

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการยื่นขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

การศึกษาครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ราย ซึ่งเป็นผู้ยื่นขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท ห้างร้าน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวนเงินที่ขอคืนภาษีจำนวน ต่ำกว่า 5,000 บาท รู้จักบริการยื่นแบบขอคืนภาษีทางอินเทอร์เน็ตจากโทรทัศน์ ยื่นแบบในเดือนมีนาคมเป็นส่วนใหญ่ และใช้บริการการยื่นแบบ ขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวน 1 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประมวลผลการตลาดบริการดังนี้ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประมวลผลการตลาดที่มีความพึงพอใจระดับมากคือ

ด้านการบริการ จากผลการศึกษาพบว่า การยื่นขอคืนภาษีเงินได้ทางอินเทอร์เน็ตทำให้สะดวกกว่าการไปยื่นที่สำนักงานสรรพากร มีความพึงพอใจสูงสุด ด้านค่าใช้จ่าย พบว่าการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการสมัครหรือขอใช้บริการในแต่ละครั้ง มีความพึงพอใจสูงสุด ด้านช่องทางการให้บริการพบว่า การบริการทางอินเทอร์เน็ตทำให้สามารถใช้บริการได้ทุกที่ ที่มีอินเทอร์เน็ต มีความพึงพอใจสูงสุด ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าความถูกต้องของโปรแกรมคำนวณภาษี มีความพึงพอใจสูงสุดและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า การไม่ต้องไปติดต่อที่กรมสรรพากรมีความพึงพอใจสูงสุด

สำหรับด้านการส่งเสริมการให้บริการและด้านบุคลากร ที่มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ด้านการส่งเสริมการให้บริการพบว่า การประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงมีความพึงพอใจสูงสุดและด้านบุคลากรการมีฝ่ายสนับสนุนการให้บริการขอคืนภาษีทางอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพมีความพึงพอใจสูงสุด

สิ่งที่ยังต้องมีการแก้ไขปรับปรุง ได้แก่ด้านการส่งเสริมการให้บริการ ควรเพิ่มการให้บริการตอบปัญหาและการให้ข้อมูลเพิ่มเติม โดยการเพิ่มคู่มือโทรศัพท์ในการให้บริการ การเพิ่มจำนวนพนักงานในการให้บริการตอบปัญหาและการเพิ่มสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้มากยิ่งขึ้น และด้านบุคลากร ซึ่งบุคลากรควรมีมนุษยสัมพันธ์ และความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาตลอดจนให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้

The objective of this individual study was to study the tax payers satisfaction towards claiming personal income tax refund via internet in Bangkok Metropolitan.

Questionnaires were used to collect data from 200 samples in Bangkok who wanted to claim personal income tax refund via internet. Data was analysed by descriptive statistic in form of frequency, percentage and mean.

The results of the study were as follows: the majority of respondents were female, 31-40 years old, single, company official, having education at bachelor degree, earning less than 20,000 baht/month. The respondents claimed personal income tax refund less than 5,000 baht. The respondents knew that they could claim personal income tax refund service via internet from television. They most submitted personal income tax refund via internet in March, and used internet service 1 time.

The respondents were overall satisfied with claiming personal income tax refund via internet service marketing mixed factors at a high level. The details would in each factor by the first level of satisfaction as the following:

Service factors, it was found that personal income tax refund claiming via internet provided more convenience than tax submission at revenue department. Expense factor, there was on expense for applying or services. Place factor, it was available to any internet facilities. Service process factor, there was the accuracy of tax calculation program. Physical environment factor, tax payers had not to claim personal tax refund at revenue department.

Promotion and personnel factors satisfied the respondents at moderate level. The service promotion factor in public relation was rated the first while personnel factor in service support to claim personal income tax refund via internet was the efficiency.

However, the promotion of service factor should be adjusted in terms of information and answer-question service by increasing telephone line and staff and increasing advertising media to approach the tax payer. Personnel factor, the personnel should be good at human relationship and the able to solve the problem and give an information as well.