

แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการ  
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต  
ในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23  
THE MOTIVATION OF TAXPAYERS IN SUBMISSION  
OF TAX PAYMENT VIA THE INTERNET  
IN BANGKOK AREA REVENUE OFFICE 23

ธนาคาร ปทีปกมล  
สาขาวิชาการเงินการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Tanakarn Partiepkamon  
Email: tpthipkml@gmail.com  
Master of Business Administration, Financial and Banking  
Faculty of Business Administration Program in Financial and Banking,  
Ramkhamhaeng University,  
Corresponding author

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 (2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เสียภาษีที่มาติดต่อราชการในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้เสียภาษีที่มาติดต่อราชการในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ที่มีอาชีพต่างกันทำให้แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ต่างกัน และปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ด้านความพึงพอใจในบริการ ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการและการให้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23

**คำสำคัญ:** แรงจูงใจของผู้เสียภาษี, สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23

## Abstract

This research study With objectives (1) to study the motivation of taxpayers in submission of tax payment via the internet in Bangkok Area Revenue Office 23 (2) to study the motivation of taxpayers in submission of tax payment via the internet in Bangkok Area Revenue Office 23 classified by personal factors (3) to study the Factors in choosing to use the personal income tax filing service via the internet that affect the motivation of taxpayers in submission of tax payment via the internet in Bangkok Area Revenue Office 23 The sample group used in this study was 400 Revenue Department Taxpayer use the service in the Bangkok Area Revenue Office 23, using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. Hypotheses were tested by t-test, One-Way ANOVA. If differences were found, they were compared in pairs. By means of LSD and using multiple regression statistics

The hypothesis test found that Bangkok Area Revenue Office personnel 23 that are Career Differences in the motivation of taxpayers in submission of tax payment via the internet in Bangkok Area Revenue Office 23 Different. As for the factors of in choosing to use the personal income tax filing service via the internet of Service satisfaction, Service and marketing mix, Service quality and Technology acceptance Affect the the motivation of taxpayers in submission of tax payment via the internet in Bangkok Area Revenue Office 23

**Keywords:** motivation of taxpayers, Bangkok Revenue Office 23

## บทนำ

ในยุคแห่งประเทศไทย 4.0 (Thailand4.0) ซึ่งเป็นยุคแห่งเทคโนโลยีและสารสนเทศ กรมสรรพากรได้มีการตอบสนองต่อนโยบายของภาครัฐ โดยได้กำหนดแผนการปฏิบัติราชการ ROADMAP DIGITAL RD 2020 เพื่อให้สอดคล้องกับยุคแห่งประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นยุคแห่งเทคโนโลยี โดยมีกรอบแผนดำเนินงานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึงปี พ.ศ. 2563 ภายใต้วิสัยทัศน์ “จัดเก็บภาษีทันสมัย ใส่ใจบริการ ยึดมั่นธรรมาภิบาล เพื่อพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมไทย” โดยเป้าหมายตาม Roadmap 5 ปี คือการพัฒนาให้การบริหารจัดการเก็บภาษีและการให้บริการเพื่อรองรับเศรษฐกิจดิจิทัลโดยเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นตามนโยบายของรัฐบาล

การใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะเป็นแบบ ภ.ง.ด.90 และ แบบ ภ.ง.ด.91 นั้น มีอัตราการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ตที่สูงกว่าการยื่นด้วยแบบกระดาษทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการพัฒนารูปแบบการให้บริการมีประโยชน์ต่อผู้เสียภาษีในทุก ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นการใช้งานที่เข้าถึงง่าย มีความสะดวกและความรวดเร็ว และความถูกต้องในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจเรื่องแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ซึ่งจะศึกษาเพื่อแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านใดบ้างที่ส่งผลให้ผู้เสียภาษีเกิดแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยข้อมูลที่ได้หลังจากการศึกษาค้นคว้าวิจัย จะเป็นโอกาสเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำเอาข้อมูลงานวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบในการให้บริการ และเพื่อให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนตรงจุดมากยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23

### ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ตั้งอยู่เลขที่ 1023 อาคารเอ็ม.เอส. สยามทาวเวอร์ ถนนพระราม 3 แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การสุ่มตัวอย่างของ Yamane ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้มีทั้งสิ้น 400 คน

2. การศึกษานี้เป็นการวิจัยเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษาแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 รวมไปถึงปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการและการให้บริการ และด้านความพึงพอใจในบริการ

### ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เสียภาษีที่มาติดต่อราชการในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 และปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ผู้ที่ศึกษางานวิจัย ได้นำเอาผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้ในงานวิจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือใช้เป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป

2. เพื่อให้องค์กรสามารถนำเอาผลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบในการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยดังนี้

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

วรชยา ศิริวัฒน์ (2547:149) ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง ความรู้ความเชี่ยวชาญของการให้บริการ ความถูกต้องแม่นยำของการให้บริการได้รับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากผู้ให้บริการ ให้บริการตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็ว ระบบการให้บริการครบถ้วน สมบูรณ์และทันสมัยในการบริการ

ฉัตรพร เสมอใจ (2549:109) ได้กล่าวถึงคุณภาพบริการคือ บริการที่มาจากผู้ให้บริการที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถดี เครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัย และมีคุณภาพ จะส่งผลให้บริการนั้นมีคุณภาพดี ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ต้นทุนของการบริการสูงตามไปด้วย

### 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้านคือ (1) พฤติกรรม (2) ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยีและ (3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล (2554) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ให้เป็นไปได้ โดยสิ่งที่ตามมา คือ ก่อให้เกิดการลงทุนกับการยอมรับ

### 3 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและการให้บริการ

Kotler (2003) ให้ความหมายของการบริการ คือ การกระทำหรือการปฏิบัติใด ๆ ก็ตามที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้ต่ออีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่อาจจับต้องได้ และจึงไม่มีการกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของใด ๆ ทั้งสิ้น ผลสัมฤทธิ์ของการบริการนี้อาจจะผูกติดหรือไม่ผูกติดกับตัวสินค้าก็ได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2541) สรุปเกี่ยวกับแนวคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix's) ว่าขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และพบว่าผู้บริโภคผ่าน กระบวนการ 7 ขั้นตอน คือธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix's) หรือ 7Ps

### 4. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ

ศิริพร วิชญมหิมาชัย (อ้างถึงใน จิตตินันท์ นันทไพบุลย์, 2551) กล่าวว่าไว้ว่า การบริการ หมายถึง การที่ผู้ให้บริการหรือผู้ขายให้การช่วยเหลือหรือดำเนินการเพื่อประโยชน์ ความสบาย ความสุขใจ หรือความสะดวกสบายให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อ

เอนกลาภ สุทธินันท์ (อ้างถึงใน จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551) ได้ให้ความหมายของ การบริการไว้ว่า คือ การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าโดยการให้ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้องแม่นยำ

### 5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

พูลสุข สังข์รุ่ง (2550, หน้า 143) กล่าวถึง การจูงใจ (Motivation) หมายถึง การที่บุคคลแสดงออกซึ่งความต้องการในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสามารถอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การทำให้ตื่นตัว (Arousal) การคาดหวัง (Expectancy) การใช้เครื่องล่อใจ (Incentives) และการลงโทษ (Punishment) มาเป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทางเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายหรือเงื่อนไขที่ต้องการ

นิตยา เพ็ญศิริภา และสุรชาติ ณ หนองคาย (2554, หน้า 60) อธิบายว่า กระบวนการในการเกิดแรงจูงใจอาจสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้ 1. การกระตุ้นเป็นขั้นตอนสำคัญที่ทำให้มนุษย์เกิดแรงจูงใจ 2. การเกิดแรงขับเคลื่อน การกระตุ้น 3. การเกิดเป้าที่ประสงค์แรงขับและหรือแรงชักจูงที่เกิดจากการกระตุ้น

### 6. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคคล

ศิริประภา นพขัยยา ( 2558 ) กล่าวว่าเพศ เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ติดตัวบุคคลมาตั้งแต่กำเนิดโดยเพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ 3 ของบุคคลตลอดจนพัฒนาการต่าง ๆ

ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู ( 2559 ) กล่าวว่าอายุจะเป็นสิ่งที่กำหนดว่าบุคคลแต่ละบุคคลมีประสบการณ์ชีวิตมากน้อยเพียงใด ความแตกต่างของช่วงอายุก็จะทำให้บุคคลมีความแตกต่างกัน

อุศนี กอจิตตวนิจ (2553) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เสียภาษีต่อการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครผลการศึกษาระดับการศึกษาระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันส่งผลต่อความ พึงพอใจของผู้ยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต

พรทิพา ทัพไทย ( 2560 ) กล่าวว่าอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความต้องการใช้สินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

### 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วันทนีย์ มงคลทรัพย์กุล (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ ยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ : กรณีศึกษาการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ ได้สรุปกรอบ แนวคิดในการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-Service) ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ คุณภาพของการบริการและความเชื่อถือไว้วางใจ

วัชรรา โสรส (2558) ได้ทำการศึกษาการประเมินผลความพึงพอใจของ ประชาชนต่อบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ: กรณีศึกษา การใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ ของกรมสรรพากร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะใช้ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านประโยชน์ และด้านความเชื่อมั่น มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจในการใช้บริการยื่นแบบฯ

มจรุส สำราญ (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้เสียภาษีในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ต ศึกษาศึกษา: สำนักงานสรรพากรพื้นที่สระแก้ว ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เสียภาษีในการยื่นแบบฯ อยู่ในระดับมาก

พรพิมล ศิริโชติอาภรณ์ (2551) ได้ทำการศึกษาเหตุผลการใช้บริการ การยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต: ศึกษาศึกษาศำนักงานสรรพากรพื้นที่ ชลบุรี 2 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการและด้านการบริการมากที่สุด ส่วนด้านระบบงานและด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญมากเช่นกัน

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติโดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เพียงครั้งเดียวโดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรของการศึกษานี้คือ ผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ ทาโรยามาเน่ (Taro Yamane) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เท่ากับ 400 คน และใช้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มสะดวก (Convenience Sampling)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจเป็น ลักษณะแบบคำถามปลายปิด โดยผู้วิจัยมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยแบ่งแบบสอบถาม เป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการและการให้บริการ และด้านความพึงพอใจในบริการ จำนวน 25 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 จำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามปลายเปิดที่ถามเกี่ยวกับท่านอยากให้กรมสรรพากรปรับปรุงเรื่องใด สำหรับการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำนวน 1 ข้อ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรด้านปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23

#### 2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 จำแนกตามเพศ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยข้อมูลสถิติ t-test

2.2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยข้อมูลสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

### ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้



1. ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจของผู้เสียหายในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด

2. ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจของผู้เสียหายในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้แรงจูงใจของผู้เสียหายในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ไม่ต่างกัน และผู้เสียหายในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ที่มีอาชีพต่างกันทำให้แรงจูงใจของผู้เสียหายในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียหายในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้ ด้านความพึงพอใจในบริการ ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการและการให้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียหายในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23

### อภิปรายผล

ผลการวิจัยแรงจูงใจของผู้เสียหายในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาผลการวิจัยแรงจูงใจของผู้เสียหายในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้เสียหายในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ให้ความสำคัญกับการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของฟูลสุซ สังซ์รุ่ง (2550, หน้า 143) กล่าวถึง การจูงใจ (Motivation) หมายถึง การที่บุคคลแสดงออกซึ่งความต้องการในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสามารถอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การทำให้ตื่นตัว (Arousal) การคาดหวัง (Expectancy) การใช้เครื่องล่อใจ (Incentives) และการลงโทษ (Punishment) และสอดคล้องกับนิตยา เพ็ญศิริรักษา และสุรชาติ ฒ หนองคาย (2554, หน้า 60) อธิบายว่า กระบวนการในการเกิดแรงจูงใจอาจสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้ 1. การกระตุ้นเป็นขั้นตอนสำคัญ

ที่ทำให้มนุษย์เกิดแรงจูงใจ 2. การเกิดแรงขับเคลื่อนไหว การกระตุ้น 3. การเกิดเป้าที่ประสงค์แรงขับและหรือแรงชักจูงที่เกิดจากการกระตุ้น

2. ผลการศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ที่มีเพศต่างกันทำให้แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงนั้นหากมีรายได้ถึงเกณฑ์ที่ต้องเสียภาษีก็ล้วนแล้วแต่ต้องเสียภาษีตามกฎหมายทั้งสิ้น การเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตย่อมเป็นทางเลือกที่มีความต้องการใช้บริการนี้ทั้งสิ้น ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู ( 2559 ) กล่าวว่าเพศหญิงและเพศชายจะมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็น ด้านร่างกาย ด้านความคิด จิตใจ หรือ แม้แต่ในด้านอารมณ์ความรู้สึก และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิเชษฐพล ไทยประสงค์ (2550) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจที่จะชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศสามารถพยากรณ์ความตั้งใจที่จะชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต

2.2 ผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ที่มีอายุต่างกันทำให้แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ไม่ว่าจะผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 จะมีอายุเท่าใด แต่หากมีรายได้ถึงเกณฑ์ที่ต้องเสียภาษีก็ย่อมต้องเสียภาษีตามที่กฎหมายกำหนด การเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็ย่อมเป็นทางเลือกที่สอดคล้องไปกับยุคที่มีเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทสำคัญทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู ( 2559 ) กล่าวว่าอายุจะเป็นสิ่งที่กำหนดว่า บุคคลแต่ละบุคคลมีประสงค์การณ์ชีวิตมากน้อยเพียงใด ความแตกต่างของช่วงอายุก็จะทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนนิกันต์ นุชประคอง (2550) ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่สรรพากรและผู้เสียภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาที่มีต่อการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทาง อินเทอร์เน็ตในจังหวัดเพชรบุรีผลการศึกษาผู้เสียภาษีที่มีอายุมากมีความเห็นด้วยในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้มีอายุต่ำกว่า 30 ปี และผู้มีอายุ 41-50 ปี

2.3 ผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ที่มีระดับการศึกษาต่างกันทำให้แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทที่สำคัญ ไม่ว่าจะผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากร

พื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 จะมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน แต่หากมีรายได้ถึงเกณฑ์ที่ต้องเสียภาษีตามที่กฎหมายกำหนด การเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็ย่อมเป็นทางเลือกในการเลือกใช้บริการที่ตอบสนองต่อยุคสมัยปัจจุบัน ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพา ทัทไทย ( 2560 ) กล่าวว่าการศึกษาเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุศนี กอจิตตวนิจ (2553) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เสียภาษีต่อการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครผลการศึกษาระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันส่งผลต่อความ พึงพอใจของผู้ยื่นแบบ และชำระภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต

2.4 ผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ที่มีอาชีพต่างกันทำให้แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 โดยภาพรวมต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ที่มีอาชีพแตกต่างกันจึงทำให้แรงจูงใจแตกต่างกันทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพา ทัทไทย ( 2560 ) กล่าวว่าอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความต้องการใช้สินค้าและบริการที่แตกต่างกันและสอดคล้องกับแนวคิดของ เหมือนดาว วาสุเทพรังสรรค์ ( 2559 ) กล่าวว่าปัจจัยด้านอาชีพเป็นตัวแปรที่ 3 ใช้เป็นตัวบ่งบอกถึงชนชั้นทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย

2.5 ผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันทำให้แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าหากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ถึงเกณฑ์ที่ต้องชำระภาษีตามที่กฎหมายกำหนด การเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็ย่อมเป็นช่องทางการให้บริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้แก่ผู้เสียภาษีได้เป็นอย่างดีทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับ พรพิมล ศิริโชติอาภรณ์ (2551) ศึกษาเรื่องเหตุผลการใช้บริการการยื่นแบบ และชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต : กรณีศึกษา สำนักงานสรรพากร พื้นที่ชลบุรี 2 ผลการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน จะมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันและไม่สอดคล้องกับ สาวิตรี นาคศรีม่วง (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ในเขตสำนักงานสรรพากร ภาค 4 ผลการศึกษาผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

3. ศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ด้านคุณภาพการให้บริการมีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียหายในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้เสียหายในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 มีความพึงพอใจในประสิทธิภาพของการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้นทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรวิศา โสรส (2558) ได้ทำการศึกษาการประเมินผลความพึงพอใจของ ประชาชนต่อบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะใช้ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านประโยชน์ และด้านความเชื่อมั่น มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจในการใช้บริการยื่นแบบฯ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒน์ชัย นาคสีคร้าม (2552) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนและ ความพึงพอใจของการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาและผ่าน ทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ พบว่ามีความพึงพอใจ โดยรวมค่อนข้างสูงแต่ผู้เสียหายที่ยื่นผ่านอินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจสูงกว่ายื่นทางสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา

3.2 ด้านการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศมีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียหายในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้เสียหายในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 นั้น ได้ยอมรับและศึกษาการใช้งานการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี และสอดคล้องกับแนวคิดของ เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล (2554) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ให้เป็นไปได้ โดยสิ่งที่ตามมา คือ ก่อให้เกิดการลงทุนกับการยอมรับ

3.3 ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการและการให้บริการมีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียหายในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เสียหายในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ การส่งเสริมทางการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ มธุรส สำราญ (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้เสียหายในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตกรณีศึกษา: สำนักงานสรรพากรพื้นที่สระแก้ว ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เสียหายในการยื่นแบบฯ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาวิตรี นาคศรีม่วง (2557) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้

บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านช่องทางการให้บริการด้านการ ส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมาก

3.4 ด้านความพึงพอใจในบริการมีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 มีความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริพร วิชญุมหิมาชัย (อ้างถึงใน จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551) กล่าวไว้ว่า การบริการ หมายถึง การที่ผู้ให้บริการหรือผู้ขายให้การช่วยเหลือหรือดำเนินการเพื่อประโยชน์ ความสุขกาย ความสุขใจ หรือความสะดวกสบายให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อและสอดคล้องกับแนวคิดของ เอนกลาก สุทธินันท์ (อ้างถึงใน จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551) ได้ให้ความหมายของ การบริการไว้ว่า คือ การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าโดยการให้ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้องแม่นยำ

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับ สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ดังนี้

#### ปัจจัยส่วนบุคคล

##### อาชีพ

จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่าอาชีพแต่ละอาชีพมีความรู้ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และการใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นแล้ว ผู้บริหารควรพัฒนาระบบการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตใช้งานได้ง่ายขึ้นจากเดิม

ปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 1. ด้านคุณภาพการให้บริการ

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้านคุณภาพการให้บริการ ดังนั้น ควรพัฒนาระบบให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้นเพื่อให้รองรับกับระบบปฏิบัติการใหม่ๆ บนเครื่องคอมพิวเตอร์ และบนโทรศัพท์มือถือ รวมถึงควรมีการอำนวยความสะดวกให้แก่ชาวต่างชาติ โดยการให้บริการเป็นรูปแบบภาษาอังกฤษ

### 2. ด้านการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้านการยอมรับเทคโนโลยี ดังนั้น ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นคลิปวิดีโอสั้นๆ หรือเป็นคลิปวิดีโอการ์ตูนตามสื่อต่าง ๆ เพื่ออธิบายถึงข้อดีและวิธีการเข้าใช้บริการ

### 3. ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการและการให้บริการ

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการและการให้บริการ ดังนั้น ควรปรับปรุงระยะเวลาในการคืนเงินภาษีให้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาระบบการอัปโหลดไฟล์เพื่อให้รองรับไฟล์ที่มีขนาดใหญ่และเพื่อให้อัปโหลดไฟล์ได้ภายในครั้งเดียว มีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ call center ในการตอบคำถามและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

### 4. ด้านความพึงพอใจในบริการ

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้านความพึงพอใจในบริการ ดังนั้น ควรพัฒนาโครงข่ายของระบบเพื่อให้รองรับการใช้งานของผู้เสียในกรณีที่ใช้ใช้งานเป็นจำนวนมาก และพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยในฐานข้อมูลของผู้เสียภาษีเพื่อป้องกันการล่วงละเมิดฐานข้อมูลโดยบุคคลอื่น

## ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 เช่น ปัจจัยด้านพฤติกรรม และด้านสังคม

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาผู้เสียภาษีในท้องที่สรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 เท่านั้น ดังนั้น ควรขยายขอบเขตด้านประชากรให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น ผู้เสียภาษีในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 3 หรือผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ความแตกต่างทางด้านความคิด ค่านิยม และได้ผลการวิจัยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). ส่วนประสมทางการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น Community ย่าน Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- กิตติคุณ บุญเกตุ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สโมสรรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ของผู้บริโภคในจังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- กุลปรียา นกดี และนิตนา ฐานิตธนกร. (2557). การยอมรับเทคโนโลยี GPS Tracking ของบริษัท พี.ที.ทรานส์เอ็กซ์เพรส. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2557). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- แก้วมณี กิ่งเงิน. (2549). คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลลพบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
- ชนนิกันต์ นุชประคอง. (2550). ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่สรรพากร และผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีผลต่อการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตในจังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
- ธัญพัฒน์ ภาดาเพิ่มผลสมบัติ และชุติมาวดี ทองจีน. (2556). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดความสำเร็จของระบบสารสนเทศ และการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านไลน์ แอปพลิเคชันของคนในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- นิชานันท์ ชาวนา. (2559). ปัญหาและอุปสรรคของการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 1. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา
- ประชิด ทองย้อย. (2547). คุณภาพการให้บริการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ สาขาอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
- พนิดา เพชรรัตน์. (2556). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากรสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์