กิจการเกี่ยวกับการพาณิชย์
12. การท่องเที่ยว
13. การผังเมือง

## องค์การบริหารส่วนตำบลโคกคอน อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย

### 1. ข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้ง อาณาเขต สภาพทั่วไป

#### 1.1 ประวัติตำบลโดยย่อ

ตำบลโคกคอนได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อประมาณ 400 ปีมาแล้ว ตามตำนานที่ได้รับการบอกกล่าวเล่าขานจากผู้เฒ่าผู้แก่ดังนี้มีราษฎรประมาณ 26 ครัวเรือน ได้อพยพหลบหนีการสงครามฮ่อ (จีนใหญ่) มาจากหมู่บ้านท่าช้าง ประเทศลาวซึ่งในสมัยนั้นแม่น้ำโขงมีขนาดกว้างไม่มากนัก การไป – มาสะดวกมาก การอพยพจึงได้ขนสัมภาระทรัพย์สินเงินทองติดตัวมาด้วยเท่าที่จำเป็น มีครอบครัวหนึ่งได้หาบครกหินเคลือบทองคำมาด้วยซึ่งเป็นครกหินที่มีขนาดใหญ่ ขนาดกว้างมีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 30 ซม. พอมายังบริเวณนี้จึงหยุดการเดินทาง ตั้งเป็นหมู่บ้าน เรียกว่า “บ้านโคกคอน” คำขวัญ คือ “ชุมชนเก่าโบราณ ถิ่นฐานเกษตรกรรม แดนธรรมจริยะ”

องค์การบริหารส่วนตำบลโคกคอนได้รับการจัดตั้งเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลตามประกาศลงวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2540

#### 1.2 ที่ตั้ง

องค์การบริหารส่วนตำบลโคกคอน ตั้งอยู่เลขที่ ตำบลโคกคอน อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย โดยตำบลโคกคอนห่างจากที่ว่าการอำเภอท่าบ่อ ประมาณ 11 กิโลเมตร

#### 1.3 เนื้อที่

เนื้อที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกคอน มีเนื้อที่ทั้งหมด ประมาณ 30,769 ไร่ (32.50 ตารางกิโลเมตร)

#### 1.4 ภูมิประเทศ

สภาพทั่วไปพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบมีป่าไม้ประมาณ 60% ของพื้นที่ทั้งหมด มีแหล่งน้ำธรรมชาติเกือบทุกหมู่บ้าน ในฤดูแล้งไม่สามารถเก็บกักน้ำไว้ใช้ได้ตลอดปีจึงทำให้การเกษตรในพื้นที่ได้รับความเดือดร้อนในเรื่องการผลิตไม่สามารถทำการเกษตรได้

ทิศเหนือ	ติดตำบลน้ำโมง อำเภอท่าบ่อ จังหวัด
ทิศตะวันออก	ติดต่อดำบลบ้านว่าน อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย
ทิศใต้	ติดต่อดำบลบ้านฝ่อ จังหวัดอุดรธานี
ทิศตะวันตก	ติดต่อดำบลนาข่า อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย

### 1.5 การปกครอง

ตำบลโลกคอน แบ่งการปกครองออกเป็น 7 หมู่บ้านในเขตความรับผิดชอบองค์การบริหารส่วนตำบลโลกคอน

### 1.6 สภาพทางเศรษฐกิจ

เนื่องจากพื้นที่ของตำบลโลกคอนเป็นพื้นที่ราบ ประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 90 ของพื้นที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การปลูกข้าว เป็นอาชีพหลักยึดค้าสำเร็จรูปเป็นอาชีพเสริม และมีประชากรบางส่วนได้อพยพแรงงานไปประกอบอาชีพต่างถิ่นรวมทั้งเดินทางไปขายแรงงานต่างประเทศอีกจำนวนหนึ่ง

### 1.7 ลักษณะภูมิอากาศ

เนื่องจากตำบลโลกคอน มีภูมิประเทศเป็นที่ราบมีป่าไม้ประมาณร้อยละ 60 ทำให้มีฝนตกชุกในฤดูฝนระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึง ตุลาคม ในฤดูหนาวราวเดือน พฤศจิกายน ถึง กุมภาพันธ์ จะมีอากาศหนาวเย็นเนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้ อุณหภูมิต่ำสุดประมาณ 11 องศาเซลเซียส ส่วนใหญ่ ในฤดูร้อนตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึง เมษายน อากาศจะร้อนจัด อุณหภูมิสูงสุดประมาณ 35 องศาเซลเซียส

## 2. พันธกิจการพัฒนา (Mission)

- 2.1 ปรับปรุง อบต. ให้อยู่ในสถานภาพเมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่
- 2.2 ส่งเสริมปรับปรุงและพัฒนาระบบการศึกษา
- 2.3 ส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบอาชีพภายใต้ นโยบายเศรษฐกิจพอเพียง
- 2.4 ส่งเสริมและสนับสนุนประเพณี วัฒนธรรม กิจกรรมศาสนา และภูมิปัญญาท้องถิ่น สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

## 3. วิสัยทัศน์การพัฒนา (Vission)

แหล่งวัดดูโบราณ สืบสานวัฒนธรรม ลำดับความสำคัญของปัญหา ประชาชนมีส่วนร่วม พัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจรุ่งเรือง

#### 4. ศักยภาพขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกคอน

จำนวนบุคลากร จำนวน 40 คน

4.1 ตำแหน่งปลัด อบต. จำนวน 1 คน

4.2 ตำแหน่งงานในสำนักปลัด อบต. จำนวน 3 คน

4.3 ตำแหน่งงานในส่วนการคลัง จำนวน 4 คน

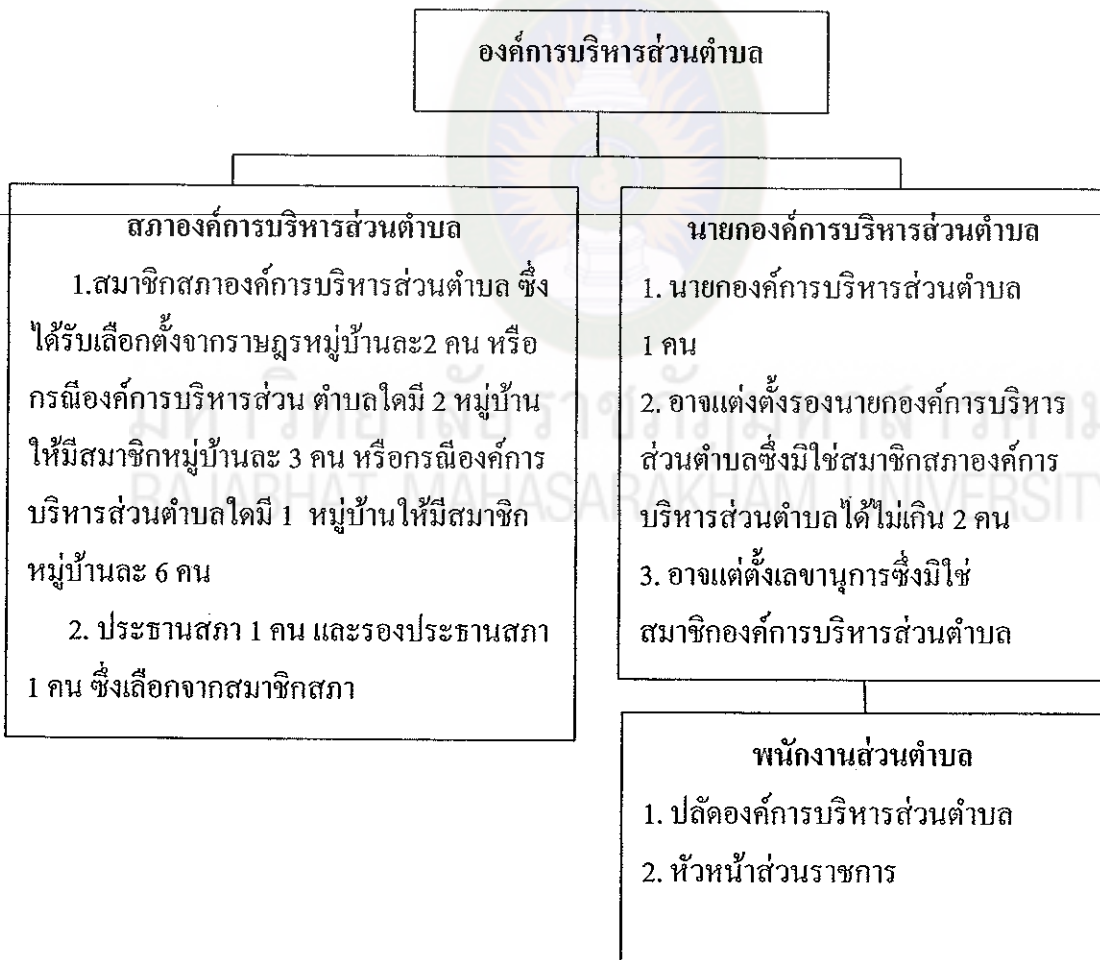
4.4 ตำแหน่งงานในส่วนโยธา จำนวน 2 คน

4.5 ตำแหน่งงานในส่วนการศึกษาฯ จำนวน 1 คน

4.6 ตำแหน่งลูกจ้างประจำ จำนวน 1 คน

4.7 ตำแหน่งพนักงานจ้าง จำนวน 28 คน

#### โครงสร้างองค์การบริหารส่วนตำบล



แผนภาพที่ 1 โครงสร้างองค์การบริหารส่วนตำบลตามพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 5 พ.ศ. 2546 (องค์การบริหารส่วนตำบลโคกคอน พ.ศ. 2554)

## 5. การปฏิบัติงาน

องค์การบริหารส่วนตำบลโลกคอน อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหนึ่งซึ่งมีการให้บริการประชาชนในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีโรงเรือน และที่ดิน ภาษีป้าย มีรายได้จากการจัดเก็บภาษีในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาพบว่าในปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 จัดเก็บได้จำนวน 80,078.30 บาท งบประมาณการที่ตั้งไว้ 70,000 บาท ซึ่งจัดเก็บได้สูงกว่าประมาณการที่ตั้งไว้ และในปี พ.ศ. 2554 จัดเก็บได้จำนวน 75,471.51 บาท งบประมาณที่ตั้งไว้ 90,000 บาท ซึ่งจัดเก็บได้ต่ำกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ รายได้จากการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลโลกคอน จะนำไปจัดสรรเป็นงบประมาณในการพัฒนาภารกิจอำนาจหน้าที่หลัก และภารกิจอำนาจหน้าที่ที่ได้รับการถ่ายโอน เพื่อให้ประชาชนและสังคมส่วนรวมได้รับผลประโยชน์จากเงินภาษีที่ประชาชนเป็นผู้ชำระ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลโลกคอน ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีลักษณะเดียวกันและคล้ายคลึงกันที่สามารถเทียบเคียงกับการศึกษาถึงทัศนคติของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลโลกคอน ดังนี้

วไลรัตน์ สวัสดิ์ (2546 : 52) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลหนองไผ่แก้ว อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่าประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลหนองไผ่แก้ว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลหนองไผ่แก้ว พบว่า สถานภาพผู้เสียภาษี ระดับการศึกษา และระดับรายได้มีผลต่อระดับความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลหนองไผ่แก้ว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลหนองไผ่แก้ว

ทศวรรณ ฉายวิจิต (2547 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า บมจ. ทศท. คอร์ปอเรชั่น ศึกษาเฉพาะกรณีส่วนบริหารศูนย์บริการลูกค้านครหลวงที่ 6 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกัน มีผลกระทบต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ในด้านการให้บริการของพนักงาน ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ศูนย์บริการลูกค้าประสบการณ์การรับบริการ ชนิดของการบริการ และการพบเห็นข่าวสารประชาสัมพันธ์จากสื่อ และข้อเสนอแนะที่ได้ คือ ควร

เพิ่มจำนวนพนักงาน และจุดชำระค่าบริการ ในส่วนของงานชำระเงินให้มากขึ้น ควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ ควรจะมีการนำสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มไว้บริการผู้บริโภคร เพื่อที่จะให้ผู้บริโภคได้รู้สึกผ่อนคลายในระหว่างรอรับบริการ

นัฐ์ โภททพงศ์ (2547 : 23) รายงานการวิจัย ทักษะคติและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ โดยมีการศึกษาถึงทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชนในพื้นที่ให้บริการที่มีต่อการให้บริการของสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ ที่มีต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ โดยมีตัวชี้วัด 2 ด้าน คือ ด้านพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ตำรวจ และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ โดยใช้แบบสอบถามวัดถึงความพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ สถานีตำรวจนครบาลประจักษ์กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่มาใช้บริการของสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ จำนวน 400 ราย โดยสุ่มแจกแบบสอบถามโดยไม่เจาะจง ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบุคลิกภาพและพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์อยู่ในระดับดี คือ มีการแต่งกายสะอาดสะอ้าน แต่งาน เป็นระเบียบเรียบร้อยมีกิริยามารยาทดี เต็มใจในการให้บริการอย่างเท่าเทียม และในส่วนด้านการให้บริการประชาชนกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า การบริการต่าง ๆ อยู่ในระดับน่าพอใจในการบริการด้านต่าง ๆ ของเจ้าหน้าที่สถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ โดยมีความเอาใจใส่ในการบริการประชาชนเป็นอย่างดีอีกด้วย

ฤทธิชัย เชนจิจะ (2548 : 25) ได้ศึกษาเพื่อประเมินการให้บริการจัดเก็บภาษีองค์การบริหารส่วนตำบลน้ำตก อำเภอพาน้อย จังหวัดน่าน และศึกษาว่าประชาชนในพื้นที่ที่มีความรู้เรื่องการจัดเก็บภาษีรายได้มากน้อยเพียงใด การศึกษาเป็นแบบสอบถาม ผู้เสียภาษีในตำบลน้ำตกผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ผู้บริการตลอดจนสมาชิก กลุ่มตัวอย่าง 335 คน จากการศึกษาพบว่าประชาชนมีความรู้ภาษีรายได้ที่ต้องชำระให้องค์การบริหารส่วนตำบลอยู่ในระดับปานกลาง ทักษะของประชาชนต่อบทบาทผู้นำท้องถิ่นในการบริหารงบประมาณต่อความต้องการขั้นพื้นฐานของประชาชนอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

วฤทธิ สารฤทธิคาม (2548 : 57) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีองค์การบริหารส่วนตำบลคอนงัว อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลคอนงัว โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับปานกลาง การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจประชาชนเพศชายกับหญิงในการติดต่อขอรับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลคอนงัว อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและด้านอาคารสถานที่ และด้านเงินอุดหนุนในการ

ส่งเสริมอาชีพไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านระบบการบริการ และด้านบุคลากร ประชาชนเพศชายกับเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลคอนจัวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี 26-35 ปี 36-45 ปี 46-60 ปี และมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองจัว อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมแต่ละรายด้านไม่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษาปีที่ 6 ถึงอนุปริญญา ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองจัว อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมแต่ละรายด้านไม่แตกต่างกัน

เกรียงศักดิ์ คอนไพร (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตำแหน่งทางบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การภาพสิรินทร์ เขต 2 พบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตำแหน่งทางบริหารสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตำแหน่งทางบริหารสถานศึกษา โดยรวม มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาโดยเรียงความถี่จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ทำให้เพื่อนร่วมงานมีความศรัทธา และไว้วางใจมากขึ้น การเป็นผู้บริหารทำให้มีโอกาสพัฒนาตนเองในด้านต่าง ๆ มากขึ้น

วิชัย วัชรเวทวิชญ์ และ ปัญญา เสนาเวียง (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ทักษะคิดต่อการดำเนินชีวิตประจำวันในทัศนะทางศาสนาและปรัชญาของพุทธทาสภิกขุและพริตริช นิทซ์เซ่ จากการศึกษาวิเคราะห์พบว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไม่เคยเกิดขึ้นซ้ำกันอย่างที่เราคิดว่ามันเกิดเพราะสถานที่และเวลาต่างกัน แต่ครั้งที่เหตุการณ์นั้นผ่านไป ปริมาณและคุณภาพของเหตุการณ์นั้นได้ถูกยกระดับขึ้นแม้ข้อเท็จจริงเหตุการณ์นั้นจะดีหรือเลวร้ายลงเพียงใด แต่มันไม่มีทางย้อนกลับมายังจุดเดิมของมัน พุทธทาสภิกขุ อธิบายว่า เราต้องมีสติทุกขณะต่อการกระทำในทุกเหตุการณ์ที่เกิดในชีวิตและต้องเป็นผู้ทำต่อตัวกิเลสไม่ใช่ยอมรับต่อการกระทำของกิเลสและเพราะกิเลสนี้เองที่ทำให้ปัญหาต่าง ๆ ในโลกเกิดขึ้น ดังนั้น ถ้ามนุษย์สามารถควบคุมกิเลสนี้ได้ ปัญหาที่จะไม่เกิดขึ้น สุดท้ายผลการวิจัยตอบว่า ถ้าคุณค่าใดจะเกิดขึ้นกับตัวมนุษย์ก็ต่อเมื่อมนุษย์ได้ประเมินคุณค่าและได้สร้างคุณค่าให้กับตัวของเขาเองเท่านั้น

สุภาพร นภาโชติ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริการการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลบางบาง อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี พบว่า ในภาพรวม 6 ด้าน อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านเจ้าหน้าที่จัดเก็บมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก



รองลงมาด้านวิธีการจัดเก็บภาษี และด้านสถานที่ชำระภาษีมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา และอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารการจัดเก็บภาษีแตกต่างกัน สำหรับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารการจัดเก็บภาษีแตกต่างกัน สำหรับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารการจัดเก็บภาษีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ข้อเสนอแนะว่าหน่วยงานควรกำหนดคน โยบายที่ชัดเจน ตั้งงบประมาณให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่เกี่ยวกับภาษี ควรให้บริการนอกเวลาราชการ และจัดให้มีเจ้าหน้าที่บริการอย่างเพียงพอ เพื่อเป็นการประหยัดเวลา

สุมาลี ชัยสุวรรณ (2550 : 64-65) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้รับบริการการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาใหญ่ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของ ประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษี พบว่า ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านขั้นตอนการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับน้อย

อารีย์ อภิรมย์วารีย์ (2550 : 58) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านใหม่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการในการจัดเก็บภาษี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านประชาชนมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้านเรียงตามลำดับ คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านความซื่อสัตย์สุจริตในการให้บริการ ด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และด้านความสะอาดของสถานที่ โดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน

ปัทมา จุงศิริ (2550 : 58) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลคลองเปื้ยะ อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา พบว่า ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลคลองเปื้ยะ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชน พบว่า ระดับการศึกษา อาชีพ อายุ เพศ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการจัดเก็บภาษีไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้เสียภาษีมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

วัลลวี ศีลพันธุ์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนคติและความเข้าใจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการประกอบอาชีพอิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 148 คน ผลการวิจัย พบว่า ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นสิ่งทอ/เสื้อผ้า/เครื่องแต่งกาย ส่วนใหญ่

เคยเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับเรื่องการผลิต อบรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศหรือด้านธุรกิจ พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ มีความรู้ความเข้าใจด้านพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ หรือนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง

ขวัญจิรา วงศ์นวลตา (2551 : 83) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลแก้งไก่อำเภอสังขุม จังหวัดหนองคาย ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลแก้งไก่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชน พบว่า ระดับการศึกษา อาชีพ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลแก้งไก่อ มีความแตกต่างกันนัยสำคัญ .05 ส่วนสถานภาพของผู้เสียภาษีไม่มีความแตกต่างกันต่อระดับความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการจัดเก็บภาษี

วิไลรัตน์ สุวรรณรินทร์ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริการของศูนย์การเรียนนอกโรงเรียน อำเภอโพธิ์พิสัย จังหวัดหนองคาย เปรียบเทียบทัศนคติของการบริหารงาน และข้อเสนอแนะต่อการบริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่เป็นนักศึกษา จำนวน 354 คน พบว่า ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริการโดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน อยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด เมื่อเปรียบเทียบระดับทัศนคติที่มีต่อการให้บริการ ที่มีเพศแตกต่างกัน อาชีพแตกต่างกัน โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข้อเสนอแนะของการวิจัย พบว่า ผู้บริหารควรให้ความสำคัญของการบริการประชาชน ควรศึกษาดูงานในหน่วยงานอื่น คัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานตามขั้นตอนของระบบทางราชการด้วยความยุติธรรม รับฟังความคิดเห็นจากประชาชน เก็บรวบรวมข้อมูลของชุมชนทั้งข้อดี ข้อเสีย โอกาส อุปสรรคที่ผ่านมา เพื่อนำมาใช้ประกอบการบริการ

สมศักดิ์ พัสดร (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานราชการ สำนักชลประทานที่ 5 ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน โดยรวมและรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง การจำแนกตามเพศ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการจำแนกตามสถานภาพ มีความคิดเห็นแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 โดยข้าราชการมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากกว่าลูกจ้างและพนักงานราชการ ได้รับแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพ ดังนี้ ควรมีการสนับสนุนด้านสวัสดิการด้านต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน และเพิ่มเงินเดือนค่าครองชีพให้เหมาะสมกับยุคสมัยปัจจุบัน

มณฑลกาญจน์ วิจิตรสกุลย์ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริ โภคนมเปรี้ยวของผู้บริ โภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริ โภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง รายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ผู้บริ โภคมีทัศนคติต่อนมเปรี้ยว โดยรวมอยู่ในระดับดี มีแรงจูงใจในการเลือกซื้อนมเปรี้ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้บริ โภคมีความพึงพอใจต่อการบริ โภคนมเปรี้ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้บริ โภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ โดยรวมต่อการบริ โภคนมเปรี้ยว แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวกับความพึงพอใจ โดยรวมต่อการ บริ โภคนมเปรี้ยว พบว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกในระดับปานกลางที่ระดับนัยสำคัญทาง สถิติ .05

ธิดารัตน์ โสดา (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยทัศนคติของนักศึกษาต่อการให้บริการ หอพักนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นักศึกษากลุ่มตัวอย่างชายและนักศึกษา หญิงมีทัศนคติต่อการให้บริการหอพักนักศึกษาของมหาวิทยาลัยในภาพรวมทุกด้านคือ ด้านการ บริหาร ด้านบริการและสวัสดิการด้านกายภาพ ด้านกิจกรรมและด้านรักษาความปลอดภัย ว่ามี ความเหมาะสมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อตามด้านต่าง ๆ พบว่านักศึกษาชาย เห็นว่าการให้บริการด้านบริการและสวัสดิการเรื่อง การอำนวยความสะดวก เมื่อมีญาติพี่น้องหรือ เพื่อนมาขอพบ และด้านการรักษาความปลอดภัยเรื่องคุณสมบัติในการทำงานของพนักงานรักษา ความปลอดภัยประจำหอพักเช่นความสุภาพ และความรับผิดชอบในงาน มีระดับความเหมาะสม น้อย ส่วนทัศนคติของนักศึกษาหญิง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อตามด้านต่าง ๆ พบว่านักศึกษาหญิง เห็นว่าด้านการบริหาร เรื่อง การจัดระบบซ่อมบำรุงอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน หอพัก ด้านบริการและสวัสดิการหนังสือพิมพ์และข่าวสารประชาสัมพันธ์ของหอพักสำหรับ นักศึกษา รวมทั้งการจัดบริการด้านกิจกรรมนักศึกษาในหอพัก นั้นมีความเหมาะสมในระดับน้อย นอกจากนี้ นักศึกษา ยังให้ข้อเสนอแนะในด้านอื่น ๆ ซึ่งมหาวิทยาลัยต้องทำการพิจารณาในระดับ นโยบาย เช่น ควรมีการปรับปรุงอัตราค่าบริการห้องพักให้มีราคาถูกลง การพิจารณาขยายเวลา การเข้า – ออกหอพักนักศึกษา ควรมีการปรับปรุงจำนวนผู้พักอาศัยให้เหมาะสมกับขนาดของ หอพักรวมทั้งการพิจารณาการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนา นักศึกษาสำหรับนักศึกษาใน หอพักด้วย

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย เรื่อง ทักษะคติของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลโลกคอน อำเภอกำแพง จังหวัดหนองคาย ใน 5 ด้าน ของ (Millet. 1954 : 4 ; อ้างอิงใน วิชากรณ์ ชัยกุล. 2551 : 14) ซึ่งกำหนดตัวแปรที่วิจัยไว้ดัง โครงสร้างดังต่อไปนี้

### ตัวแปรอิสระ

#### ข้อมูลทั่วไปของกลุ่ม

ตัวอย่าง ประกอบด้วย

1. อาชีพ
2. รายได้
3. หมู่บ้านที่อาศัยอยู่



### ตัวแปรตาม

การให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลโลกคอน อำเภอกำแพง จังหวัดหนองคาย 5 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค
2. ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา
3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ
4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง
5. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า

แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย