

อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับ
บริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาที่สาม จังหวัดลำพูน*

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON THE SATISFACTION OF
SERVICE RECIPIENTS AT LI DISTRICT REVENUE OFFICE, LAMPHUN
PROVINCE

สุภัทสร นน่อแก้ว¹ และ พงศ์ศิริ คำขันแก้ว²

Supussorn Norkaew¹ and Pongsiri Kamkankaew²

¹⁻²มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

¹⁻²North-Chiang Mai University, Thailand

Corresponding Author's Email: g672301004@northcm.ac.th

วันที่รับบทความ : 1 พฤศจิกายน 2568; วันแก้ไขบทความ 7 พฤศจิกายน 2568; วันที่ตอบรับบทความ : 9 พฤศจิกายน 2568

Received 1 November 2025; Revised 7 November 2025; Accepted 9 November 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาที่สาม จังหวัดลำพูน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนหรือผู้เสียภาษีจำนวน 382 คน ที่มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาที่สาม จังหวัดลำพูน เครื่องมือในการวิจัยมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.830 ซึ่งอยู่ในระดับสูง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

Citation:



* สุภัทสร นน่อแก้ว และ พงศ์ศิริ คำขันแก้ว. (2568). อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาที่สาม จังหวัดลำพูน. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาลังคม, 3(6), 593-609.

Supussorn Norkaew and Pongsiri Kamkankaew. (2025). The Influence Of Service Quality On The Satisfaction Of Service Recipients At Li District Revenue Office, Lamphun Province.

Journal of Interdisciplinary Social Development, 3(6), 593-609.;

DOI: <https://doi.org/10.>

Website: <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JISDIADP/>

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการมี 3 มิติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ มิติความเป็นรูปธรรม ($\beta = 0.586$) มิติความน่าเชื่อถือ ($\beta = 0.224$) และมิติการตอบสนอง ($\beta = 0.202$) โดยมีค่าการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม (R^2) เท่ากับ 0.885 หรือร้อยละ 88.50 แสดงว่าคุณภาพการบริการทั้งสามมิติมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการในระดับสูง สรุปได้ว่าการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และความเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่องจะช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาลี จังหวัดลำพูน

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ, สำนักงานสรรพากร

Abstract

This research paper aimed to examine the influence of service quality on the satisfaction of service users at the Li District Revenue Office, Lamphun Province. The study employed a quantitative research method using an online questionnaire as the research instrument. The sample consisted of 382 taxpayers or citizens who received services at the Li District Revenue Office. The instrument demonstrated high reliability, with a Cronbach's Alpha coefficient of 0.830. Data were analysed using multiple regression analysis.

The findings revealed that three dimensions of service quality significantly affected user satisfaction at the 0.05 level, namely tangibles ($\beta = 0.586$), reliability ($\beta = 0.224$), and responsiveness ($\beta = 0.202$). The coefficient of determination (R^2) was 0.885, indicating that 88.50% of the variance in satisfaction could be explained by the service quality variables. The results suggest that continuous improvement in service quality, particularly in reliability, responsiveness, and tangibles, can enhance user satisfaction and strengthen the positive image of the Li District Revenue Office, Lamphun Province.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Revenue Office

บทนำ

การบริหารภาครัฐจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงความคาดหวังของประชาชนที่เพิ่มสูงขึ้น ต่อการให้บริการของภาครัฐ (ศุภมาส วิมลเกียรติ, 2564) การบริหารภาครัฐแนวใหม่จึงให้ความสำคัญกับแนวคิดประชาชนเป็นศูนย์กลาง โดยมุ่งเน้นให้หน่วยงานภาครัฐพัฒนาการให้บริการที่มีคุณภาพ โปร่งใส เป็นธรรมและสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข อนุชฌาน โยคุณ อภิรติ ดอนอ่อนบัว มานพ เนตรภักดี อาคม ทีสุกะ และ พงษ์มนัส ตีอด, 2566) การให้บริการของภาครัฐจึงไม่ได้เป็นเพียงภารกิจเชิงหน้าที่เท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างคุณค่า ความเชื่อมั่น และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรภาครัฐในสายตาของประชาชน (พงศ์ศิริ คำชันแก้ว, 2568) การบริหารงานที่เน้นคุณภาพการบริการจึงกลายเป็นหัวใจของการปฏิรูประบบราชการเพื่อยกระดับความพึงพอใจของประชาชนและสร้างความยั่งยืนให้แก่การพัฒนาภาครัฐโดยรวม (จิรัชญา ไทยสยาม ชันฐานันท์ ถิ่นเดิม พรธรรณภา ปิตะนีละพลิน กฤษญา พยุงไทย รวิภัทร ชุ่นแสง และ โชติ บุติรัฐ, 2567)

กรมสรรพากรในฐานะหน่วยงานหลักของกระทรวงการคลังมีบทบาทสำคัญในการจัดเก็บภาษีซึ่งเป็นรายได้หลักของประเทศเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในทุกมิติ (รมิดา ปกรณ์ประเสริฐ, 2567) การดำเนินงานของกรมสรรพากรจึงต้องอาศัยระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และมีมาตรฐานการให้บริการที่ดีเยี่ยม โดยเฉพาะในระดับพื้นที่ซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างรัฐกับประชาชน ผ่านสำนักงานสรรพากรพื้นที่และสาขาต่าง ๆ ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ (พลภูมิ สังข์สุวรรณ รัชนี นิธากร และ ขวัญดาว แจ่มแจ่ม, 2565) การให้บริการที่มีคุณภาพไม่เพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้าง ความเข้าใจและความร่วมมือจากประชาชนผู้เสียภาษี ส่งเสริมให้เกิดการชำระภาษีอย่างสมัครใจและถูกต้องตามกฎหมาย นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของ ประเทศให้มีความมั่นคงและยั่งยืน (ศุภมาส วิมลเกียรติ, 2564)

สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาที่ จังหวัดลำพูน เป็นหน่วยงานระดับพื้นที่ที่มีบทบาทสำคัญในการให้บริการด้านภาษีแก่ประชาชนและผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภอ ซึ่ง เป็นอำเภอขนาดใหญ่ที่มีประชากรประกอบอาชีพเกษตรกรรมและพาณิชย์กรรมรายย่อยเป็นส่วนใหญ่ ทำให้การรับรู้ด้านภาษีและการเข้าถึงบริการภาครัฐมีความแตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา

รายได้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล (สำนักงานสถิติจังหวัดลำพูน, 2567) ดังนั้น การให้บริการที่มีคุณภาพในพื้นที่ดังกล่าวจึงต้องมีความเหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น ทั้งในด้านความรวดเร็ว ความถูกต้อง ความเข้าใจง่ายของข้อมูล ความสุภาพและเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ รวมถึงช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย เช่น การบริการ ณ สำนักงานโดยตรง การให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ และช่องทางออนไลน์เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

อย่างไรก็ตาม การวัดคุณภาพการบริการสามารถใช้แบบจำลอง SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วยมิติ 5 ประการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) ความเอาใจใส่ (Empathy) และรูปธรรม (Tangibles) โดยแต่ละมิติมีความสำคัญในการสร้างประสบการณ์การบริการที่ดีแก่ผู้รับบริการ (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1991) โดยเฉพาะการดำเนินการในพื้นที่ชนบท เช่น อำเภอลี้ยังต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านบุคลากร งบประมาณ และเทคโนโลยี (วิชัย รูปขำดี, 2565) การศึกษาวิจัยคุณภาพการบริการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาลี้ จังหวัดลำพูน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้ทราบถึงระดับคุณภาพการบริการในแต่ละมิติและอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ข้อมูลจากการศึกษานี้จะช่วยให้หน่วยงานสามารถกำหนดแนวทางพัฒนาการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงต่อความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาลี้ จังหวัดลำพูน

สมมติฐานการวิจัย

H1 ความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาลี้ จังหวัดลำพูน

H2 การตอบสนองมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาลี้ จังหวัดลำพูน

H3 ความมั่นใจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาที่ จังหวัดลำพูน

H4 ความเอาใจใส่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาที่ จังหวัดลำพูน

H5 รูปธรรมมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาที่ จังหวัดลำพูน

การทบทวนวรรณกรรม

ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นแนวคิดที่สำคัญในทางจิตวิทยาและการบริหารจัดการบริการ ซึ่งสะท้อนถึงความรู้สึกเชิงบวกของบุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังในระดับที่เท่ากับหรือสูงกว่าที่ตั้งไว้ นันทวุฒิ เถาถวิล และ สุชัยญา สายชนะ (2566) อธิบายว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกในทางบวก ความรู้สึกชอบ พอใจ หรือยินดีที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง ซึ่งส่งผลต่อแรงจูงใจในการดำเนินกิจกรรมต่อไปในทิศทางที่ดี ในขณะที่ณฐนนท ทวสิน อธิพล กาญจนอากาศ สุนิตดา เทศนิยม และ เอกพิชญ์ สุจิ้วงาม (2566) มองว่าความพึงพอใจเป็นทัศนคติทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการที่บุคคลได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนปรารถนา โดยระดับของความพึงพอใจอาจแตกต่างกันตามค่านิยม ประสบการณ์ หรือสิ่งเร้าทางจิตใจที่แต่ละคนเผชิญ โดย รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์ วิจิณัฐ ภัคพรหมินทร์ พงษ์ศักดิ์ สายัญญา ไกลรุ่ง กระแสร์สินธุ์ และ วรณพล ศุภสกุลดำรง (2567) เสริมว่า ความพึงพอใจคือความรู้สึกทางบวกที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองตามระดับที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่คาดหวัง ส่วนชัยญาวีร์ เนตรากุล และ สุมาลี รามัญ (2563) ระบุว่าความพึงพอใจเป็นผลของการเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์จริงกับความคาดหวังของบุคคล ซึ่งอาจก่อให้เกิดทั้งความรู้สึกบวกและลบ ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของแต่ละบุคคล ในทำนองเดียวกัน ขนิษฐา สังฆรักษ์ (2556) เห็นว่าความพึงพอใจเป็นประสบการณ์ทางจิตใจที่เกิดจากการรับรู้ผลลัพธ์เป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่านั้น ส่งผลให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจในเชิงบวก หรือในทางตรงกันข้าม หากผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจในเชิงลบ จากแนวคิดของนักวิชาการข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือการ

ตอบสนองต่อความต้องการ ความปรารถนา และความคาดหวังของตน (Kamkankaew et.al., 2025) ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองตรงตามหรือเหนือกว่าที่คาดหวังไว้ ย่อมก่อให้เกิดแรงจูงใจเชิงบวกและทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ทั้งนี้ระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกันไปตามค่านิยม ประสบการณ์ สภาพแวดล้อม และสิ่งเร้าที่ได้รับ ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการแสดงออกของความพึงพอใจในมิติที่หลากหลาย

คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ หมายถึง ระดับของการให้บริการที่ผู้รับบริการรับรู้ว่าตรงตามหรือสูงกว่าความคาดหวัง ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์ที่ได้รับจริงกับความคาดหวังที่มีอยู่เดิม (Yang et.al., 2024) โดยคุณภาพการบริการถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Arli, van Esch & Weaven, 2024) และเป็นตัวสะท้อนถึงความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ (Sharma et.al., 2024) องค์ประกอบของคุณภาพการบริการสามารถจำแนกได้ 5 มิติ (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1991) ได้แก่

มิติความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือความสามารถของหน่วยงานในการส่งมอบบริการได้ถูกต้อง ตรงเวลา และสม่ำเสมอตามที่ให้คำมั่นไว้ตั้งแต่ครั้งแรก ตลอดจนแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันก่อให้เกิดความไว้วางใจและความภักดีของผู้รับบริการในระยะยาว (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1991; Sharma et.al., 2024)

มิติการตอบสนอง (Responsiveness) สะท้อนความพร้อม ความรวดเร็ว และความเต็มใจของบุคลากรในการให้ข้อมูล ช่วยเหลือ และจัดการข้อร้องเรียนได้ทันทั่วทั้งที่ ซึ่งลดความไม่แน่นอนของผู้ใช้บริการและยกระดับประสบการณ์บริการ นำไปสู่ความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1991; Yang et.al., 2024)

มิติความมั่นใจ (Assurance) นั้นเกิดจากความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความสุภาพ และมาตรฐานวิชาชีพของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติ การยอมรับบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1991; Sharma et.al., 2024)

มิติความเอาใจใส่ (Empathy) คือการเข้าใจความต้องการเฉพาะบุคคล การสื่อสารอย่างใส่ใจ และการจัดบริการที่คำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกมีคุณค่า เกิดความไว้วางใจและความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1991; Arli, van Esch & Weaven, 2024)

มิติความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ครอบคลุมสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เครื่องมือ อุปกรณ์ ความทันสมัย ความสะอาด ความเรียบร้อย ตลอดจนภาพลักษณ์และการแต่งกายของบุคลากร ซึ่งเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ของคุณภาพ ช่วยสร้างการรับรู้ความเป็นมืออาชีพและยกระดับความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1991; Arli, van Esch & Weaven, 2024)

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ และรูปธรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาที่สาม จังหวัดลำพูน การออกแบบการวิจัยมีลักษณะเป็นการสำรวจภาคตัดขวาง (Cross-sectional Survey Research) ซึ่งเก็บข้อมูลในช่วงเวลาเดียวกันจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยคือ ประชาชนหรือผู้เสียภาษีที่มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา จังหวัดลำพูน จำนวน 8,634 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Taro Yamane (1967 อ้างถึงใน Umar & Wachiko, 2021) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 382 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อความเหมาะสมในการเก็บข้อมูลจริง กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวถือว่าเพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ผ่านระบบ Google Form ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ด้านตามแบบจำลอง SERVQUAL และความพึงพอใจ ใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยสถิติสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นรวมของแบบสอบถามเท่ากับ 0.830 ซึ่งอยู่ในระดับสูง แสดงว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือเพียงพอสำหรับการนำไปใช้จริง (Ravinder & Saraswathi, (2020)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึง กันยายน พ.ศ. 2568 โดยเก็บจากประชาชนหรือผู้เสียภาษีที่มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาลี้ จังหวัดลำพูน ผ่านแบบสอบถามออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านที่มีต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการ

ผลการวิจัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย คือ ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาลี้ จังหวัดลำพูน ผลการศึกษาประกอบด้วย ผลการตรวจสอบการแจกแจงปกติของข้อมูล ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปร และผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ผลการตรวจสอบผลการตรวจสอบการแจกแจงปกติของข้อมูล

ก่อนทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบการแจกแจงปกติของข้อมูล พบว่า ตัวแปรความน่าเชื่อถือ (X_REL) การตอบสนอง (X_RES) ความมั่นใจ (X_ASU) ความเอาใจใส่ (X_EMP) รูปธรรม (X_TAN) และ ความพึงพอใจ (Y_SAT) มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.56 ถึง 4.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.619 ถึง 0.665 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 1.96 แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายค่าปานกลาง (Malhotra, Nunan & Birks, 2020) ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง 4.599 ถึง 6.399 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10 และค่าความเบี่ยงอยู่ระหว่าง -2.231 ถึง -

1.925 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 2 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Kline, 2013) รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการตรวจสอบผลการตรวจสอบการแจกแจงปกติของข้อมูล

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU
ความน่าเชื่อถือ (X_REL)	4.57	0.665	-2.231	6.399
การตอบสนอง (X_RES)	4.57	0.641	-2.052	5.426
ความมั่นใจ (X_ASU)	4.58	0.649	-2.122	5.608
ความเอาใจใส่ (X_EMP)	4.56	0.657	-1.925	4.599
รูปธรรม (X_TAN)	4.58	0.619	-2.042	5.377
ความพึงพอใจ (Y_SAT)	4.58	0.636	-2.065	5.430

ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปร

การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปร ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรแต่ละคู่มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ระหว่าง 0.724 ถึง 0.891 แสดงให้เห็นว่าลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง แต่เมื่อพิจารณาพบว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละคู่เกิน 0.70 นั้น เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาความสัมพันธ์ร่วมพหุเชิงเส้นตรง (Multicollinearity) ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาค่า Tolerance ซึ่งต้องมากกว่า 0.01 จะไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ร่วมเส้นตรงเชิงพหุ และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ซึ่งต้องไม่เข้าใกล้ 10 จะไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (Mardia, Kent & Taylor, 2024) เพื่อตรวจสอบว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดจะมีปัญหาความสัมพันธ์ร่วมเส้นตรงเชิงพหุ จริงหรือไม่ ทั้งนี้ผลการตรวจสอบพบว่า ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.053 ถึง 0.197 และค่า VFI อยู่ระหว่าง 5.088 ถึง 8.841 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ร่วมพหุเชิงเส้นตรง และตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัยต่อไป

ตารางที่ 2 แสดงผลการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปร

	Y_SAT	X_REL	X_RES	X_ASU	X_EMP	X_TAN	VIF	Tolerance
Y_SAT	1.000							
X_REL	0.882**	1.000					7.033	0.111
X_RES	0.891**	0.733**	1.000				8.841	0.053
X_ASU	0.864**	0.726**	0.762**	1.000			6.445	0.061
X_EMP	0.865**	0.807**	0.737**	0.737**	1.000		7.319	0.097
X_TAN	0.724**	0.763**	0.784**	0.755**	0.870**	1.000	5.088	0.197

หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ก่อนทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบสมการดังนี้

$$Y_SAT = a + b_1 X_REL + b_2 X_RES + b_3 X_ASU + b_4 X_EMP + b_5 X_TAN$$

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ โดยนำตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว คือ ตัวแปรความน่าเชื่อถือ (X_REL) การตอบสนอง (X_RES) ความมั่นใจ (X_ASU) ความเอาใจใส่ (X_EMP) รูปธรรม (X_TAN) มาทดสอบอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (Y_SAT) ของผู้ที่มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาลี้ จังหวัดลำพูน ผลการทดสอบพบว่า ความน่าเชื่อถือ (X_REL) มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบเท่ากับ 0.215 และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.224 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 (H1) การตอบสนอง (X_RES) มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบเท่ากับ 0.200 และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.202 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 (H2) ความมั่นใจ (X_ASU) มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบเท่ากับ -0.034 และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ -0.035 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ 3 (H3) ความเอาใจใส่ (X_EMP) มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบเท่ากับ -0.005 และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

พหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ -0.005 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ 4 (H4) รูปธรรม (X_TAN) มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบเท่ากับ 0.601 และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.586 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 (H5)

โดยมีค่าคงที่ (a) เท่ากับ 0.108 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.940 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (R^2) เท่ากับ 0.885 หรือร้อยละ 88.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม Y_SAT				
	b	SE	β	t	p-value
a(constant)	0.108	0.085		1.269	.205
X_REL	0.215	0.050	0.224	4.261	0.000*
X_RES	0.200	0.075	0.202	2.652	0.008*
X_ASU	-0.034	0.070	-0.035	-0.490	0.625
X_EMP	-0.005	0.054	-0.005	-0.084	0.933
X_TAN	0.601	0.041	0.586	4.820	0.000*
R = 0.940 $R^2 = 0.885$ $R^2_{\text{change}} = 0.883$					
F = 76.053 Sig ของ F = 0.000 Durbin-Watson = 1.241					

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น จึงสามารถทำการทดสอบสมมติฐานต่อไป

จากตาราง 16 สามารถนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาเขียนสมการได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y_SAT = 0.108 + b_1 X_REL\ 0.215 + b_2 X_RES\ 0.200 + b_5 X_TAN\ 0.601$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Y_SAT = 0.108 + b_1 X_REL\ 0.224 + b_2 X_RES\ 0.202 + b_5 X_TAN\ 0.586$$

จากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับมา
รับบริการ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาที่ จังหวัดลำพูนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปธรรม ($\beta = 0.586$) ด้านความน่าเชื่อถือ ($\beta = 0.224$) และด้านการ
ตอบสนอง ($\beta = 0.202$) ตามลำดับ ส่วนด้านความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่มีผลต่อ
คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับมาบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุพบว่า ตัวแปรความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง
และรูปธรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05 สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความถูกต้อง ความรวดเร็ว และ
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการให้บริการในสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาที่ จังหวัดลำพูน ซึ่ง
สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) ที่ระบุว่า ความ
น่าเชื่อถือและการตอบสนองเป็นองค์ประกอบหลักของคุณภาพบริการที่ส่งผลโดยตรงต่อความ
พึงพอใจของผู้รับบริการ โดยเมื่อหน่วยงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องตามกำหนดเวลา
และตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ทันทั่วถึงที่นั้นย่อมก่อให้เกิดการรับรู้ถึงความเป็น
มืออาชีพและความไว้วางใจในองค์กร เช่นเดียวกับ Yang et.al. (2024) ที่พบว่าความรวดเร็ว
และความพร้อมในการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใน
หน่วยงานภาครัฐ

ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรรูปธรรม (Tangibles) มีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน
สูงที่สุด ($\beta = 0.586$) ซึ่งหมายความว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย
และภาพลักษณ์ของบุคลากร มีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการใน
ระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sharma et.al. (2024) ที่อธิบายว่า สภาพแวดล้อมและ
สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีช่วยเสริมประสบการณ์เชิงบวกในการรับบริการและสร้างความรู้สึ
มั่นใจในคุณภาพของหน่วยงาน ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Arli, van Esch & Weaven
(2024) ที่ชี้ให้เห็นว่า องค์ประกอบเชิงรูปธรรมมีอิทธิพลต่อการประเมินคุณภาพโดยรวมของ
บริการในองค์กรภาครัฐและเอกชนในระดับสูง ส่งผลให้ประชาชนรู้สึกว่าการดำเนินงานมีมาตรฐาน
และมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

ในทางตรงกันข้ามความมั่นใจและความเอาใจใส่ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจเนื่องมาจากลักษณะของการให้บริการในสำนักงานสรรพากรที่มีมาตรฐานและขั้นตอนชัดเจน ทำให้ความแตกต่างด้านบุคลากรหรือความเข้าใจเฉพาะบุคคลไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในระดับสูง (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1991) นอกจากนี้ผู้รับบริการส่วนใหญ่ มุ่งเน้นผลลัพธ์ของการดำเนินงาน เช่น ความรวดเร็วและความถูกต้องของกระบวนการ มากกว่าความสัมพันธ์เชิงอารมณ์กับผู้ให้บริการ (Arli et al., 2024) อย่างไรก็ตามผลการวิจัยโดยรวมที่มีค่า R^2 เท่ากับ 0.885 แสดงว่าคุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจได้ถึงร้อยละ 88.5 ซึ่งเป็นระดับที่สูงมาก สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของคุณภาพบริการต่อการสร้างความพึงพอใจของประชาชนในหน่วยงานภาครัฐอย่างชัดเจน

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้จากผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการ โดยเฉพาะมิติความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และรูปธรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการให้บริการที่มีความถูกต้อง รวดเร็ว และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชัดเจนและทันสมัย ในขณะที่มิติความมั่นใจและความเอาใจใส่ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจ อาจเนื่องมาจากลักษณะการบริการของหน่วยงานภาครัฐที่มีกระบวนการและมาตรฐานชัดเจนอยู่แล้ว ทำให้ผู้มารับบริการคาดหวังความถูกต้องและความรวดเร็วมากกว่าปัจจัยด้านอารมณ์หรือการปฏิสัมพันธ์ส่วนบุคคล ผลการวิจัยนี้จึงก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในเชิงการบริหารงานภาครัฐว่า การยกระดับคุณภาพการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจของประชาชนควรมุ่งเน้นการพัฒนาในด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และความเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดระบบงานที่ชัดเจน สนับสนุนด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และรักษามาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและบุคลากรให้เป็นมืออาชีพ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรที่ดีและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่ประชาชนในระยะยาว

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย พบว่าคุณภาพการบริการในด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และความเป็นรูปธรรม มีอิทธิพลเชิงบวกและอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจของผู้มารับ

บริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา จังหวัดลำพูน โดยเฉพาะมิติความเป็นรูปธรรมมีอิทธิพลสูงที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้รับบริการให้ความสำคัญกับความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด และภาพลักษณ์ของหน่วยงาน รองลงมาคือความน่าเชื่อถือและการตอบสนองที่รวดเร็ว ขณะที่ด้านความมั่นใจและความเอาใจใส่ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยสะท้อนว่าการบริหารคุณภาพบริการที่มีระบบและเป็นรูปธรรมสามารถสร้างความพึงพอใจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยมี **1. ข้อเสนอแนะสำหรับสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา จังหวัดลำพูน** คือ สำนักงานควรมุ่งเน้นพัฒนาและรักษามาตรฐานคุณภาพบริการในมิติที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญมากที่สุด โดยเฉพาะด้านความเป็นรูปธรรม เช่น การปรับปรุงสถานที่ให้สะอาด ทันสมัย และเอื้อต่อการให้บริการ การจัดให้มีอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ช่วยลดระยะเวลาและความซับซ้อนของการทำธุรกรรม รวมถึงเสริมสร้างความน่าเชื่อถือด้วยการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องตามระเบียบ มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ อีกทั้งควรพัฒนาทักษะของเจ้าหน้าที่ให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการอย่างรวดเร็วและเหมาะสม เพื่อสร้างประสบการณ์การบริการที่มีคุณภาพสูงและยกระดับความพึงพอใจของประชาชนในระยะยาว สำหรับ **2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต** ควรขยายขอบเขตไปยังสำนักงานสรรพากรในพื้นที่อื่น เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการในบริบทที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ควรพิจารณาตัวแปรเพิ่มเติม เช่น การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ความไว้วางใจต่อหน่วยงาน หรือการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการให้บริการ ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ ทั้งนี้ควรใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนมุมมองทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ชนิษฐา สังขวัณ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย และธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.), 2(1), 37-38.

- ขวัญเรือน ชัยนันท์, เจตต์ชญญา บุญเฉลียว, พรสุข หุ่นนิรันดร์ และ ธาวารี ชันสำโรง. (2568). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อการใช้บริการ Telemedicine ระหว่างโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนในช่วงการระบาดของโรคโควิด 19: กรณีศึกษา โรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชน จังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 3(2), 125-146.
- จิรัชญา ไทยสยาม, ชนัญนันท์ ถิ่นเดิม, พรรณนา ปิตะนีละพลิน, กฤษฎา พยุงไทย, รวิภัทร ชื่นแสง และ โชติ บุติรัฐ. (2567). ทิศทางการบริหารจัดการองค์กรภาครัฐไทยและการบริการสาธารณะสมัยใหม่. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, 13(2), 3-12.
- ชญญาวิร์ เนตรากุล และ สุมาลี รามัญญ. (2563). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในฐานะตัวแปรคันกลางที่เชื่อมโยงอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการสู่ความภักดีของผู้ใช้บริการอุปกรณ์สิ้นเปลืองของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, 4(1), 61-62.
- ณฐนนท ทวสิน, อีรพล กาญจนากาศ, สุนิตดา เทศนิยม และ เอกพิชญ์ สุจิวาม. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจการใช้บริการของประชาชนผู้ใช้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดสุโขทัย. Procedia of Multidisciplinary Research, 1(10), 38.
- นันทวุฒิ เถาถวิล และ สุขัญญา สายชนะ. (2566). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ. Procedia of Multidisciplinary Research, 1(7), 83.
- พงศ์ศิริ คำขันแก้ว. (2568). การใช้ทฤษฎีการบริหารธุรกิจ. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 3(2), 1132-1163.
- พลภูมิ สังข์สุวรรณ, รัชนิ นิธากร และ ขวัญดาว แจ่มแจ้ง. (2565). กลยุทธ์การพัฒนาการบริหารความเสี่ยงของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา สังกัดสำนักงานสรรพากรภาค 7. วารสารศิลปการจัดการ, 6(2), 969-973.
- รมิดา ปกรณ์ประเสริฐ. (2567). ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการสำนักงานสรรพากรพื้นที่สมุทรปราการ 3 กรมสรรพากร. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 8(3), 296-298.

- รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, วิจิณัฐ ภัคพรหมินทร์, พงษ์ศักดิ์ สายัญญา, ไกล่รุ่ง กระแสร์สินธุ์ และ
วรรณพล ศุภสกุลดำรงค์. (2567). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของ
ผู้โดยสารรถไฟฟ้าฟ้ามหานครสายสีเหลือง. วารสารเกษมบัณฑิต, 25(1), 15–17.
- ศุภมาศ วิมลเกียรติ. (2564). ตัวแปรที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการ
สำนักงานสรรพากรพื้นที่ในจังหวัดสมุทรปราการ. วารสารไตรศาสตร์, 7(2), 38–41.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข อนงค์นาถ โยคุณ อภิรดี ตอนอ่อนบัว มานพ เนตรภักดี อาคม ที่สุกะ และ
พงษ์มนัส ดีอด. (2566). การวิเคราะห์เส้นทางปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อ
ประสิทธิภาพการดำเนินงานของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในเขตพื้นที่รับผิดชอบ
ของสำนักงานสรรพากรภาค 10. วารสารการเมืองการปกครอง, 13(2), 62–65.
- Arli, D., van Esch, P., & Weaven, S. (2024). The impact of SERVQUAL on consumers' satisfaction, loyalty, and intention to use online food delivery services. *Journal of Promotion Management*, 30(7), 1159-1188.
- Kamkankaew, P., Thanitbenjasith, P., Lasakun, P., Duangcompang, E., & Intarasri, V. (2025). Integrating Carbon Footprint into Risk Management: A Sustainable Strategy For Thai Smes. *Journal of Interdisciplinary Social Development*, 3(3), 1238-1266
- Kline, P. (2013). *Handbook of psychological testing*. Routledge.
- Mardia, K. V., Kent, J. T., & Taylor, C. C. (2024). *Multivariate analysis*. John Wiley & Sons.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of retailing*, 67(4), 420.
- Ravinder, E. B., & Saraswathi, A. B. (2020). Literature review of Cronbach alpha coefficient (**A**) and McDonald's omega coefficient (**Ω**). *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(6), 2943-2949.
- Sharma, V., Jangir, K., Gupta, M., & Rupeika-Apoga, R. (2024). Does service quality matter in FinTech payment services? An integrated SERVQUAL and TAM approach. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2), 100252.

- Umar, A. M., & Wachiko, B. (2021). Taro Yamane method for sample size calculation. the survey causes of mathematics anxiety among secondary school students In minna metropolis. Mathematical Association Of Nigeria (Man), 46(1), 188.
- Yang, Q., Wang, Z. S., Feng, K., & Tang, Q. Y. (2024). Investigating the crucial role of logistics service quality in customer satisfaction for fresh e-commerce: A mutually validating method based on SERVQUAL and service encounter theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81, 103940.