

ความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้  
บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21

**THE SATISFACTION OF THE EMPLOYEES OF THE PRIVATE  
COMPANIES TOWARDS THE QUALITY OF SERVICE IN THE  
SUBMISSION OF PERSONAL INCOME TAX PAYMENT IN THE BANGKOK  
AREA REVENUE DISTRICT 21**

พีรญา วีระคุณ  
สาขาวิชาการบัญชีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Peeraya Veerakhun

E-mail: 6114993666@rmail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Accounting

Ramkhamhaeng University

Corresponding

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ พนักงานบริษัทเอกชนที่ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 มีขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหา (Content Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีช่วงรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-35,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยคุณภาพการบริการ เป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พนักงานบริษัทเอกชน ที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนที่มีต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คำสำคัญ : ความพึงพอใจ; ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

## ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study the personal factors that affect the satisfaction of the private company to a service quality when submitted a personal tax income at Bangkok Area Revenue district 21 2) to study the service quality factors include the service concreteness, the service reliability, the response to service recipients, reassure to the service recipients and attention to the service recipients related to the satisfaction of employee of a private company to service equality at Bangkok Area Revenue district 21

The results of the hypothesis test showed that most of them are female those aged between 25-34 years, single people, those graduated with bachelor's degrees, and those earned a monthly income of 30,001-35,000 baht. All of them were satisfied with the overall service at the highest level. . when considered individually, it was found that the highest-level average was service reliability. The results of the hypothesis test showed that the employees of the private company were different statuses; different educational levels and different monthly income affect different satisfaction on a service quality when submitted a personal income tax at Bangkok Area Revenue district 21. Significant at the 0.05 level.

**Keyword:** satisfaction; personal income tax

## บทนำ

การบริหารและพัฒนาประเทศทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของประเทศ มีความจำเป็นต้องอาศัยเงินงบประมาณจำนวนมาก เพื่อใช้ในการพัฒนาและบริหารประเทศ โดยการจัดสรรทรัพยากรทางสังคมให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพสูงสุด การกระจายรายได้และทรัพย์สินที่เป็นธรรมเพื่อความเสมอภาคในสังคม การพัฒนาการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจและการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นหน้าที่ของรัฐ ทั้งการรักษาความสงบภายในประเทศ ป้องกันภัยจากภายนอก ดูแลจัดการเรื่องสาธารณสุข การศึกษา การเกษตร อุตสาหกรรม การคมนาคม พลังงาน และพาณิชย์ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวมีค่าใช้จ่ายที่สูง ทั้งนี้การจัดเก็บภาษีจึงถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการปฏิบัติหน้าที่ทางเศรษฐกิจในการดำเนินการตามนโยบายการคลัง รายได้ของรัฐ โดยทั่วไปประกอบด้วยรายได้หลัก 4 ประเภท คือ รายได้จากภาษีอากร ภาษีทางตรง ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีทางอ้อม ได้แก่ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต อากรแสตมป์ รายได้จากการขายหลักทรัพย์ สินทรัพย์และบริการ รายได้จากรัฐพาณิชย์หรือรายได้รัฐวิสาหกิจ และกิจการในเชิงพาณิชย์ เงินคงคลังและรายได้อื่น ๆ เช่น การบริจาคทรัพย์สินของประชาชน เป็นต้น

กระทรวงการคลังถือเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งมีหน้าที่รวบรวมจัดหารายได้ให้แก่รัฐบาล ทั้งในส่วนที่เป็นภาษีอากรและมีได้เป็นภาษีอากรสำหรับภาษีอากร ได้มอบหมายให้หน่วยงานระดับกรมดูแลรวม 3 กรม ได้แก่ กรมสรรพากร กรมสรรพสามิต และกรมศุลกากร ทำหน้าที่เก็บภาษีแตกต่างกันไป โดยกรมสรรพากรเป็นหน่วยจัดเก็บภาษีจากฐานรายได้ และฐานบริโภครายได้ในประเทศ ตามพระราชบัญญัติให้ใช้บทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร พ.ศ. 2481 มีภาษีอากรประเภทต่างๆ ตามประมวลรัษฎากร ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีเงินได้ปิโตรเลียม ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต และอากรแสตมป์ สรรพากรเป็นหน่วยงานจัดเก็บรายรับของประเทศสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ โดยมีผลการจัดเก็บรายได้ประจำปีงบประมาณ 2563 (กระทรวงการคลัง, 2563) ผลรวมรายได้จัดเก็บภาษีของกรมสรรพากร จำนวน 1,610,420 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 62.70 ของรายรับทั้งหมดของกระทรวงการคลัง

สำหรับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไป หรือจากหน่วยงานที่มีลักษณะพิเศษตามที่กฎหมายกำหนด และมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใด ๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนด ภายในเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคมของเดือนถัดไป สำหรับผู้มีเงินได้บางกรณีกฎหมายยังกำหนดให้ยื่นแบบ ๆ เสียภาษีตอนครึ่งปี สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปี เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระ และเงินได้บางกรณี กฎหมายกำหนดให้ผู้ที่ทำหน้าที่หัก ณ ที่จ่ายจากเงินได้ที่จ่ายบางส่วน เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้น ผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้แก่ บุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคล ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษี กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง และวิสาหกิจชุมชน

ซึ่งมีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 มีความสอดคล้องกับ (ณัฐวิทย์ เชื้อพรหม, 2556) อธิบายว่า เพศ อายุ สถานะ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการที่ไม่แตกต่างกัน และพบว่าระดับการศึกษาและคุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ (พนิดา เพชรรัตน์, 2556) อธิบายว่า คุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร ไม่ว่าจะเป็นด้านรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่อง “ความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21” ซึ่งจะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21

### ขอบเขตงานวิจัย

- 1 ขอบเขตประชากร ทำการศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนที่ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21
- 2 ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัทเอกชน ทั้งเพศชายและเพศหญิง ช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปีจนถึงมากกว่า 55 ปี ที่มีรายได้ต่อปีตั้งแต่ 300,000 บาทขึ้นไป

### 3 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากผู้วิจัยทราบถึงจำนวนบุคคลธรรมดาที่ยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 มีจำนวนทั้งสิ้น 184,827 คน จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ที่ค่าระดับความคลาดเคลื่อน 5% พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีจำนวน 400 ตัวอย่าง

### 4 ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21

### 5 ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา

#### ตัวแปรที่ศึกษา

#### 1. ตัวแปรอิสระ

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

1.2 ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ

2. ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 เพื่อเป็นแนวทางในพัฒนาคุณภาพบริการให้มีความสอดคล้องกับปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน

2. ทราบถึงปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ที่จะช่วยให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องสามารถพัฒนาคุณภาพบริการให้มีความสอดคล้องกับความต้องการ

3. เพื่อให้กรมสรรพากรสามารถพัฒนาคุณภาพบริการให้มีความเหมาะสมกับผู้ให้บริการ ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการที่ได้รับ ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผลสอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร

4. ทราบถึงความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนที่มีต่อการให้บริการ และนำผลที่ได้ไปพัฒนางานบริการของกรมสรรพากร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้มีประสิทธิภาพในทุก ๆ ด้าน

### ทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความพึงพอใจเป็นระดับของความรู้สึกของบุคคลนั้นๆ และเป็นผลจากการเปรียบเทียบผลงานที่รับรู้จริงจากสินค้าหรือบริการที่ได้รับกับความคาดหวังของบุคคลนั้นๆ และลูกค้าจะมีระดับของความพึงพอใจได้ 3 ระดับ ได้แก่ (1) ถ้าผลงานที่ลูกค้ารับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ (2) ผลงานที่ลูกค้ารับรู้เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ และ (3) ผลงานที่ลูกค้ารับรู้สูงกว่าความคาดหวังลูกค้าจะมีความรู้สึกน่ายินดีหรือพึงพอใจมาก (Kotler and Keller, 2006 : 136) และความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นการรับรู้ของผู้รับบริการที่ได้รับการตอบสนองจากการให้บริการของผู้ให้บริการซึ่งผู้รับบริการมีความสุขและเกิดความพึงพอใจเมื่อได้รับบริการและเกิดผลสำเร็จตามความมุ่งหวังหรือเกินความคาดหมาย แต่ระดับความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของการบริการ และเกิดความไม่ชอบ เมื่อความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง (มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2558) สอดคล้องกับ นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร (2558, หน้า 8 – 9) กล่าวว่า คุณค่า ความพอใจ และคุณภาพ ทำให้ผู้บริโภคจำกัดระดับความคาดหวัง และระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลที่อ้างอิงข้อมูลจากประสบการณ์ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับ ถ้าองค์กรสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีระดับเท่ากับหรือมากกว่าความพึงพอใจของผู้บริโภค จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณค่าในการรับรู้ของผู้บริโภค (Customer Value) สูง และทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับ ปันณวัชร พัทธราลัย (2559) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ความพึงพอใจเป็นประโยชน์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การทำให้องค์กรเกิดความสำเร็จซึ่งมาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการและการใช้บริการซ้ำรวมไปถึงการมีความจงรักภักดีต่อองค์กรที่นำมาซึ่งผลกำไรในระยะยาว โดยทั่วไปการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจขึ้นมาได้นั้น ก็ต่อเมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความคุ้มค่าของประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการได้รับจากการบริการนำไปเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการตั้งไว้ในตอนแรกก่อนการได้รับการใช้บริการ หากส่งผลประโยชน์โดยตรงที่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการหรือเหนือความคาดหวัง จะนำมาซึ่งการก่อให้เกิดความพึงพอใจและความประทับใจตามมา (แก้วขวัญ ผดุงพิพัฒน์บวร, 2559)

วปารัตน์ รัตนอมวงษ์ (2561) ได้อธิบายถึง ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้วยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญเติบโตของงานบริการ ปัจจัยที่เป็นตัวบ่งชี้คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริหารที่ชาญฉลาด จึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการการวัดระดับความพึงพอใจ ที่กล่าวมาข้างต้น ความ

พึงพอใจจะเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับ การให้บริการขององค์กรประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นการวัดระดับความพึงพอใจ สามารถกระทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยการขอความร่วมมือจาก กลุ่มบุคคลที่ต้องการวัดแสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนด

2. การสัมภาษณ์ ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ ผู้ตอบคำถามตอบตามข้อเท็จจริง

3. การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการรับบริการขณะรับบริการและหลังการรับบริการ การวัดโดยวิธีนี้จะต้องกระทำอย่างจริงจัง และมีแบบแผนที่แน่นอนจะเห็นได้ว่าการวัด ความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นสามารถกระทำได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับความสะดวก เหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายของการวัดด้วยจึงจะส่งผลให้การวัดนั้น มีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือได้

## 2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร (2558, หน้า 28 – 29) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ คือ ลักษณะของประชากรที่องค์กรมีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ความหนาแน่นของถิ่นที่อยู่ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงและต้องติดตามด้านโครงสร้างประชากร การเปลี่ยนโครงสร้างครอบครัว การย้ายถิ่นฐาน เป็นต้น หรือ ประชากรศาสตร์เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อองค์กร ซึ่งก็คือลูกค้าขององค์กร เมื่อทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์จะสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด หรือออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อทำการตลาดได้ตามตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน เป็นลักษณะที่สำคัญจากสถิติที่วัดได้ของประชากร โดยข้อมูลด้านประชากรจะสามารถมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่างกัน โดยสามารถวิเคราะห์ปัจจัยได้ดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ที่ทำให้ทราบถึงลักษณะนิสัย ความพึงพอใจ รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุ เป็นผลให้องค์กร หรือบริษัท สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศ มักจะมีทัศนคติในการรับรู้ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น โดยส่วนใหญ่ เพศที่เป็นผู้นำทางสังคมจะเป็นเพศชาย และเพศที่มีความละเอียดอ่อนในการตัดสินใจจะเป็นเพศหญิง ดังนั้นเพศจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

3. สถานภาพ (Status) สมรส โสด หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย ซึ่งในอดีตถึง ปัจจุบันเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอดและมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวข้องหน่วยผู้บริโภค ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรม การซื้อที่แตกต่างกัน เช่นผู้ที่หย่าร้างหรือเป็นหม้ายจะเลือกแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่หรูหรา ทันสมัยมีเอกลักษณ์

4. รายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) สถานภาพ ทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อราคาสินค้าและบริการที่ตัดสินใจสถานภาพเหล่านี้ ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาด ต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจของการซื้อ คนที่มีรายได้ต่ำจะมุ่งซื้อ สินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และมีความไวต่อราคามาก ส่วนคนที่มีรายได้สูง จะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี และราคาสูงโดยเน้นที่ภาพพจน์ของราคาสินค้าเป็นหลัก

5. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำจึงมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่า

### 3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถโดยทั่วไป ในการสื่อสารหรือส่งมอบการบริการในระดับที่ลูกค้าคาดหวังจะได้รับ ความคาดหวังนี้ลูกค้าได้มีการแบ่งตามระดับต่าง ๆ ระหว่างความต้องการของลูกค้า โดยคิดหลังจากการซื้อหรือรับบริการสินค้านั้นไปแล้ว ระดับความคาดหวังต่อการบริการแยกออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่

1. ระดับบริการที่ปรารถนา (Desired Service) คือ ผู้บริโภคมีระดับของความคาดหวังที่ต้องการในจิตใจว่าต้องการหรืออยากจะได้รับบริการต่าง ๆ จากผู้ให้บริการสูงสุดมากน้อยอย่างไร

2. ระดับที่เพียงพอหรือยอมรับได้ (Adequate Service) คือ การที่ผู้บริโภคใช้ดุลพินิจต่อระดับของความคาดหวังที่คาดหวังบริการต่าง ๆ จากผู้ให้บริการในลักษณะที่การให้บริการนั้นว่าต้องมีเป็นอย่างน้อยหรือขั้นต่ำสุดและความแตกต่างกันระหว่างระดับบริการที่ปรารถนากับระดับที่เพียงพอ คือช่วงที่ยอมรับได้ (Aaker, 2004)

เครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL เพื่อวัดช่องว่างระหว่างความคาดหวังในการบริการและการรับรู้ในการบริการของผู้ใช้บริการ มิติของคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านประกอบไปด้วย

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์ และ เครื่องใช้สำนักงาน สภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และเอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วย ให้ลูกค้ารับรู้ว่ามีคามตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความ สม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถช่วยแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ



3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้า แล้วต้องรีบต้อนรับ ต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็ว จะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มี ความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และ มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่า ลูกค้าได้รับ บริการที่ดี

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละราย ด้วยความ เอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ และแจ้งข้อมูลข่าวสาร ต่าง ๆ ให้ รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบาง เรื่อง ใช้เป็นแนว ทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องคุณภาพการบริการกล่าวได้ว่าSERVQUAL เป็นเครื่องมือที่ใช้ ในการประเมินคุณภาพการบริการในธุรกิจภาคบริการ และคุณภาพการบริการเป็นตัวแปรที่สำคัญที่เป็น ปัจจัย และมีอิทธิพลส่งผลทางตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้า และคุณภาพการบริการยังส่งผลต่อความ พึงพอใจของลูกค้าธุรกิจบริการ เนื่องจากคุณภาพการบริการเป็นเรื่องของการรับรู้ของลูกค้า ที่ลูกค้า เปรียบเทียบจากผลของความคาดหวังในการ ได้รับบริการของลูกค้า (ก่อนได้รับบริการ) และการบริการที่ ลูกค้าได้รับบริการจริง (หลังได้รับบริการ) คุณภาพการบริการที่สูงกว่ามาตรฐานนำไปสู่ความพึงพอใจ ของลูกค้า (Parasuraman et al., 1988)

#### 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21

สำนักงานสรรพากรพื้นที่ 21 มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการวางแผนปฏิบัติการและ ประเมินผล การบริหารงานจัดเก็บภาษีอากรให้เป็นไปตามนโยบาย แผนงาน เป้าหมายของ กรมสรรพากร และสำนักงานสรรพากรภาค รวมทั้งกำกับดูแลผู้เสียภาษีเป็นราย ผู้ประกอบการ ตรวจสอบปฏิบัติการ ตรวจสอบภาษีอากรสำหรับรายที่อยู่ในความ รับผิดชอบดำเนินการเกี่ยวกับการเร่งรัดภาษีอากรค้าง ดำเนินคดีแก่ผู้เสียภาษีอากร ตอบข้อหารือทางภาษีอากรพิจารณาคืนเงินภาษีอากรปฏิบัติงานด้านกรรมวิธี ภาษี ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีอากรตลอดจน กำกับ ติดตาม ควบคุม การปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในสังกัด ได้แก่ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขามีนบุรี สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาหนองจอก และสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาลาดกระบัง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปณณวัชร พัทธราวัลย์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และการ รับรู้ภาพลักษณ์ธรรมาภิบาลของ กิจที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีในการ ใช้บริการของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อความพึงพอใจต่อ

คุณภาพการบริการของธนาคารเฉพาะกิจ โดยศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จากประชาชนที่เคยใช้บริการของธนาคารเฉพาะกิจ ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) และกำหนดคะแนนทดสอบค่าความมีนัยสำคัญที่ 0.5 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเฉพาะกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โรงพยาบาล เปาโลรังสิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31 – 35 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวม 1) คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ รองลงมาคือ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ซึ่งการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากทุกด้าน 2) ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาคือความพึงพอใจด้านความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ

Biljana Angelova, (2011) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model)” เพื่อวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ Excel และโปรแกรม SPSS ผลการวิจัยความคิดเห็นของผู้ใช้บริการยังไม่พอใจกับคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าความคาดหวังของลูกค้าสูงกว่าการรับรู้ของลูกค้า

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) ซึ่งเป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) ที่เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลธรรมดาที่ยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ประกอบด้วย พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนทั้งสิ้น 184,827 คน 21 ประกอบด้วย พนักงานบริษัทเอกชน ทั้งเพศชายและเพศหญิง ช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปีจนถึงมากกว่า 55 ปี ที่มีรายได้ต่อปีตั้งแต่ 300,000 บาทขึ้นไป จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร

ของ Yamane มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ที่ค่าระดับความคลาดเคลื่อน 5% จากจำนวนทั้งสิ้น 184,827 คน พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลสิ่งที่ต้องการศึกษาที่สร้างขึ้น จากการศึกษาค้นคว้าทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของงานวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยและการให้ความหมายของนิยามศัพท์เฉพาะสำหรับเป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตอบปัญหาทางการวิจัยหรือเรื่องที่ต้องการศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ซึ่งประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 21

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ ของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปร ที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อ

ผู้รับบริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ และปัจจัยความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21

## 2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์จากสมมติฐาน การวิจัยดังต่อไปนี้

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ต่างกัน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบแบบ t – test

2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ต่างกัน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Multiple Comparisons (LSD)

2.3 ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

## ผลการวิจัย

ผลการศึกษาความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทเอกชนที่ยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เป็นการศึกษาวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และศึกษาวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ และความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 พบว่า

ผลการศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนที่ยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 มีช่วงอายุ 25 – 34

ปี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีสถานภาพโสด จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75 และมีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25

ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 คุณภาพการบริการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา ได้แก่ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 พบว่า พนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

## ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21

## อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้นำผลการวิเคราะห์เรื่อง ความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 ที่มีความสอดคล้องและ แตกต่างของผลการวิจัยที่ผ่านมารวมถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลสำรวจพนักงานบริษัทเอกชนที่ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 มีช่วงอายุ 25 – 34 ปี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีสถานภาพโสด จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 มีระดับ

การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75 และมีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25

ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 คุณภาพการบริการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา ได้แก่ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 พบว่า พนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเฉพาะพนักงานบริษัทเอกชนที่ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมยิ่งขึ้น เช่น ในเขตสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานครอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบและให้ทราบความคิดเห็น ทิศนคติของพนักงานบริษัทเอกชนที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่

ควรมีการศึกษาตัวแปรในปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเอกชนต่อคุณภาพบริการในการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เช่น ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ และนำข้อมูล ที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนาพัฒนาคุณภาพงานด้านบริการให้ตรงความต้องการของผู้รับบริการต่อไป

### บรรณานุกรม

แก้วขวัญ ผดุงพิพัฒน์บรร. (2559). ปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบน

โทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank). บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นพรัตน์ ภูมิวิไลสาร. (2558). การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ปิ่นแก้วพัชรินทร์ (2559). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มหาวิทยาลัยยอนเรศวร. (2558). ความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานตรวจสอบภายใน ประจำปีงบประมาณ 2558. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยยอนเรศวร.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วปาริฉัตร ถนอมวงษ์. (2561). ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค3). บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสยาม.
- Biljana Angelova. (2011). Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model). International journal of academic research in business and social sciences: South East European University.
- Kotler, P. and Kevin, L. K. (2006). Marketing Management. Twelfth edition; Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality". Journal of Retailing. Vol 64. pp 12-40.