

บทที่ 2

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูลแนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ข้อสมมติฐานและแนวทางการดำเนินงานในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาดังต่อไปนี้

โดยทั่วไปในธุรกิจการบริการ หัวใจสำคัญของการบริการ คือ ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญกับการค้นหาความต้องการของผู้รับบริการเพื่อตอบสนองและเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและติดใจกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป เช่นเดียวกันกับการให้บริการ e-Revenue ก็ต้องให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการให้บริการ ซึ่ง Stuart (1984) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจออกเป็น 3 นัยด้วยกัน โดยความพึงพอใจ หมายถึง

- สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติจริงเป็นไปตามที่บุคคลได้คาดหวังไว้
- การทำงานได้เป็นไปตามหรือตอบสนองต่อคุณค่าของบุคคล
- ระดับความสำเร็จที่เป็นไปตามที่ต้องการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการแต่ละคนย่อมแตกต่างกัน อีกทั้งสามารถเปลี่ยนแปลงได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและตามเงื่อนไขของการให้บริการในแต่ละครั้ง (กุลวรา สุวรรณพิมลและคณะ, 2547) จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยในอดีตพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการมีดังนี้

คุณภาพการให้บริการของระบบยื่นแบบฯ และชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต

ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ส่วนหนึ่งเกิดจากการได้รับบริการที่ดี มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่นเดียวกันกับกรมสรรพากรที่ต้องให้ความสำคัญในงานบริการผู้เสียภาษี ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญที่เพิ่มระดับความสมัครใจในการเสียภาษี (Voluntary Compliance) ของผู้เสียภาษีได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ผู้เสียภาษีเกิดความเต็มใจในการเสียภาษีและมีความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากกรมสรรพากรสามารถทำให้ผู้เสียภาษีรู้สึกได้ว่าเป็นการง่ายและสะดวกต่อการชำระภาษีของตน

ซึ่งจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีระบบสารสนเทศ (Information system) หรือก็คือระบบการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ผู้เสียภาษี (พนิต ธีรภาพวงศ์, 2546) ดังนั้นคุณภาพการให้บริการของระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษี (วิลาวัลย์ อาชวกุลเทพและคณะ, 2547; ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนาจ, 2549) โดยการให้บริการที่มีคุณภาพ จะมีลักษณะดังนี้

- ความง่ายต่อการใช้งาน (Ease of Use) การออกแบบลักษณะของบริการ ต้องมีการออกแบบให้มีขั้นตอนที่ใช้งานได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนาจ, 2549; Yoo and Donthu, 2001) อีกทั้งการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นช่องทางการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษี ซึ่งถือเป็นเทคโนโลยีอย่างหนึ่งที่น่ามาช่วยให้การยื่นแบบฯ และชำระภาษีของผู้เสียภาษีสามารถทำได้ง่ายขึ้น ผู้เสียภาษีใช้บริการแล้วรู้สึกว่าจะไม่ต้องใช้ความสามารถหรือพยายามมากนัก (Davis, 1989) สุวรรรัตน์ ชูไพฑูรย์และคณะ (2542) ได้กล่าวสนับสนุนไว้ว่า การให้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ทางด้านความง่ายต่อการใช้งาน ทั้งต่อผู้ให้บริการและต่อผู้ใช้บริการ
- ความสะดวก (Convenience) บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการ ต้องมีลักษณะที่สามารถปฏิบัติได้อย่างสะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากและไม่สร้างภาระยุ่งยากให้แก่ทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการมากเกินไป (กุลชน ธนาพงศธร, 2528) ซึ่งการให้บริการยื่นแบบฯผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้เสียภาษีสามารถใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีได้จากทุกๆสถานที่ที่ตนต้องการ (พนิต ธีรภาพวงศ์, 2546) ทำให้ผู้เสียภาษีได้รับความสะดวกมากกว่าการเดินทางไปยื่นแบบที่สรรพากรสาขา อีกทั้ง สุวรรรัตน์ ชูไพฑูรย์และคณะ (2542) ได้กล่าวสนับสนุนไว้ว่า การให้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ทางด้านความสะดวก ทั้งต่อผู้ให้บริการและต่อผู้ใช้บริการ
- ความรวดเร็วของระบบการให้บริการ (Speed) หมายถึง การให้บริการที่รวดเร็ว ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที (Yoo and Donthu, 2001) สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Parasuraman et al. (1985) และ Lee and Lim (2005) ที่กำหนดให้ตัวแปรการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ซึ่งก็คือ ความรวดเร็วของระบบในการให้บริการลูกค้า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการ เหมือนดังเช่นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีปัจจัยความเร็วเป็นปัจจัยสำคัญ (สิริพัฒน์ อรรถชัยสุกกุล, 2546) หากระบบ e-Revenue มีประสิทธิภาพ สามารถทำงานในทุกขั้นตอนได้อย่างรวดเร็ว

ย่อมมีผลทำให้ผู้เสียหายเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการได้เช่นกัน (พนิดา ชีระจิต, 2548; ปิ่นมณี สิริรัชชย์, 2548)

- การให้บริการได้อย่างถูกต้อง (Reliability) เป็นความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง (Parasuraman et al., 1985; Lee and Lin, 2005) ถือเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้เสียหาย เพราะการยื่นแบบฯและชำระภาษีสิ่งที่สำคัญ คือข้อมูลทุกอย่างต้องถูกต้อง เนื่องจากหากเกิดการผิดพลาดของข้อมูลหรือตัวเลขการเสียภาษี ย่อมทำให้เกิดปัญหากับผู้เสียหายที่กรมสรรพากรอาจจะเรียกค่าปรับหรือประเมินภาษีย้อนหลังได้ ซึ่งในระบบ e-Revenue มีระบบการตรวจสอบความถูกต้องในการกรอกข้อมูลตัวเลขในแบบแสดงรายการ (พนิดา ชีระจิต, 2546) ที่สามารถตรวจสอบความถูกต้องได้ในระดับหนึ่ง ดังนั้น ความถูกต้องจึงถือเป็นตัวแปรที่สำคัญในการวัดคุณภาพการให้บริการของ e-Revenue

ความปลอดภัย

ความมีประสิทธิภาพของระบบการให้บริการ สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความปลอดภัยให้กับลูกค้าได้ (Parasuraman et al., 1985; Yoo and Donthu, 2001) ซึ่งการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ดี ควรมีเทคโนโลยีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่มีประสิทธิภาพทั้งทางด้านคุณภาพของข้อมูลและด้านปริมาณของข้อมูล เพื่อให้ระบบการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการได้ในเรื่องความปลอดภัยของข้อมูล สำหรับการวิจัยเรื่องนี้ ข้อมูลการเสียภาษี (ข้อมูลการยื่นแบบแสดงรายการและข้อมูลการชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต) เป็นข้อมูลที่สำคัญมาก จึงจำเป็นต้องมีการจัดเก็บและสำรองข้อมูลไว้เป็นอย่างดี เพื่อความปลอดภัยและเพื่อไว้ในกรณีที่เกิดความเสียหายกับระบบในภายหลัง (ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย, 2549) นอกจากนี้ความปลอดภัยของระบบชำระเงินหรือความไม่เชื่อมั่นในวิธีการชำระเงินของผู้ใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนไม่ใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2551; สุวรรรัตน์ ชูไพฑูรย์และคณะ, 2542; จริญญา จุพาธรรมกุลและคณะ, 2541)

คุณภาพการออกแบบเว็บไซต์

เนื่องจากลูกค้าใช้ช่องทางการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service Channel) โดยผ่านทางเว็บไซต์ ดังนั้นคุณภาพการออกแบบเว็บไซต์เป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญ มีการออกแบบให้เว็บไซต์ดูสวยงาม น่าใช้

ภายในเว็บไซต์ต้องออกแบบให้มีข้อมูลที่มีคุณภาพ เกี่ยวข้องกับการใช้งาน ทันสมัย มีการปรับปรุงอยู่เสมอ มีการแสดงข้อมูลใหม่ที่เห็นเด่นชัด เขียนให้ผู้ใช้บริการอ่านแล้วเข้าใจง่าย อีกทั้งสามารถค้นหาข้อมูลและเชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บเพจได้ง่าย (ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนาจ, 2549) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จริยา จุฬารัตนกุลและคณะ (2541) ที่พบว่าในเรื่องการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องประกอบไปด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้ ความสวยงามและความน่าเชื่อถือของโฮมเพจ การปรับปรุงเนื้อหาให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ การจัดเนื้อหาให้เป็นหมวดหมู่ชัดเจน ค้นหาได้ง่าย การประชาสัมพันธ์โฮมเพจในสื่ออื่นๆ

คุณภาพการให้บริการลูกค้า

คุณภาพการให้บริการจะต้องให้ความสำคัญตลอดช่วงการให้บริการลูกค้า กล่าวคือ ตั้งแต่ช่วงก่อนการให้บริการ ช่วงระหว่างการใช้บริการ จนถึงช่วงหลังการใช้บริการ คุณภาพการให้บริการลูกค้าควรจะมีทั้งระบบการให้บริการสนับสนุนลูกค้าผ่านช่องทางเว็บ และจัดให้มีพนักงานหรือระบบที่สามารถให้ลูกค้าติดต่อได้เมื่อเกิดปัญหาข้อข้องหรือเมื่อลูกค้าเกิดข้อสงสัย (ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนาจ, 2549) บุคลากรควรมีความพร้อมในการให้บริการทางด้านเสนอแนะ ให้คำปรึกษา อำนวยความสะดวกในการบริการทางด้านต่างๆ โดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและก่อให้เกิดความพึงพอใจ (กุลวรา สุวรรณพิมลและคณะ, 2547:25-28)

ความรู้ของผู้เสียหายในการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีบุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต

โดยทั่วไป การที่บุคคลหนึ่งจะทำสิ่งใดให้ลุล่วงได้นั้น จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นเสียก่อน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าคนที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่ทำอยู่นั้น ย่อมประสบผลสำเร็จดีกว่าคนที่ไม่มีความรู้หรือมีความรู้น้อยกว่า และส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในระดับที่มากกว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ Roger (1971) ที่กล่าวว่าคนที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมใหม่ได้นั้นต้องมีความรู้ในนวัตกรรมนั้นเสียก่อน โดยการแสวงหาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ซึ่งการที่บุคคลจะมีความรู้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปริมาณข้อมูลที่ถูกถ่ายทอด ลักษณะของแต่ละบุคคลและสภาพสังคมที่ดำรงอยู่ ทั้งนี้สามารถแบ่งความรู้ของนวัตกรรมเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ

- ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมว่ามีอยู่จริง
- ความรู้ว่านวัตกรรมนั้นคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

- ความรู้เกี่ยวกับการใช้นวัตกรรม ซึ่งจะต้องรู้ว่าจะสามารถใช้นวัตกรรมนั้นให้เหมาะสม และมีคุณค่าอย่างไร ความรู้ด้านนี้ส่วนใหญ่ได้มาจากช่องทางสื่อสารมวลชน

นอกจากนี้เอมอร์ พลวัฒนกุลและสมแก้ว รุ่งเลิศกรียงไกร (2550) ได้ศึกษาถึง สาเหตุของการไม่ขึ้นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต) จากผลการวิจัยพบว่า การขาดความรู้ความเข้าใจในการขึ้นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นสาเหตุอย่างหนึ่งของการไม่เลือกขึ้นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับกฤษฎณา ยุทธพงศาพิทักษ์ (2548) และฉวีญา เปิ่นมั่น (2547) ที่พบว่า การขาดความรู้เกี่ยวกับระเบียบการขึ้นแบบฯและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นปัญหาสำคัญของผู้เสียภาษีในการขึ้นแบบฯและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ดังนั้นความรู้ในการขึ้นแบบฯและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ขึ้นแบบฯผ่านอินเทอร์เน็ต

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้เสียภาษี

ในสังคมยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีเป็นสิ่งที่สำคัญในการทำงานและทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งหนึ่งเทคโนโลยีนั้นก็คือ อินเทอร์เน็ต การใช้อินเทอร์เน็ตของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน สามารถเห็นได้จาก รายงานวิจัยของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2551) ซึ่งได้ศึกษาและรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2551 ผลการสำรวจสรุปว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือเป็นเพศหญิงร้อยละ 57.6 และเป็นเพศชายร้อยละ 42.4 กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20 - 29 ปี คือเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในวัยนิสิตนักศึกษาหรือวัยทำงานตอนต้น ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล การซื้อสินค้าหรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ในปี 2551 มีความนิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเกือบเท่าตัวจากปีที่แล้ว ทั้งนี้ผู้ที่อยู่ในเขตเมืองและมีรายได้ครัวเรือนสูง มีแนวโน้มซื้อสินค้ามากกว่าผู้ที่อยู่นอกเขตเมืองและมีรายได้ครัวเรือนต่ำ

ศุภกิจจา พงษ์สุวรรณ (2547 : 26-27) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมเร็วหรือช้าของแต่ละบุคคล ซึ่งในที่นี้ก็คือ การยอมรับในการขึ้นแบบฯและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตได้เร็วหรือช้าของผู้เสียภาษีแต่ละคนนั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ดังนี้ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย รายได้ ขนาดทรัพย์สินที่ถือครองอยู่ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพ และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย สภาพทางสังคม ค่านิยม ฉะนั้นลักษณะส่วนบุคคลของผู้เสียภาษี ทำให้การยอมรับนวัตกรรมเร็วหรือช้าของผู้เสียภาษีแต่ละคนย่อมแตกต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้จากงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา กฤษณา ยุทธพงศาพิทักษ์ (2548) พบว่าสถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตในการยื่นแบบฯและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา แต่เพศเป็นปัจจัยส่วนบุคคลเพียงตัวเดียวที่ไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตในการยื่นแบบฯและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สอดคล้องกับ ธวัชชัย เหล่าอิทธิพร (2548) ที่พบว่าอาชีพและรายได้ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการยื่นแบบและเสียภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตมีระดับที่แตกต่างกัน หรือกล่าวได้ว่า อาชีพและรายได้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการใช้บริการของผู้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต อีกทั้งปิ่นมณี สิทธิชัย (2548) พบว่าอายุของผู้เสียภาษีที่แตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการยื่นแบบและเสียภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตมีระดับที่แตกต่างกัน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปปัจจัยส่วนบุคคลได้ทั้งหมด 5 ปัจจัยด้วยกัน ประกอบด้วย อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้ ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำมาศึกษาเปรียบเทียบว่าลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อการยื่นแบบแสดงรายการและเสียภาษีบุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันหรือไม่

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิดได้ดังนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม

- คุณภาพการให้บริการของระบบยื่นแบบฯ ผ่านอินเทอร์เน็ต
- ความปลอดภัย
- คุณภาพการออกแบบเว็บไซต์
- คุณภาพการให้บริการลูกค้า
- ความรู้ของผู้เสียภาษีในการยื่นแบบฯและชำระภาษีบุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต

ความพึงพอใจในการยื่นแบบและเสียภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต