บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจของผู้ขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของสำนักงานสรรพากรพื้นที่เชียงใหม่ 1 ได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารแนวความคิดและทฤษฎี รวมไปถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนกรอบแนวความคิดและเป็นการกำหนดแนวทางเพื่อสร้างเครื่องมือให้ได้คำตอบในสิ่งที่ต้องการวิจัยต่อไปโดยกำหนดประเด็นในการนำเสนอดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (demography) หมายถึงการวิเคราะห์เชิงสถิติและการพรรณนาลักษณะของกลุ่มประชากรในด้านการแจกกระจายสถิติชีพ อายุ เพศ และสถานภาพในทางพลเมืองในขณะใดขณะหนึ่ง หรือช่วงระยะเวลาหนึ่ง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้กล่าวว่าประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรจะสามารถช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมายส่วนในด้านจิตวิทยา และสังคมวัฒนธรรมจะช่วยให้สามารถเข้าใจถึงความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลในด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันนั้นย่อมจะมีลักษณะทางด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งสามารถวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. เพศ เพศที่แตกต่างกันหรือความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในด้านการติดต่อสื่อสารแตกต่างกันกล่าวคือเพศหญิงจะมีแนวโน้มที่จะส่งและรับข่าวสารได้ดีมากกว่าเพศชายในขณะที่เพศชายไม่ได้มีจุดประสงค์ในการรับ-ส่งข่าวสารเพียงอย่างเดียวแต่จะมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์กับการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย

2. อายุ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรมโดยสิ้นเชิง จะสังเกตได้ว่าบุคคลที่มีอายุน้อยนั้นจะมีความคิดและทัศนคติแบบเสรีนิยมกล่าวคือยึดถือความคิดของตนเป็นหลักไม่ชอบให้บุคคลอื่นมาบังคับมีความคิดเป็นของตัวเองคิดนอกกรอบและมักจะมองโลกในแง่ดีกว่าบุคคลที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มักจะมีความคิดแบบอนุรักษ์นิยมดำเนินชีวิตด้วยความระมัดระวังเนื่องมาจากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมาเป็นตัวกำหนดว่าในอนาคต เวลาจะทำสิ่งใดความรอบคอบให้มากขึ้นและใช้ชีวิตอย่างระมัดระวังมากขึ้น ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็เช่นกันบุคคลที่อายุน้อยมักจะคำนึงถึงความบันเทิงหรือเพื่อผ่อนคลาย แต่ในทางกลับกันบุคคลที่มีอายุมากมักจะแสวงหาความรู้จากการใช้สื่อนั้นเพื่อให้ได้ประโยชน์แก่ตนมากที่สุดเพื่อเพิ่มพูนความรู้

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ แตกต่างกัน กล่าวคือบุคคลที่ได้รับการศึกษาสูงมักจะได้เปรียบในการเป็นผู้รับสาร เพราะเป็นบุคคลที่มีความรู้กว้างขวางและสามารถวิเคราะห์สารนั้นได้ดี จะทำหน้าที่เป็นผู้รับฟังโดยที่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ ต้องหาหลักฐานหรือเหตุผลที่เพียงพอมาสนับสนุน แต่ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำมักจะคล้อยตามบุคคลอื่นจะไม่ค่อยเชื่อมั่นในความคิดของตนเอง อาศัยผู้รู้หรือผู้มีประสบการณ์มาบอก และมักจะค่อนข้างเชื่ออะไรง่ายกว่าบุคคลที่มีการศึกษาสูง

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึงอาชีพ รายได้ และสถานะภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างมากกับความรู้สึก และปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีทัศนคติ ค่านิยม ประสบการณ์ วัฒนธรรม และเป้าหมายที่ต่างกัน ปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคนเช่นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาและสังคมจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับข่าวสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2546) ได้ทำการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ดังนี้

1. เพศ (Sex) โดยปกติแล้วบุคคลจะมีความแตกต่างกันในด้านความคิดทัศนคติบุคลิกภาพนิสัยใจคอผู้ชายกับผู้หญิงจะมีความแตกต่างกันทางด้านความคิดค่านิยมทัศนคติรวมไปถึงการใช้ชีวิตเนื่องมาจากสังคมและวัฒนธรรมจะเป็นตัวกำหนดบทบาททางสังคมและกิจกรรมของทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน

2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่สามารถใช้วิเคราะห์ผู้รับสารนั้นได้ทำให้บุคคลมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่องของความคิดทัศนคติและพฤติกรรม

3. รายได้ (Income) รายได้เป็นปัจจัยของบุคคลย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนความคิดเห็นของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมของบุคคลต่างกัน

4. ระดับการศึกษา (Education) บุคคลที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันในสถานศึกษาที่ต่างกัน สาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม ทัศนคติ และความต้องการที่แตกต่างกันไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.1.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจพฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์คือความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด หรือ ความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่ได้ดุลยภาพในร่างกาย ซึ่งเมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าว ได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ ซึ่งนักวิชาการและผู้มีความเชี่ยวชาญหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจต่างๆ พอสรุปได้ดังนี้

Maynard W. Shelly, (1975 อ้างถึงในสายพิณ เจริญสุขพัฒนา, 2546) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่ซับซ้อนและความสุขจะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ อาจกล่าวได้ว่าความรู้สึกทางลบความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามเรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกในทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบจะเห็นได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับในสิ่งที่บรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่งและจะลดลงเมื่อจุดมุ่งหมายนั้นได้รับการตอบสนอง

Kotler (2003) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลซึ่งมีระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็น และเข้าใจกับความคาดหวัง ดังนั้นระดับความพอใจจึงเป็นปัจจัยของความแตกต่างระหว่างการทำงานที่มองเห็นและความเข้าใจกับความคาดหวังหากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ว่าต่ำกว่าความคาดหวังจะส่งผลให้บุคคลนี้เกิดความไม่พอใจ (Dissatisfaction) แต่หากระดับของการเห็นและความเข้าใจของผลิตภัณฑ์ว่าตรงกับความคาดหวังบุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความประทับใจ (Delight) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้าและประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

จากความหมายของความพึงพอใจที่ได้กล่าวข้างต้นพอสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติด้านบวกที่เกิดหลังจากได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังไว้แล้ว อันเนื่องมาจากการบริการที่ดี ถูกต้องรวดเร็ว กิริยามารยาทที่แสดงออกถึงความเป็นมิตรและใส่ใจในการให้บริการแก่ทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน และตรงกันข้ามหากตนไม่ได้รับในสิ่งที่คาดหวังความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ทฤษฎีความพึงพอใจ

Korman, A.K., (1977 อ้างอิงในสมศักดิ์ คงเที่ยงและอัญชลี โพธิ์ทอง, 2542) ได้จำแนกทฤษฎีความพึงพอใจในงานออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. ทฤษฎีการสนองความต้องการกลุ่มนี้ถือว่า ความพึงพอใจในงานเกิดจากความต้องการส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อผลที่ได้รับจากงานกับการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายส่วนบุคคล

2. ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่มความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับคุณลักษณะของงานตามความปรารถนาของกลุ่มซึ่งสมาชิกให้กลุ่มเป็นแนวทางในการประเมินผลการทำงาน ส่วนมัมฟอร์ด

Maslow's General Theory of Human & Motivation มาสโลว์ได้ตั้งทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยมาสโลว์ได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์ซึ่งมีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูง (Hierarchy & Needs) และเป็นทฤษฎีที่ยอมรับกันแพร่หลาย สมมติฐานดังกล่าวมีความเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ดังนี้ **Abraham H. Maslow, (1954 อ้างอิงในมัลลิกา ต้นสอน, 2554)**

1. มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการมีอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่าเขามีสิ่งนั้นอยู่แล้ว หรือยังขาดที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอื่นจะเข้ามาแทนที่กระบวนการนี้ไม่มีที่สิ้นสุด และจะเริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นแรงจูงใจของพฤติกรรม

3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับขั้นความสำคัญ เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการระดับสูงก็จะมีการเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ได้แบ่งลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of Needs) ไว้ 5 ขั้นจากต่ำไปสูงดังนี้

ลำดับขั้นความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of human needs)

1. ต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิตได้แก่ความต้องการปัจจัยสี่ ความต้องการการยกย่อง และความต้องการทางเพศ ฯลฯ เป็นต้น

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอดซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่ม ความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ เป็นต้น

3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) หรือความต้องการความรัก และการยอมรับ (Love and belongingness needs) ความต้องการทั้งในแง่ของการให้ และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้การยอมรับ เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Selfesteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคมตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้การเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ ศักดิ์ศรีความสามารถ สถานะที่ดีในสังคม และมีชื่อเสียงในสังคม

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษเช่นความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

แนวคิดในการสร้างความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากประสบการณ์จากการให้บริการอย่างเต็มที่จนสุดความสามารถลูกค้าจะรู้สึกว่าคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ความพึงพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้าเนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการบริการขึ้นกับพนักงานซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และสถานการณ์ต่างๆหรือลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจมีความต้องการเฉพาะที่มากเกินความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่จึงทำให้เกิดความไม่พอใจ ดังนั้นปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจมี 3 ประการ **(ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547)** ดังนี้

1. ผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวังสำหรับการบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคนรวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง เช่น คนที่นวดแผนโบราณในครั้งแรกย่อมต้องการการนวดที่ไม่แรงนัก แต่การนวดครั้งต่อไปต้องแรงขึ้น

2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลจากความรู้ความสามารถ ความพร้อมในด้านร่างกายและอารมณ์ในขณะให้บริการของผู้ให้บริการ รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน

3. สภาพแวดล้อมอื่นๆ ตัวอย่างเช่น อากาศ แสงแดด เก้าอี้ โต๊ะ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับประทานอาหารหรือเข้ามาใช้บริการในสถานที่ที่มาใช้บริการ ยิ่งไปกว่านั้นความพึงพอใจของลูกค้ายังมีผลจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการด้วย แถวที่ยาวเหยียดของธนาคารในวันศุกร์ย่อมสร้างความไม่อยากใช้บริการหรือหากจำเป็นต้องใช้บริการธนาคารในวันนั้นลูกค้าจะมีแนวโน้มของความไม่พอใจสูงกว่าปกติ สิ่งที่ทำได้ คือต้องจัดการแถวอย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือแถวในธนาคารซึ่งได้รับการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ นิยมศึกษากัน 2 ด้าน คือความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Service Satiisfaction) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะความพึงพอใจของผู้รับบริการ ซึ่งมีผู้กล่าวถึงแนวความคิดนี้ไว้มากมาย ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Millet, John D, (1954 อ้างอิงในสุรพงษ์ เหมือนเผ่าพงษ์, 2540) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ (Satisfaction Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการไว้ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะมีจำนวนให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม(The right Quantity at the right Geographical Location) มิลเล็ต เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยให้ทรัพยากรเท่าเดิม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การวัดความพึงพอใจ

ภณิดา ชัยปัญญา (2541) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจนั้นสามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถามต้องการทราบความคิดเห็นของแต่ละบุคคลว่าบุคคลเหล่านั้นมีความพึงพอใจหรือไม่ หรือมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด สามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ ซึ่งคำถามดังกล่าวอาจถามความพอใจในด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้ทำการตอบแบบสอบถามตอบออกมาเป็นแบบแผนเดียวกัน การใช้แบบสอบถามเช่นนี้มักใช้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมากๆ และนับเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวัดความคิดเห็น และทัศนคติซึ่งรูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้มาตราวัดความคิดเห็นและทัศนคติที่นิยมมากในปัจจุบันอีกวิธีหนึ่งคือมาตราส่วนแบบลิเคิร์ท ประกอบด้วย

ข้อความที่แสดงถึงความคิดเห็นและทัศนคติของบุคลที่มีต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีคำตอบที่แสดงถึงระดับความรู้สึก 5 คำตอบ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้ทำการวิจัยจะต้องออกไปสัมภาษณ์พบปะพูดคุยโดยตรงกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจะมีการเตรียมแผนงานไว้ล่วงหน้าเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด ซึ่งวิธีนี้จะสะดวกกว่าการใช้แบบสอบถาม เพราะผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต้องอ่านแบบสอบถามเอง และไม่ต้องเขียนคำตอบเองเป็นการตอบแบบแนวเล่าเรื่องมากกว่า

3. การสังเกต เป็นวิธีการวัดระดับความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกจากการพูดจา กิริยาท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจังในการเฝ้าสังเกตพฤติกรรมอาการ และสังเกตอย่างมีระเบียนแบบแผน วิธีนี้เป็นการศึกษาที่เก่าแก่และยังเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ถึงแม้จะต้องใช้เวลานานพอสมควรก็ตาม จากการศึกษาการวัดความพึงพอใจข้างต้นสรุปได้ว่า การวัดความพึงพอใจเป็นการบอกถึงความชอบความรู้สึกและทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดซึ่งสามารถทำการวัดได้หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นการใช้แบบสอบถามการสัมภาษณ์หรือการสังเกตควรเลือกใช้วิธีที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โอกาส เวลาและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับนั้นเป็นจริงให้มากที่สุด ถูกต้องแม่นยำ และเป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษาในการนำไปใช้ต่อไป

2.1.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ/คุณภาพการให้บริการ

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา (2544) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการประเมินคุณภาพการบริการของ Parasuramanและคณะ พบว่า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ได้รับเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบ “บริการที่รับรู้” (Perceived Service) ซึ่งก็คือ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง จากการวิจัยพบว่า มีระดับความสัมพันธ์กันเอง (Degree of Correlation) ระหว่างตัวแปรค่อนข้างสูง ได้ปรับเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการอย่างกว้างทั้งหมดรวม 5 เกณฑ์ ดังต่อไปนี้

1. ความไว้วางใจ /ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้องและไว้วางใจได้ ซึ่งตัวแปรวัดคุณภาพในด้านนี้คือ ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้ การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า การนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการลูกค้า การทำงานไม่ผิดพลาด การบำรุงรักษาอุปกรณ์/เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ และการมีพนักงานเพียงพอ

2. ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษาที่จำเป็นในการบริการ มีความสุภาพ และเป็นมิตรกับลูกค้า มีความซื่อสัตย์ สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

และความมั่นคงปลอดภัย ซึ่งตัวแปรวัดคุณภาพในด้านนี้คือ ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน และพฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ

3. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อม เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งตัวแปรวัดคุณภาพในด้านนี้คือ ความทันสมัยของอุปกรณ์ สภาพแวดล้อมของสถานที่บริการ การแต่งกายของพนักงาน และเอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ

4. ความใส่ใจ (Empathy) หมายถึง สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และเข้าใจลูกค้า ซึ่งตัวแปรวัดคุณภาพในด้านนี้คือ การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการ และเวลาในการเปิดให้บริการ

5. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการทันทีและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี ซึ่งตัวแปรวัดคุณภาพในด้านนี้คือ มีระบบการให้บริการที่ให้บริการได้รวดเร็ว ความพร้อมของพนักงานในการให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน และความพร้อมของพนักงานในการบริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ

2.1.4หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม สามารถกระทำการได้ 2 ช่องทาง คือ ยื่นคำขอด้วยกระดาษ ณ หน่วยจดทะเบียนที่ตั้งสถานประกอบการ และ ยื่นคำขอผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ www.rd.go.th (กรมสรรพากร, 2556)

การยื่นคำขอด้วยกระดาษ ณ หน่วยจดทะเบียนที่ตั้งสถานประกอบการ ให้ยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ สถานที่ ดังต่อไปนี้

1. กรณีสถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ยื่น ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ ที่สถานประกอบการตั้งอยู่

2. กรณีสถานประกอบการตั้งอยู่นอกเขตกรุงเทพมหานคร ให้ยื่น ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ สาขาที่สถานประกอบการตั้งอยู่ และกรณีสถานประกอบการตั้งอยู่ในท้องที่อำเภอหรือกิ่งอำเภอที่กรมสรรพากรมิได้จัดอัตรากำลังไว้ให้ยื่น ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาเดิมที่เคยควบคุมพื้นที่นั้น กรณีมีสถานประกอบการหลายแห่ง ให้ยื่นคำขอจดทะเบียนได้ที่ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ หรือสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา ในท้องที่ที่สถานประกอบการอันเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่เพียงแห่งเดียว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. กรณีสถานประกอบการที่อยู่ในความดูแลของสำนักบริหารภาษีธุรกิจขนาดใหญ่ให้ยื่น ณ สำนักงานบริหารภาษีธุรกิจขนาดใหญ่ หรือจะยื่นผ่านสำนักงานสรรพากรพื้นที่หรือสำนักงานสรรพากรพื้นที่ สาขาที่สถานประกอบการตั้งอยู่ก็ได้

ผู้ประกอบการที่ต้องการจดทะเบียนฯ ต้องจัดเตรียมเอกสารดังต่อไปนี้

1. แบบคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ได้แก่ แบบ ภ.พ.01 ซึ่งในเขตกรุงเทพมหานครขอรับได้ที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา หรือสำนักงานสรรพากรพื้นที่ สำหรับในจังหวัดอื่นขอรับได้ที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาทุกแห่ง

2. เอกสารที่ต้องใช้ในการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

(1) คำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มตามแบบ ภ.พ.01 จำนวน 3 ฉบับ

(2) สำเนาทะเบียนบ้านหรือหลักฐานแสดงการอยู่อาศัยจริง พร้อมภาพถ่ายสำเนาดังกล่าว

(3) บัตรประจำตัวประชาชนและบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากร พร้อมภาพถ่ายบัตรดังกล่าว

(4) สัญญาเช่าอาคารอันเป็นที่ตั้งสถานประกอบการ (กรณีเช่า) หรือหนังสือยินยอมให้ใช้สถานประกอบการ และหลักฐานแสดงกรรมสิทธิ์ เช่น เป็นเจ้าบ้าน, สัญญาซื้อขาย, คำขอหมายเลขบ้าน, ใบโอนกรรมสิทธิ์, สัญญาเช่าช่วง พร้อมสำเนาทะเบียนบ้านอันเป็นที่ตั้งสถานประกอบการและภาพถ่ายเอกสารดังกล่าว

(5) หนังสือจัดตั้งห้างหุ้นส่วน พร้อมภาพถ่ายหนังสือดังกล่าว (กรณีเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคล)

(6) หนังสือรับรองของนายทะเบียนห้างหุ้นส่วน บริษัท พร้อมวัตถุประสงค์ หนังสือบริคณห์สนธิและข้อบังคับ และใบทะเบียนพาณิชย์พร้อมภาพถ่ายหนังสือดังกล่าว (กรณีเป็นนิติบุคคล)

(7) บัตรประจำตัวประชาชนของกรรมการผู้จัดการ หรือหุ้นส่วนผู้จัดการ และสำเนาทะเบียนบ้าน พร้อมภาพถ่ายเอกสารดังกล่าว

(8) แผนที่ซึ่งแสดงที่ตั้งของสถานประกอบการโดยสังเขป และภาพถ่ายสถานประกอบการจำนวน 2 ชุด

(9) กรณีมอบอำนาจให้ผู้อื่นทำการแทน ต้องมีหนังสือมอบอำนาจปิดอากรแสตมป์ 10 บาท บัตรประจำตัวประชาชนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจพร้อมภาพถ่ายบัตรดังกล่าว โดยผู้รับมอบอำนาจต้องมีอายุ 20 ปีขึ้นไป

ส่วนการยื่นคำขอผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ www.rd.go.th ผู้ประกอบการสามารถกระทำการได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องมีการแนบเอกสารใด ๆ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามประกาศอธิบดี

กรมสรรพากร เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มเกี่ยวกับการยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการออกใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 85 วรรคสี่ แห่งประมวลรัษฎากร ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 30) พ.ศ. 2534 อธิบดีกรมสรรพากรกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการออกใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ผู้ประกอบการซึ่งประกอบกิจการขายสินค้าหรือให้บริการที่อยู่ในบังคับต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม มีสิทธิยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มตามแบบที่อธิบดีกรมสรรพากรกำหนด (ภ.พ.01) ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทางเว็บไซต์ (Web Site) ของกรมสรรพากร http://www.rd.go.th โดยให้ถือเป็นการยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มได้อีกวิธีหนึ่ง

ข้อ 2 ผู้ประกอบการซึ่งจะเริ่มประกอบกิจการขายสินค้าหรือให้บริการที่อยู่ในบังคับต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม มีสิทธิยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มก่อนวันเริ่มประกอบกิจการได้ในเมื่อ

(1) ผู้ประกอบการดังกล่าวมีแผนงานที่สามารถพิสูจน์ได้ว่าได้เตรียมการเพื่อประกอบกิจการขายสินค้าหรือให้บริการที่อยู่ในบังคับต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม และ

(2) มีการดำเนินการเพื่อเตรียมประกอบกิจการ อันเป็นเหตุให้ต้องมีการ ซื้อสินค้าหรือรับบริการที่อยู่ในบังคับต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม เช่น การก่อสร้างโรงงาน การก่อสร้างอาคารสำนักงาน หรือการติดตั้งเครื่องจักร

ให้ผู้ประกอบการตามวรรคหนึ่ง มีสิทธิยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ภายในกำหนดหกเดือนก่อนวันเริ่มประกอบกิจการขายสินค้าหรือให้บริการ เว้นแต่จะมีสัญญาหรือหลักฐานที่สามารถพิสูจน์ได้ว่าจะดำเนินการก่อสร้างโรงงานหรืออาคารสำนักงานหรือติดตั้ง เครื่องจักร หรือมีการกระทำในลักษณะทำนองเดียวกัน ให้มีสิทธิยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ภายในเวลาที่เหมาะสมและจำเป็นต่อการก่อสร้างโรงงานหรืออาคารสำนักงานหรือติดตั้งเครื่องจักร

ข้อ 3 ผู้ประกอบการซึ่งประกอบกิจการขายสินค้าหรือให้บริการที่อยู่ในบังคับต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม และไม่มีสิทธิที่จะยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มตามข้อ 2. ให้ยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มได้เมื่อเริ่มประกอบกิจการขายสินค้าหรือให้บริการ

ข้อ 4 ผู้ประกอบการซึ่งประกอบกิจการที่ได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มตามประเภทที่กำหนดในมาตรา 81/3 วรรคหนึ่ง แห่งประมวลรัษฎากร และได้แจ้งต่ออธิบดีกรมสรรพากรเพื่อเสียภาษีมูลค่าเพิ่มตามมาตรา 81/3 แห่งประมวลรัษฎากร ให้ยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้แจ้งต่ออธิบดีกรมสรรพากรเพื่อขอเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม

ข้อ 5 ให้ผู้ประกอบการยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยแสดงรายการ ให้ถูกต้องครบถ้วน และต้องมีหลักฐานเอกสารตามรายการที่แสดงในคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อ 6 ให้เจ้าพนักงานสรรพากรตรวจสอบคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ยื่นผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตว่าผู้ประกอบการที่ยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มได้แสดงรายการถูกต้องครบถ้วนหรือไม่ และตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนดำเนินการออกใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการที่ยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม แม้ว่าจะได้แสดงรายการในคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มครบถ้วนแล้ว ถ้าเป็นกรณีเข้าลักษณะดังต่อไปนี้ ไม่ให้เจ้าพนักงานสรรพากรออกใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ประกอบการ

(1) ปรากฏข้อเท็จจริงว่าผู้ประกอบการแสดงรายการในคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นเท็จ

(2) ปรากฏข้อเท็จจริงว่าผู้ประกอบการหรือผู้มีอำนาจกระทำการแทน ผู้ประกอบการเป็นตัวแทนเชิดของเจ้าของกิจการที่แท้จริง

(3) ปรากฏข้อเท็จจริงว่าไม่มีสถานประกอบการจริงตามที่ยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

(4) ปรากฏข้อเท็จจริงว่าผู้ประกอบการใช้สำนักงานกฎหมายหรือสำนักงานบัญชีของบุคคลอื่นเป็นสถานประกอบการ เว้นแต่กรณีเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการที่อยู่นอกราชอาณาจักร

(5) ปรากฏข้อเท็จจริงว่าผู้ประกอบการมิได้ประกอบกิจการขายสินค้าหรือให้บริการที่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม หรือมิใช่ผู้ประกอบการซึ่งขายสินค้าหรือให้บริการที่แท้จริง

(6) ปรากฏข้อเท็จจริงว่าผู้ประกอบการดังกล่าวเคยเป็นผู้ประกอบการ จดทะเบียนแต่ภายหลังถูกอธิบดีกรมสรรพากรสั่งเพิกถอนการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มไปครั้งหนึ่งแล้ว โดยมูลเหตุมาจากกรณีตาม (1) ถึง (5)

ข้อ 7 ให้เจ้าพนักงานสรรพากรดำเนินการออกใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ.20) ให้แก่ผู้ประกอบการ กรณีผู้ประกอบการมีสถานประกอบการหลายแห่งให้ออกใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นรายสถานประกอบการ

ข้อ 8 ให้ผู้ประกอบการเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียน ตามวันเดือนปีที่ผู้ประกอบการระบุในแบบคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ.01) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการต้องกำหนดวันเดือนปีที่ผู้ประกอบการมีความประสงค์เป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนล่วงหน้าไม่น้อยกว่าสิบห้าวันแต่ไม่เกินสามสิบวัน นับแต่วันที่ยื่นคำขอจดทะเบียน เว้นแต่กรณีที่เจ้าพนักงานสรรพากรไม่ออกใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ประกอบการเพราะเข้าลักษณะตามข้อ 6 วรรคสอง ถือว่าผู้ประกอบการดังกล่าวมิได้เป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนตั้งแต่วันเดือนปีที่ผู้ประกอบการระบุในแบบคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ.01)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความในวรรคหนึ่ง อธิบดีกรมสรรพากรจะสั่งเป็นอย่างอื่นก็ได้

กรณีผู้ประกอบการมีสถานประกอบการหลายแห่งอยู่แล้วในขณะขอ จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม แต่ยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มโดยระบุเฉพาะสถานประกอบการที่เป็นสำนักงานใหญ่มิได้ระบุสถานประกอบการแห่งอื่น ๆ ไว้ในคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มด้วย ให้ถือว่าสถานประกอบการแห่งอื่น ๆ นั้นเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนวันเดือนปีเดียวกันกับสำนักงานใหญ่

ข้อ 9 ให้ผู้อำนวยการสำนักบริหารภาษีธุรกิจขนาดใหญ่หรือสรรพากรพื้นที่เป็น ผู้มีอำนาจออกใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับผู้ประกอบธุรกิจซึ่งกรมสรรพากรกำหนดให้อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักบริหารภาษีธุรกิจขนาดใหญ่หรือสถานประกอบการที่ตั้งอยู่ในเขตท้องที่รับผิดชอบของสำนักงานสรรพากรพื้นที่นั้น แล้วแต่กรณี

ข้อ 10 ในกรณีที่มีปัญหาในการปฏิบัติ ให้อธิบดีกรมสรรพากรมีอำนาจวินิจฉัยและคำวินิจฉัยของอธิบดีกรมสรรพากรให้ถือเป็นหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดตามประกาศนี้ด้วย

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรรณี นันทวิสุทธิ์ (2546) ศึกษาความพึงพอใจของผู้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มที่มีต่อการบริการของเจ้าหน้าที่สรรพากรพื้นที่เพชรบุรี (ศึกษาเฉพาะสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาเมืองเพชรบุรี) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 222 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาเมืองเพชรบุรีมีความพึงพอใจต่อการบริการของเจ้าหน้าที่สรรพากรพื้นที่เพชรบุรี โดยรวมและรายด้านจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในการประกอบธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจประเภทของธุรกิจ และขนาดของรายได้ ส่วนใหญ่อยู่ระดับปานกลางเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาเมืองเพชรบุรีที่มีต่อการบริการของเจ้าหน้าที่สรรพากรพื้นที่เพชรบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านระบบการจัดเก็บภาษีอากรและด้านการให้ความรู้และการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเทคโนโลยี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการจำแนกตามอายุ ตำแหน่งในการประกอบธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ประเภทของการประกอบธุรกิจ และขนาดของรายได้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เครือมาส มันตาภรณ์ (2547) วิจัยเรื่องกลยุทธ์และประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการรับรู้และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการบนเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ โดยการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากตัวแทน ของ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2 หน่วยงาน คือ กรมสรรพากร และบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยทำงาน อายุระหว่าง 25-45 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างน้อยสัปดาห์ละหนึ่งชั่วโมง จำนวน 455 คนผลการวิจัยพบว่า ทั้งสองหน่วยงานราชการที่ทำการศึกษามีการวางกลยุทธ์ในการสื่อสารทั้ง 4 ขั้นตอนเช่นเดียวกัน คือ 1) กำหนดกลุ่มเป้าหมาย2) วัตถุประสงค์ 3) แนวทางการออกแบบตัวสาร และ 4) ส่วนประสมในการสื่อสารซึ่งประกอบไปด้วยสื่อออฟไลน์ และสื่อออนไลน์แต่มีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนแตกต่างกันขึ้นอยู่กับงบประมาณ และช่วงเวลาที่กำหนดส่วนผลการสำรวจด้านการรับรู้ต่อสารและเครื่องมือสื่อสารพบว่าระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างไม่สูงเท่าที่ควร สำหรับผลการวิจัยด้านพฤติกรรมพบว่าระดับพฤติกรรมการใช้บริการค่อนข้างต่ำความน่าเชื่อถือของหน่วยงานผู้จัดทำเว็บไซต์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการและกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ มีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้งเนื่องจากเกิดความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ

สุรีย์พร ไผ่แก้ว (2548) ศึกษาความพึงพอใจในการได้รับบริการของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม : กรณีศึกษาสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 8 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 173 ราย ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการได้รับบริการของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มที่มีต่อสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 8 ใน 3 ด้าน คือ ด้านประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร, ด้านการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม และความเหมาะสมของสถานที่ โดยทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง บริการด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผู้ประกอบการมีระดับความพึงพอใจต่ำสุดในเรื่องของการจัดเจ้าหน้าที่ออกไปแนะนำตรวจสภาพกิจการ,ความรวดเร็วในการตอบข้อซักถามทางโทรศัพท์ ความเหมาะสมของการจัดบอร์ดเผยแพร่ข้อมูล ตามลำดับ ด้านการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ผู้ประกอบการมีระดับความพึงพอใจต่ำสุดในเรื่องของความเพียงพอของแบบแสดงรายการต่าง ๆ ที่ใช้ในระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม และพบว่าบริการขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร,บริการจดทะเบียนภาษี, บริการชำระภาษี ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 8 มีระดับความพอใจต่ำสุดในเรื่องความเหมาะสม ของระยะเวลาในการให้บริการ ส่วนบริการเปลี่ยนแปลงทะเบียนภาษี, บริการขอคัดแบบแสดงรายการภาษี,บริการขอคืนภาษีอากร ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 8 มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดในเรื่อง ขั้นตอนที่ต้องปฏิบัติยุ่งยาก ซับซ้อน ความเหมาะสมของสถานที่ ผู้ประกอบการมีระดับความพึงพอใจต่ำสุดในเรื่องของสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

อัจฉริยา กิตติวรวัฒน์ (2548) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการยื่นแบบ ภ.พ.30 ทาง อินเทอร์เน็ตภายในสำนักงานสรรพากรภาค 3 โดยใช้เครื่องมือ ในการศึกษาคือแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่มทางอินเทอร์เน็ตเฉพาะพื้นที่ความรับผิดชอบของสำนักงานสรรพากรภาค 3 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ทั้งสิ้น 318 ราย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t – test ค่า F – test และเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีเชฟเฟ ผลการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.32 มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 38.36 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54.72 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 43.71 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากหากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณภาพของการบริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านบริการส่งเสริมการให้บริการและด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการให้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ อยู่ในระดับมากสำหรับผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านคุณภาพของการบริการต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกันผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกันนอกจากด้านกระบวนการบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านคุณภาพของการบริการและด้านกระบวนการบริการต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

กัลยา แจ่มแจ้ง (2549) เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาท่ายางจังหวัดเพชรบุรี ในด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านข้อมูล/ข่าวสาร และด้านการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารใน 40 วันทำการของธนาคารจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานค่าที (t-test Independent) ค่าความแปรปรวนแบบทิศทางเดียว (One-Way ANOVA) และใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ผลการศึกษาค้นพบว่า

1. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงานและด้านการให้บริการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข้อมูล/ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

2. เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกันต่อการให้บริการของธนาคารดังนี้

2.1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านข้อมูล/ข่าวสารมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.2 ลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านข้อมูล/ข่าวสารมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 ลูกค้าที่มีการศึกษาและความถี่ในการใช้บริการ/3 เดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.4 ลูกค้าที่ประเภทต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านข้อมูล/ข่าวสารมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านพนักงานมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กัลยา ณ สุพรรณ์ (2550) ศึกษาความพึงพอใจของผู้เสียภาษีต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของสำนักงานสรรพากรพื้นที่พัทลุง โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาคือแบบสอบถามซึ่งมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.914 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 ราย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t – test ค่า F – test และเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีเชฟเฟ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.20 มีอายุ 36 – 45 ปี ร้อยละ 48.60 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 62.30 มีอาชีพรับราชการ ร้อยละ 85.70 ความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของสำนักงานสรรพากรพื้นที่พัทลุงโดยรวมอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วยด้าน ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านผู้มีหน้าที่เสียภาษีด้านเจ้าหน้าที่และการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน อายุต่างกันการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของสำนักงานสรรพากรพื้นที่พัทลุงไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน รายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของสำนักงานสรรพากรพื้นที่พัทลุงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ธีรชาติ กระต่ายทอง (2550) ศึกษาความพึงพอใจของผู้เสียภาษีในเขตพื้นที่ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่เชียงใหม่ 2 ต่อคุณภาพการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 407 คน โดยการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม สรุปผลการศึกษาตามองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านการตอบสนอง ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ด้านความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย ด้านความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยด้านความเป็นส่วนตัว และด้านความไว้วางใจ พบว่า ผู้ใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด และมีการรับรู้ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ในทุกปัจจัยหลักของคุณภาพการบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วัชราภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555) ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) สาขาพูนผลจังหวัดภูเก็ต และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาจากัด (มหาชน) สาขาพูนผลจังหวัดภูเก็ตจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่เชิงอนุมานประกอบด้วย Independent samples t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี Fisher's Least Significant Different (LSD) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 21 - 30 ปีมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง รายได้ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน ส่วนมากติดต่อธนาคารในช่วงเช้าก่อน 11.00 น. โดยทำธุรกรรมในด้านการฝากเงิน-ถอนเงินมากที่สุด และใช้เวลาในการทำธุรกรรมกับธนาคารน้อยกว่า 15 นาที ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาจากัด (มหาชน) สาขาพูนผลจังหวัดภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับมากด้านรูปลักษณ์เป็นด้านที่ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารมีความพึงพอใจสูงที่สุดรองลงมาเป็นด้านความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจ ส่วนด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลโดยเมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าตามลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีความแตกต่างกันเมื่อลูกค้ามีระดับการศึกษา รายได้ช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร การทำธุรกรรมด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การเปิดบัญชีและเวลาในการทำธุรกรรมแตกต่างกันสำหรับลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ การทำธุรกรรม ด้านการลงทุนและการออมทรัพย์รูปแบบอื่น การกู้เงินและการทำธุรกรรมอื่นๆ แตกต่างกันไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved