

แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการ  
หน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4  
GUIDELINE FOR DEVELOPMENT SERVICE QUALITY INFLUENCING WORD  
OF MOUTH OF USERS AGENCIES UNDER REGIONAL EXCISE OFFICE 4

วันวิสา ชนุพันธ์\*<sup>1</sup>, สืบชาติ อันทะไชย<sup>2</sup>

Wanwisa Chanoonan\*<sup>1</sup>, Suebchart Unthachai<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

<sup>1,2</sup>Master of Business Administration Program, Faculty of Management, Udon Thani Rajabhat University

\*Corresponding author's e-mail: 64130702106@udru.ac.th\*<sup>1</sup>

Received: April 22, 2024

Revised: June 14, 2024

Accepted: June 21, 2024

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการของหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานยังไม่มีแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการตามแนวคิดของ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) ที่ได้กำหนดมิติการประเมินคุณภาพบริการ 5 มิติ ซึ่งประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความเชื่อมั่น และการรู้จักและเข้าใจ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพบริการ และระดับการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 การวิจัยนี้เป็นรูปแบบผสมผสานวิธีระหว่างเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่ใช้บริการขออนุญาตขายสุรา ยาสูบ และไพ่ ของหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเชื่อถือ รองลงมาคือ การตอบสนอง ความเป็นรูปธรรม การให้ความเชื่อมั่น และการรู้จักและเข้าใจ ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการบอกต่อ อยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณภาพบริการกับการบอกต่อ พบว่า คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อการบอกต่อนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางบวก อยู่ในระดับสูง เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แนวทางการพัฒนา คือ สำนักงานควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

การให้บริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก และเมื่อเกิดข้อผิดพลาดให้รีบดำเนินการแก้ไขโดยทันที ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจในการบริการ และเกิดการบอกต่อจากประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้รับบริการรายอื่น ๆ ต่อไป

**คำสำคัญ:** คุณภาพบริการ; การบอกต่อ; สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4

### Abstract

The researcher has seen guidelines for the development service quality of agencies under Region Excise Office 4. At present, the agency does not have guidelines for developing service quality according to the concept of Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988), which has defined five dimensions for evaluating service quality, which consist of concreteness, trustworthiness, responsiveness, assurance, and knowing and understanding. The objectives of this research were 1) to study the level of service quality and the level of word of mouth of user agencies under Region Excise Office 4, 2) to study the influence of service quality on the word of mouth of user agencies under Region Excise Office 4, and 3) to study development guidelines. Service quality was affected the word of mouth of user agencies under Region Excise Office 4. This research was a mixed-methods research, both quantitative and qualitative study. The sample group were 400 people who came to use the service by requesting the permission to sell liquor, tobacco, and playing cards from the agencies under Region Excise Office 4. The research findings revealed that the majority of respondents had the highest level of opinion on the service's quality. The aspect with the highest average value was trust, following by responsiveness concreteness, assurance, knowing, and understanding, respectively. The most respondents had opinions on word of mouth at a high level. An analysis of the relationship between service quality and word of mouth found that service quality has a high influence on word of mouth at the 0.05 level in the positive direction. According to the assumptions the development guidelines state that the office should have facilities for service recipients. Providing services must consider the service recipient. When an error occurs, the agency should take action in mediathy. This will make the service recipient impressed by the service. and spread the word of the good experience to other service recipients.

**Keyword:** service quality; word of mouth; region excise office 4

### ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

หน่วยงานราชการที่เป็นหน่วยงานให้บริการประชาชน ในแต่ละวันมีประชาชนเข้าไปติดต่อหน่วยงานราชการเป็นจำนวนมาก และเพื่อให้ประชาชนเกิดความสะดวกสบาย มีความพึงพอใจหลังจากเข้ารับบริการ หน่วยงานจะต้องปรับการบริการให้มีความทันสมัย ย่นระยะเวลาและลดขั้นตอนการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของคน

ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยทุกวันนี้คนมักใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ ต้องการความรวดเร็วทันใจ อีกทั้งยังช่วยให้การทำงานคล่องตัว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยยังคงรักษาคุณภาพไว้ได้อย่างเหนียวแน่น ทั้งนี้จึงเป็นหัวใจสำคัญที่สร้างความประทับใจแก่ประชาชนได้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งช่วยยกระดับหน่วยงานตามความต้องการได้อย่างรวดเร็ว

Kotler (2000, p. 428) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง การกระทำหรือความสามารถที่บุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งสนองต่ออีกบุคคลหนึ่งหรือหน่วยงานหนึ่ง โดยเป็นสิ่งซึ่งสัมผัสไม่ได้และไม่เกิดการเป็นเจ้าของ ผลผลิตของการบริการอาจจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ หรือความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการแก่บุคคลหนึ่งหรือหน่วยงานหนึ่ง เช่นเดียวกับ โพรพนา ศรีเสน (2544, หน้า 41) กล่าวว่า การบริการ คือกิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลให้ได้รับความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยหน่วยงานราชการจะต้องอำนวยความสะดวก และตอบสนองความต้องการของประชาชน จนเกิดความประทับใจตามแนวคิดของ ชีริกิต นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2549, หน้า 117) การสื่อสารแบบปากต่อปากทางด้านบวก เมื่อประชาชนพอใจในการบริการก็จะถ่ายทอดให้ผู้อื่น และการสื่อสารแบบปากต่อปากทางด้านลบ หากประชาชนไม่พอใจงานบริการที่ได้รับ ก็อาจถ่ายทอดความรู้สึกไม่พอใจไปยังคนอื่นด้วย

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานราชการต้องมีการติดตามและประเมินคุณภาพบริการอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากประชาชนต่างมีความต้องการและความคาดหวังต่อการได้รับการบริการที่มีคุณภาพ จึงเป็นเหตุผลให้หน่วยงานราชการต้องกำหนดแนวทางในการดำเนินการติดตามถึงประเด็นและระดับของการบริการที่ประชาชนต้องการและคาดหวัง เพื่อให้หน่วยงานปรับเปลี่ยนการให้บริการให้ตรงกับความต้องการและคาดหวังของประชาชนในระดับที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดจนนำไปสู่การบอกต่อ โดยในปัจจุบันหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 ยังไม่มีแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการ SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วยมิติคุณภาพบริการ 5 มิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การเอาใจใส่ ความไว้วางใจ และความเป็นรูปธรรม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อใช้ทราบถึงระดับการบริการของหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 และแนวทางการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผลในการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้มารับบริการ เพื่อนำไปสู่การรับรองมาตรฐานการให้บริการในระดับที่เป็นเลิศต่อไป และใช้เป็นแนวทางให้กับผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาคุณภาพหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพบริการ และระดับการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4

## การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

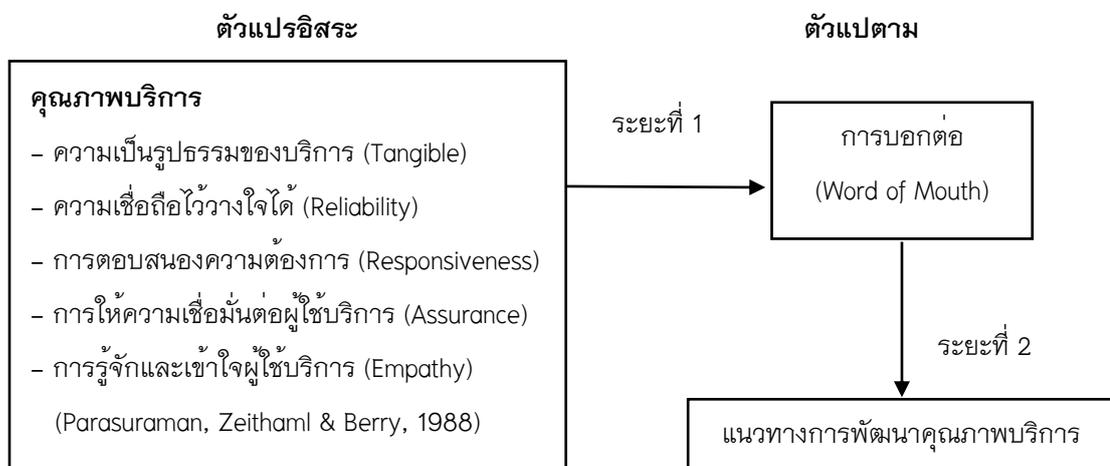
### ทฤษฎีคุณภาพบริการ SERVQUAL 5 ด้าน

ทฤษฎีและแนวคิดคุณภาพบริการ SERVQUAL 5 มิติ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) เป็นเครื่องมือสำหรับการประเมินคุณภาพบริการ ประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความเชื่อมั่น และการรู้จักและเข้าใจ ซึ่งหน่วยงานราชการต้องมีการติดตามและประเมินคุณภาพบริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้หน่วยงานปรับเปลี่ยนการให้บริการให้ตรงกับความต้องการและคาดหวังของประชาชน ในระดับที่สร้างความพึงพอใจสูงสุด เช่นเดียวกับ กุลชน ธนาพงศธร (2528, หน้า 303-304) ได้ให้ความเห็นในเรื่องหลักการให้บริการที่ดีว่ามีหลักการดังต่อไปนี้ การให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของส่วนใหญ่ การให้บริการโดยยึดหลักความสม่ำเสมอ การให้บริการโดยยึดหลักความเสมอภาค การให้บริการโดยยึดหลักประหยัด และการให้บริการโดยยึดหลักความสะอาด โดยแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการแสดงให้เห็นว่าเป้าหมายของการให้บริการนั้น คือ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ เป็นการวัดคุณภาพหน่วยงานให้บริการว่ามีความสามารถสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนได้หรือไม่ เพียงใด

### ทฤษฎีการบอกต่อ

การสื่อสารแบบบอกต่อ (Word of mouth communication) หมายถึงข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการคนอื่น ๆ ทั้งที่เคยหรือไม่เคยได้รับการบริการจากองค์กรผู้ให้บริการมาแล้ว อาจจะเป็นคำแนะนำให้มาใช้บริการ ข้อตำหนิหรือคำบอกล่าต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการนั้น ๆ Rosen (2000, p. 9) ได้จำกัดความการบอกต่อ คือ เรื่องราวทั้งหมดที่เป็นคำพูดปากต่อปากเกี่ยวข้องกับสินค้า หรือบริการ ซึ่งเป็นการรวบรวมการติดต่อสื่อสารระหว่างคน ๆ หนึ่งกับคนอื่นคนหนึ่ง ซึ่งเป็นการพูดที่เจาะจงไปถึงสินค้า หรือบริการ ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาใดก็ตาม เช่นเดียวกับ ชิริกิติ นวรัตน์ อนุชญา (2549, หน้า 117) ให้แนวคิดว่าการสื่อสารแบบปากต่อปากนี้เป็นแหล่งอ้างอิงที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจหรือด้านการบริการ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับการเผยแพร่ออกไปด้วยวิธีการนี้อาจเป็นได้ทั้งในแง่บวกและในแง่ลบ

## กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่เป็นผู้ประกอบการจำหน่ายสุรา ยาสูบ และไฟ ที่มาใช้บริการขออนุญาตขายสุรา ยาสูบ และไฟ ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 จำนวน 171,473 คน ข้อมูลเชิงปริมาณ ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย กำหนดตามสูตรของ ทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973, p. 1088) โดยกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ของขนาดตัวอย่างที่ใช้ได้จากผู้ที่เข้ามาใช้บริการจริง จำนวน 400 คน ข้อมูลเชิงคุณภาพได้มาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษีสรรพสามิต จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ จำนวน 2 คน และผู้ประกอบการร้านค้า จำนวน 2 คน รวมเป็น 6 คน เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยโดยนำผลมาประมวลรวมกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ การให้ความเชื่อมั่น และการรู้จักและเข้าใจ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพภาพของเครื่องมือ ได้แก่ 1) นำแบบสอบถามพบที่ปรึกษาและดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ 2) นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาพิจารณาความถูกต้องชัดเจนเพื่อหาค่า IOC ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ .5 ขึ้นไป ส่วนข้อที่มีค่าน้อยกว่าได้นำไปปรับปรุงให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ 3) การทดลองใช้เครื่องมือกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ซึ่งผลของการวัดค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง .67-1.00 ซึ่งถือว่ามีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้ และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีของ Cronbach ผลการประเมินค่าความเชื่อมั่นมีค่า .904

2. แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งทำการออกแบบคำถามสัมภาษณ์ จากผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณในระยะที่ 1 โดยกำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ที่แสดงถึงแนวทางในการพัฒนาคุณภาพที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ

## วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

### 1. การวิจัยเชิงปริมาณ

- 1.1 จัดทำเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำเครื่องมือไปที่ปรึกษางานวิจัยตรวจสอบความถูกต้อง
- 1.2 เข้ารับการอบรมขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เพื่อขอหนังสือรับรองการอบรม
- 1.3 ทำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
- 1.4 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน
- 1.5 นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องให้สมบูรณ์ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### 2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

- 2.1 ขอหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
- 2.2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อบรรยายลักษณะของข้อมูลทั่วไปที่พบ และการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เป็นการบรรยายข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) พิจารณาและใช้หลักเกณฑ์ของช่วงระดับคะแนน (Class interval) ตามแนวคิดของเบสท์ (Best, 1997 อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2553, หน้า 121) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า พิจารณาและใช้หลักเกณฑ์ของช่วงระดับคะแนน ตามแนวคิดของเบสท์ (Best, 1997 อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2553, หน้า 121) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Multicollinearity test) โดยใช้สถิติ Variance inflation factors (VIFs) และ Tolerance และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบการหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Content analysis) จากเครื่องมือแบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า มาวิเคราะห์เนื้อหาตามหัวข้อที่กำหนด โดยใช้โปรแกรม NVIVO 14 ในการวิเคราะห์ข้อมูล

## ผลการวิจัย

### ระยะที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
- ความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.50	.27	มาก
- ความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.53	.23	มากที่สุด
- การตอบสนองความต้องการ	4.51	.31	มากที่สุด
- การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ	4.50	.27	มาก
- การรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ	4.49	.35	มาก
ภาพรวม	4.52	.23	มากที่สุด

จากตาราง 1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพบริการของหน่วยงานในภาพรวมพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.52$ , S.D. = .23) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ( $\bar{X} = 4.53$ , S.D. = .23) รองลงมาคือ การตอบสนองความต้องการ ( $\bar{X} = 4.51$ , S.D. = .31) ความเป็นรูปธรรมของบริการ และการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ ( $\bar{X} = 4.50$ , S.D. = .27) และการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ ( $\bar{X} = 4.49$ , S.D. = .35) ตามลำดับ

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการบอกต่อ

การบอกต่อ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสำนักงาน และการบริการกับบุคคลอื่น ๆ เสมอ	4.52	.50	มากที่สุด
- หากมีโอกาสจะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ	4.47	.50	มาก
- มักจะเล่าประสบการณ์ที่ดี เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ใช้บริการ	4.49	.50	มาก
- หากมีผู้สนใจซักถามข้อมูลจะแบ่งปันข้อมูล และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการ ในเชิงบวก	4.46	.49	มาก
- แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการให้บริการกับบุคคลอื่น	4.49	.50	มาก
รวม	4.48	.30	มาก

จากตาราง 2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับการบอกต่อในภาพรวม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 4.48$ , S.D. = .30) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสำนักงาน และการบริการกับบุคคลอื่น ๆ เสมอ ( $\bar{X} = 4.52$ , S.D. = .50) รองลงมาคือ มักจะเล่าประสบการณ์ที่ดี เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ใช้บริการรายใหม่ และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการให้บริการกับบุคคลอื่น ( $\bar{X} = 4.49$ , S.D. = .50) หากมีโอกาสจะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ ( $\bar{X} = 4.47$ , S.D. = .50) หากมีผู้สนใจซักถามข้อมูลจะแบ่งปันข้อมูล และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการ ในเชิงบวก ( $\bar{X} = 4.46$ , S.D. = .49) ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงผลการศึกษาค่าความสัมพันธ์คุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ

ตัวแปร คุณภาพบริการ	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
- ความเป็นรูปธรรมของบริการ	.73	3.65
- ความเชื่อถือไว้วางใจได้	.75	4.01
- การตอบสนองความต้องการ	.51	2.36
- การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ	.80	3.09
- การรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ	.66	4.54

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว (คุณภาพบริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองความต้องการ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ) ค่า Tolerance มีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า VIF ไม่เกิน 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ ในระดับต่ำ สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระจากกัน

ตาราง 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการกับการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4

(n=400)

คุณภาพบริการ	การบอกต่อ		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	.43	.00	ปานกลาง
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้	.56	.00	ปานกลาง
3. การตอบสนองความต้องการ	.66	.00	สูง
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ	.68	.00	สูง
5. การรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ	.72	.00	สูง
รวม	.70	.00	สูง

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 ( $\alpha = .05$ ) ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ ทั้ง 5

ด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับที่สูง ( $r = .70$ ) กับการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 5 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการ กับการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4

คุณภาพบริการ	B	Std. Error	$\beta$	t	Sig.
ค่าคงที่	.51	.19		2.58	.00
-ความเป็นรูปธรรม ( $X_1$ )	.21	.42	.18	5.00	.00
-ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ( $X_2$ )	.27	.70	.23	4.98	.00
-การตอบสนองความต้องการ ( $X_3$ )	.24	.73	.25	3.41	.00
-การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ( $X_4$ )	.22	.68	.20	3.26	.00
-การรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการ ( $X_5$ )	.31	.59	.36	5.40	.00

R = .78  $R^2 = .62$  Adjusted  $R^2 = .61$  SEE = .19 F = 126.50 Sig = .00

จากตาราง 5 พบว่า ค่า R เท่ากับ .78 ซึ่งค่าดังกล่าวเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวแปรต้นซึ่งประกอบไปด้วยคุณภาพบริการ 5 ด้านได้แก่ ความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองความต้องการ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 ซึ่งมีค่าขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ .78

ค่า  $R^2(2)$  เท่ากับ .62 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวแปรต้นสามารถอธิบายการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 ได้ร้อยละ 62

ค่า Adjusted  $R^2(2)$  เท่ากับ .61 แสดงให้เห็น อำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 61

ค่า SEE เท่ากับ .19 แสดงให้เห็น ความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ .20

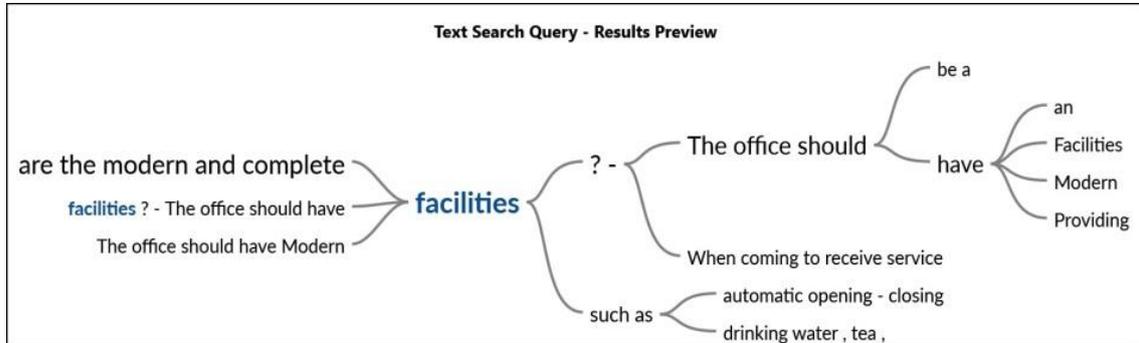
ค่า F เท่ากับ 126.50 ซึ่งให้ เห็นว่าการถดถอยพหุคูณมีสัดส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 ได้มากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 126.50

ค่า Sig เท่ากับ .00 ซึ่งให้ เห็นว่าคุณภาพบริการ 5 ด้านอย่างน้อย 1 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4

ค่า B แสดงถึงค่าคงที่และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของกลุ่มตัวแปรต้นที่ใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ซึ่งค่าคงที่เท่ากับ .51 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยด้านความเป็นรูปธรรมเท่ากับ .21 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้เท่ากับ .27 ด้านการตอบสนองความต้องการเท่ากับ .24 ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการเท่ากับ .22 และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการเท่ากับ 0.31 ตามลำดับ



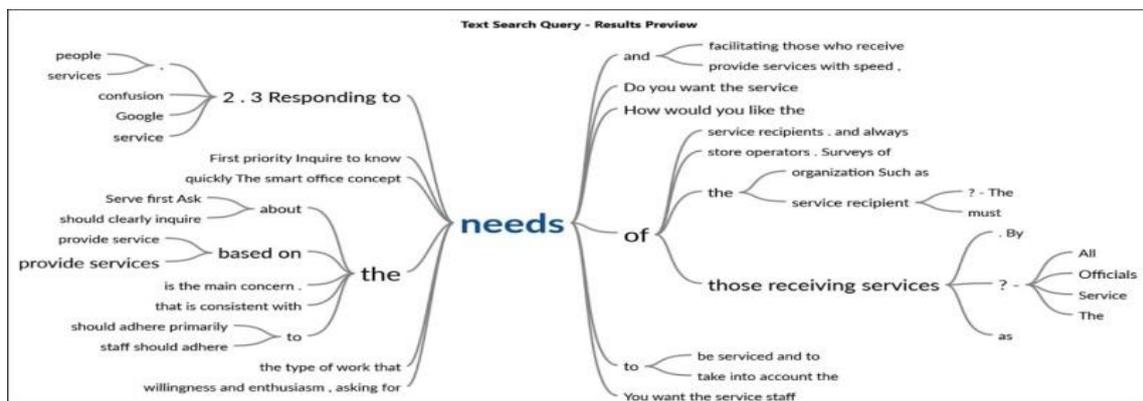
ความสัมพันธ์และให้ข้อมูลที่ เป็นลักษณะที่เหมือนกันโดยการตรวจสอบคำซ้ำ (Word frequency Query) ในแต่ละด้านที่ได้ จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยประเด็นการสัมภาษณ์คุณภาพบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของ บริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ การให้ความเชื่อมั่น และการรู้จักและเข้าใจ



ภาพที่ 3 การแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความเป็นรูปธรรมของบริการมีอิทธิพลต่อการบอกต่อ (Word tree facilities)

จากแบบสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า

จากภาพที่ 3 แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทันสมัย มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ เช่น สำนักงานควรมีประตูเปิด - ปิด อัตโนมัติ บริการน้ำดื่ม ชา กาแฟ เป็นต้น ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ ทำให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวก สบาย และรู้สึกประทับใจในการเข้ารับบริการในแต่ละครั้ง

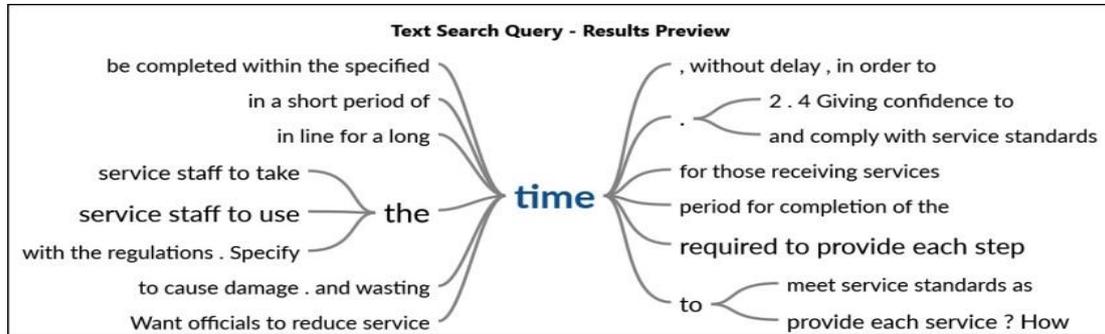


ภาพที่ 4 การแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความเชื่อถือไว้วางใจได้มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ (Word tree need)

จากแบบสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า

จากภาพที่ 4 แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้เข้ารับบริการ มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ โดยผู้ให้บริการจะต้องยึดความต้องการของผู้รับบริการเป็นสำคัญ เจ้าหน้าที่ควรสอบถามผู้มารับบริการอย่างละเอียด

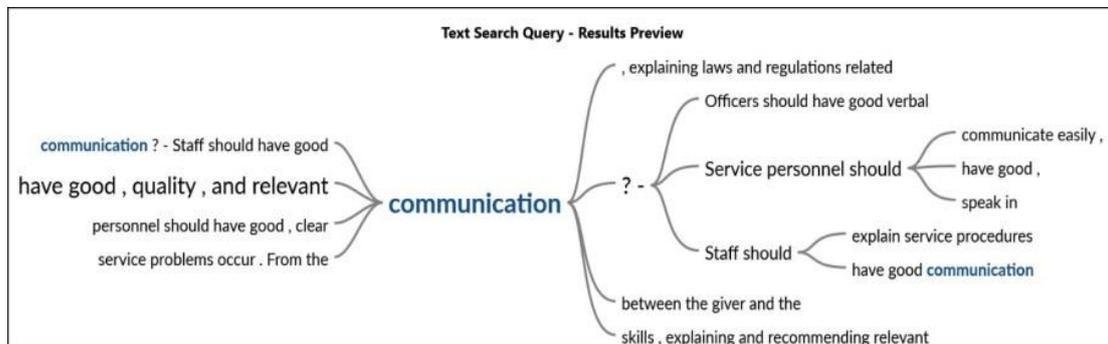
เพื่อให้ทราบถึงประเภทงานที่ต้องการมาใช้บริการ และชี้แจงให้ผู้มารับบริการเข้าใจในขั้นตอน กระบวนการทำงาน อย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสน ควรให้บริการด้วยความเต็มใจ กระตือรือร้น สอบถามความต้องการ อำนวยความสะดวกให้กับผู้มารับบริการ และปรับปรุงการให้บริการอยู่เสมอ



ภาพที่ 5 การแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลต่อการบอกต่อ (Word tree time)

จากแบบสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า

จากภาพที่ 5 แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างเวลาในการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการบอกต่อโดยเจ้าหน้าที่ ควรลดระยะเวลาในการให้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว ให้กับประชาชนผู้มารับบริการ การให้บริการด้วยความรวดเร็ว และให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ การให้บริการในแต่ละประเภทงาน ควรทำให้เสร็จภายในเวลาที่กำหนดไม่ล่าช้า ไม่ให้รอคิวนาน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

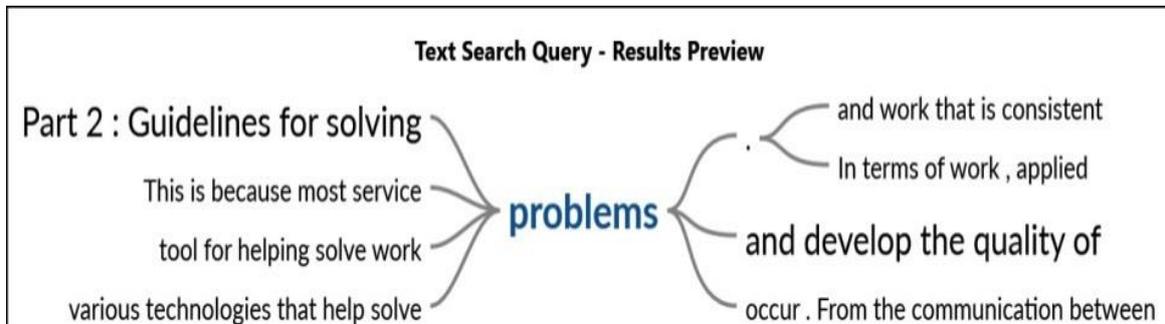


ภาพที่ 6 การแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อการบอกต่อ (Word tree communication)

จากแบบสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า

จากภาพที่ 6 แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ โดยเจ้าหน้าที่ ควรมีคุณลักษณะทางวาจาที่ดีเช่น พูดชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย ใช้น้ำเสียงให้เหมาะสมกับผู้ฟังและสถานการณ์

มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการอย่างถูกต้อง กระชับ โดยใช้ภาษาที่ผู้มารับบริการเข้าใจง่าย หรือพูดคุยกับผู้รับบริการอย่างไม่เป็นทางการก็ได้ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความเข้าใจ ทั้งนี้เพราะปัญหาของการให้บริการส่วนใหญ่จะเกิดจากการสื่อสารระหว่างผู้ให้กับการรับบริการ ดังนั้นหากสามารถนำคุณลักษณะทางวาทาที่ดีมาใช้ได้มาก ปัญหาการบริการก็จะลดลงเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้อง มีการติดต่อสื่อสารที่ดี มีคุณภาพ ตรงประเด็น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและการบอกต่อบริการให้กับบุคคลอื่น



ภาพที่ 7 การแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อการบอกต่อ

(Word tree problems)

จากแบบสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า

จากภาพที่ 7 แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการแก้ไขปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ เมื่อเกิดข้อผิดพลาด ในการให้บริการ เจ้าหน้าที่ควรแสดงความรับผิดชอบ และหาวิธีแก้ไขข้อผิดพลาดให้กับผู้รับบริการโดยทันที เพื่อไม่ให้เกิดข้อพิพาทกัน และระมัดระวังในการปฏิบัติงานทุกครั้งเพื่อลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้

### การอภิปรายผล

จากการวิจัย แนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

คุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 โดยบริเวณภายในสำนักงานมีป้ายแนะนำขั้นตอน และจุดให้บริการแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนทั้งภายนอก และภายในสำนักงาน ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้ารับบริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว สอดคล้องกับแนวคิด ไพรพนา ศรีเสน (2544) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลูตินันท์ รอดไพร และรัฐชาติ ทัศนัย (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณภาพบริการผ่านระบบแอปพลิเคชัน “เป่าตั้ง” ของประชาชนในเขตพื้นที่อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการที่ส่งต่อคุณภาพบริการผ่านระบบแอปพลิเคชัน “เป่าตั้ง” ได้แก่ ประเภทธุรกรรมในการใช้บริการ ส่งผลต่อด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และจำนวนเงินที่ใช้ในการทำ

ธุรกรรม ส่งผลต่อด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 โดยเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ และตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าใจง่าย และไม่เกิดความสับสน สอดคล้องกับงานวิจัยของมณฑกานต์ นิมเกิด และสุธรรม พงศ์สำราญ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของฝ่ายวิชาการ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผลจากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของฝ่ายวิชาการ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความไว้วางใจ ด้านความเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองทันที และด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ สาขาวิชาไม่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการของฝ่ายวิชาการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การตอบสนองความต้องการของหน่วยงาน (Responsiveness) มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 โดยเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส ใส่ใจในงนบริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ สอดคล้องกับแนวคิดของไพโรพนา ศรีเสน (2544) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของพิสินันท์ สุสวัสดิ์ทองคำ และวิจิตรา ศรีสอน (2565) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนของสำนักงานสาธารณสุข อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาวิจัยพบว่าแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชน ของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งลักษณะด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่น ตามลำดับ

การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ (Assurance) มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 โดยสำนักงานมีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ง่าย สะดวก และเจ้าหน้าที่ยินดีรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้มารับบริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในการเข้ารับบริการในแต่ละครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของวิรัตน์ ชนะลิมา และทตมัล แสงสว่าง (2564) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาล ตำบลหนองนาคำ กรณีศึกษาตำบลบ้านโคก อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น พบว่า คุณภาพบริการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นของเทศบาลตำบลหนองนาคำ ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่และด้านสิ่งจับต้องได้ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของประชาชนที่มารับบริการชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านโครงสร้างภาษี ในภาพรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และพบว่าคุณภาพบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่น กับเทศบาลตำบลหนองนาคำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรคุณภาพบริการทั้ง 5 ตัว สามารถร่วมกันส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ ได้ร้อยละ 36.40

การรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ (Empathy) อิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 โดยได้รับความเห็นอกเห็นใจทุกครั้งที่ได้เข้ารับบริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของวรกมลวรรณ รักษา (2565) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และการรับคุณค่าของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำสุนัขในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยนี้เป็นการศึกษาคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการรับคุณค่าของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการ สระว่ายน้ำสุนัข ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้คุณภาพบริการ (Service Quality) ทั้ง 5 องค์ประกอบ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสจับต้องได้ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง ความต้องการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และความเอาใจใส่ (Empathy) เข้าร่วมจากงานวิจัยแสดงให้เห็นว่าการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเอาใจใส่ (Empathy) มีผลต่อการรับคุณค่าของผู้บริโภค และรับคุณค่าของผู้บริโภคมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการจนนำไปสู่ความความภักดีของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำสุนัขในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 โดยผู้ใช้บริการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสำนักงาน และการบริการกับบุคคลอื่นเสมอ ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการโดยสำนักงานมีป้ายแนะนำขั้นตอน และจุดบริการ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนทั้งภายนอกและภายในสำนักงาน ทำให้การเข้ารับบริการเกิดความรวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจในการเข้ารับบริการทุกครั้ง จึงทำให้เกิดการบอกต่อ สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะวัลย์ โยบัว และวสุธิตา นุริตมนต์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพบริการที่ส่งผลกระทบต่อแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการผลิตภัณฑ์รถพลังงานไฟฟ้า บริษัท เอช เซม มอเตอร์ จำกัด (เครือฮิวเวอเลีย กรุ๊ป) พบว่า ผู้ใช้บริการผลิตภัณฑ์รถพลังงานไฟฟ้า มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบอกต่อแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการผลิตภัณฑ์รถพลังงานไฟฟ้า ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ส่งผลต่อการบอกต่อแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการผลิตภัณฑ์รถพลังงานไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## องค์ความรู้ใหม่

จากผลการสัมภาษณ์สามารถนำมาสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 ดังนี้

1. ปรับปรุงหน่วยงานให้มีความเหมาะสมกับภารกิจที่รับผิดชอบ ลดความซ้ำซ้อน มีความยืดหยุ่น คล่องตัวสูง สามารถปรับตัวได้อย่างต่อเนื่อง ตอบสนองต่อบทบาทภารกิจหรือบริบทในสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
2. นำเทคโนโลยีมาใช้ภายในหน่วยงาน เพื่อปรับปรุงระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ทำให้การบริหารงานของภาครัฐมีประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น ยกกระดับคุณภาพการให้บริการประชาชน สร้างความโปร่งใสในการดำเนินงาน และให้บริการ
3. ส่งเสริมให้ส่วนราชการมีการพัฒนาระบบการจัดการข้อร้องเรียนและแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนอย่างจริงจัง โดยเน้นการจัดการเชิงรุก มีการรวบรวมหลักเกณฑ์และกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนให้มีประสิทธิภาพ เป็นมาตรฐาน ตอบสนองทันที่ซึ่งสามารถติดตามเรื่องร้องเรียนได้ตั้งแต่จุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของการให้บริการ รวมไปถึงการมีฐานข้อมูล และระบบสารสนเทศในการเชื่อมโยงข้อมูลกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ ผลจากการศึกษาได้ผลลัพธ์ว่า ผู้ใช้บริการให้ระดับความสำคัญมากที่สุด กับการให้บริการเป็นไปตามระบบ ตามขั้นตอน โดยเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการควรยิ่งพัฒนาคุณภาพบริการด้านนี้ โดยให้ความสนใจอย่างจริงจังในการให้บริการผู้ให้บริการทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรม หรือการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันมากยิ่งขึ้น การปฏิบัติต่อผู้ให้บริการจะต้องสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติผู้ให้บริการตลอดเวลา

1.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ผลจากการศึกษาได้ผลลัพธ์ว่า ผู้ใช้บริการให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ และตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง ดังนั้น เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจึงควรมีความรู้ในการให้บริการอย่างแท้จริง มุ่งถึงบริการที่มีคุณภาพสูง และต้องให้บริการอย่างถูกต้อง และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องหมั่นพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

1.3 การตอบสนองความต้องการ ผลจากการศึกษาได้ผลลัพธ์ว่า ผู้ใช้บริการให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ ดังนั้น เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการต้องรู้จักวางตัวให้เหมาะสม ถูกกาลเทศะ มีการแสดงออกที่เป็นมิตรเปิดเผยและจริงใจ ปฏิบัติอย่างกระตือรือร้น สนองความต้องการของผู้รับบริการรู้จักทักทายให้เหมาะสมแสดงความเต็มใจที่จะให้บริการ

1.4 การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ผลจากการศึกษาได้ผลลัพธ์ว่า ผู้ใช้บริการให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับสำนักงานมีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ง่าย สะดวก และเจ้าหน้าที่ยินดีรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้มารับบริการ ดังนั้น สำนักงานควรเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารออนไลน์ที่สะดวก ทันสมัย และเข้าถึงง่ายมากยิ่งขึ้น โดยให้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการพัฒนาช่องทางการติดต่อให้ง่าย

1.5 การรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการ ผลจากการศึกษาได้ผลลัพธ์ว่า ผู้ใช้บริการให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับรู้สึกได้รับความเห็นอกเห็นใจทุกครั้งที่ได้เข้ารับบริการ ดังนั้น เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการควรมีการต้อนรับอย่างอบอุ่น การให้เกียรติผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความสำคัญ และพึงผู้ให้บริการพูดและสบตาด้วยความเอาใจใส่ ให้บริการด้วยความเท่าเทียม

1.6 การบอกต่อ ผลจากการศึกษา ได้ผลลัพธ์ว่า ผู้ใช้บริการให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสำนักงาน และการบริการกับบุคคลอื่น ๆ เสมอ ดังนั้น องค์กรควรมีส่วนร่วมที่จะช่วยพัฒนางานด้านการบริการเป็นอย่างมาก เพราะองค์กรถือเป็นแกนหลักในการกำหนดแนวทางการให้บริการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับบริการ และบอกต่อคุณภาพบริการแบบปากต่อปากทางด้านบวก

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากงานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4 ซึ่งหากทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอให้ศึกษาหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคอื่น ๆ หรือระดับสำนัก หรือระดับกรม เพื่อที่จะนำผลการศึกษามาทำการเปรียบเทียบปรับปรุง อันจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการในระดับที่เป็นเลิศต่อไป

2.2 ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรเลือกศึกษาในปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น แนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานทางอิเล็กทรอนิกส์

## เอกสารอ้างอิง

- กุลชน ฌนาพงศธร. (2528). *การบริหารงานบุคคล*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ฐิตินันท์ รอดไพร และรัฐชาติ ทัศนัย. (2565). การศึกษาคุณภาพบริการผ่านระบบแอปพลิเคชัน “เป่าตั้ง” ของประชาชนในเขตพื้นที่อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 14(2), 109–127.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปิยะวัลย์ ไยบัว และวสุธิตา นุริตมนต์. (2564). อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการบอกต่อแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการผลิตภัณฑ์รถพลังงานไฟฟ้า บริษัท เอช เซม มอเตอร์ จำกัด (เครือฮั่วเสงหลี กรุ๊ป). *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 3(3), 51–65.
- ธีรกีติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2549). *การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์ (Service Marketing: Concepts and Strategies)*. กรุงเทพฯ: แอคทีฟพรีน.
- ฟิลินันท์ สุสวัสดิ์ทองคำ และวิจิตรา ศรีสอน. (2565). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนของสำนักงานสาธารณสุข อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม. *วารสารการบริหารนิเทศบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 8(4), 159–170.
- ไพโรพนา ศรีเสน. (2544). *ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการในงานผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล*. วิทยานิพนธ์พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาลังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- มณฑกานต์ ฉิมเกิด และสุธรรม พงศ์สำราญ. (2560). แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของฝ่ายวิชาการ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 18(1), 36–51.
- วิรัตน์ ชนะลิมา และทตมัล แสงสว่าง. (2564). คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ กรณีศึกษาตำบลบ้านโคก อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(2), 15–18.
- วรกมลวรรณ รักษา. (2565). *คุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำสุนัข ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4. *หน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 4*. สืบค้น 20 มกราคม 2566 จาก [https://www.excise.go.th/region4/ABOUT\\_US/index.htm](https://www.excise.go.th/region4/ABOUT_US/index.htm).
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: The millennium edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Rosen, E. (2000). *The Anatomy of Buzz: Creating word of mouth marketing*. London: Harper Collins.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (Spring 1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12–40.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper & Row.