

กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
The decision to use filing The personal income tax return
by The internet of Taxpayer in Bangkok province

นายนิกร ครูวงศธร

สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Mr. Nikorn Kruwongsatorn

Email: klnagnicky@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Accounting, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากร (3) ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติทดสอบแบบ t-test สถิติแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน และอาชีพต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่างกัน และผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน วุฒิการศึกษาต่างกัน สถานภาพสมรสต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และด้านความง่ายต่อการใช้เทคโนโลยี มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : การยื่นแบบแสดงรายการผ่านอินเทอร์เน็ต, การชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study the decision that affects to use filing the personal income tax return by the internet of taxpayer in Bangkok province. (2) to study the decision to use filing the personal income tax return by the internet of Taxpayer in Bangkok province classified by population factors. (3) to study technology adoption factors that affects to use filing the personal income tax return by the internet of Taxpayer in Bangkok province. The sample used in this research is 400 people in Bangkok, using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation by testing the hypothesis by using t-test statistics, one-way variance statistics (One-way ANOVA), if differences are found by using LSD methods and using multiple regression statistics

The hypothesis test found that Taxpayers in Bangkok with different age and occupations has different effects on the decision to use filing the personal income tax return by the internet of Taxpayer with different gender, education level, marital status and income does not affects the decision to use filing The personal income tax return by the internet. The technology adoption factor Benefits received from technology and Ease of use of technology affects the decision to use filing the personal income tax return by the internet of Taxpayer in Bangkok

Keywords: the filing by the internet, the payment of personal income tax by the internet

บทนำ

กรมสรรพากรเป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัดกระทรวงการคลัง อยู่ในส่วนราชการสังกัด กลุ่มภารกิจด้านรายได้ มีหน้าที่ภารกิจหลักในการจัดเก็บภาษีอากร ซึ่งในปัจจุบันกรมสรรพากร ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์กรมสรรพากร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 – 2565 ผ่านกลยุทธ์ D² RIVE : Digital Transformation , Data Analytics , Revenue Collection , Innovation และ Efficiency มาเป็นกลไกขับเคลื่อนการดำเนินงานของกรมสรรพากร โดยยึดหลักผู้เสียภาษีเป็นศูนย์กลาง เพื่อให้บริการสอดคล้องกับความต้องการของผู้เสียภาษี มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในระบบการให้บริการด้านภาษี เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการและผู้เสียภาษีสามารถทำธุรกรรมภาษีได้ง่าย ลดต้นทุน และให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลและการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของกรมสรรพากร อีกทั้งมุ่งทำให้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีความง่ายตามความต้องการใช้งานของผู้ประกอบการ ผู้เสียภาษี และมีมาตรฐานระดับสากล ซึ่งผู้เสียภาษีสามารถเลือกใช้บริการที่ต้องการได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น การยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ต (e-Filing) รวมถึงการตรวจสอบสถานะการคืนภาษี การนำส่งเอกสาร และการตรวจสอบ

ค่าลดหย่อนภาษี (My Tax Account) และยังได้มีการพัฒนาการยืนยันตัวตนทางดิจิทัลผ่าน NDID Platform เพื่ออำนวยความสะดวก และเพิ่มความปลอดภัย ป้องกันการแอบอ้างในการทำธุรกรรมออนไลน์

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เพื่อให้กรมสรรพากรก้าวไปสู่การเป็นองค์กรของภาครัฐที่มีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจให้กับประเทศและก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ยุคดิจิทัล พร้อมตอบสนองนโยบายประเทศไทย 4.0 ในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานอันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการจัดเก็บภาษี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ไปหาแนวทางในการแนะนำและให้ความรู้แก่ผู้เสียภาษีในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของงานวิจัย

1. **ประชากรตัวอย่าง** คือ ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง (จากการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) โดยผู้วิจัยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.05 ทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

2. **ด้านเนื้อหา** คือ เป็นการศึกษากระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งหมายวิจัยขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจ 4 ขั้น ได้แก่ ขั้นการรับรู้ปัญหา ขั้นการค้นหาข้อมูล ขั้นการประเมินทางเลือก ขั้นการตัดสินใจใช้บริการ และขั้นการประเมินภายหลังการใช้บริการ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. **ตัวแปรอิสระ** ได้แก่ ข้อมูลประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และความง่ายต่อการใช้เทคโนโลยี

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล ขั้นตอนการประเมินทางเลือก ขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ และขั้นตอนการประเมินภายหลังการใช้บริการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากร
3. ทราบถึงปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

อนันตยาภา บุญรอด (2560) กล่าวว่า ปัจจัยที่จะส่งผลให้บุคคลเกิดการยอมรับเทคโนโลยีนั้น ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ว่าจะระบงง่าย ทักษะคิดต่อการใช้งาน และการยอมรับเทคโนโลยี นอกจากนี้ยังประกอบด้วย บรรทัดฐานของแต่ละบุคคล ความสมัครใจ และภาพลักษณ์

วันทนีย์ มงคลทรัพย์กุล และคณะ (2559) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-Service) ประกอบด้วยปัจจัย 4 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) คุณภาพ (Quality) และความไว้วางใจ (Trust)

สุธิกานต์ สุขโกลม (2562) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้ระบบการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax invoice & e-Receipt) พบว่า ประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ 4 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของระบบ รูปแบบของระบบ การตอบสนองของระบบ และความรวดเร็วของระบบ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายของการใช้ระบบการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์

ธนวรรณ สำนวนกลาง (2559) กล่าวว่า ปัจจัยทางตรงที่ส่งผลให้เทคโนโลยีทางการเงินเกิดการยอมรับ คือ ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกว่าการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ M – Banking เกิดจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ คือ คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การใช้งานง่าย

วรรณิกา จิตตินรากร (2559) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งที่ทำให้พฤติกรรมของบุคคลเปลี่ยนแปลงไป มีการนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ถูกพัฒนามาจาก แนวคิดของ The Theory of Reasoned Action: TRA (Davis, 1989)

มัสลิน ใจคุณ (2561) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การทำความเข้าใจในเทคโนโลยี และการตัดสินใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีแล้วนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวัน คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

ดังนั้นผู้วิจัยให้ความหมายของการยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง ระดับความเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีใหม่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้บริการของบุคคลได้ โดยผู้ใช้ไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักในการที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ จะรับรู้ถึงความมีประโยชน์ และความง่ายต่อการใช้งาน และจะส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มี 2 ปัจจัย ที่จะเป็เหตุให้บุคคลมีการยอมรับการใช้งานระบบนั้น และนำไปสู่การตัดสินใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีนั้นๆ ดังนี้

1. ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี การตระหนักถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากเทคโนโลยี เป็นการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากการนำเทคโนโลยีมาใช้แล้วทำให้เกิดความสะดวกสบายประหยัดเวลาในการเดินทางไปติดต่อทำธุรกรรมด้วยตนเอง ทำให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยลง รวมทั้งได้รับประโยชน์จากสิทธิพิเศษต่างๆ เช่นการขยายเวลาในการทำธุรกรรม หรือได้รับการพิจารณาค่าร้องคำขอรวดเร็วขึ้นกว่าเดิม

2. ความง่ายต่อการใช้เทคโนโลยี สิ่งที่บ่งบอกถึงระดับของผู้ใช้งานถึงความคาดหวังต่อเทคโนโลยีเป็นการจะต้องมีความง่ายในการในการเข้าใช้บริการบรรลุดุลประสงค์ได้อย่างรวดเร็ว แม้ว่าจะใช้บริการนั้นใน ครั้งแรก มิใช่่ง่ายจากการใช้งานอยู่จนเคยชิน ไม่ก่อให้เกิดความอึดอัดใจหรือกังวลใจในการใช้งาน ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้งาน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

1. ด้านการรับรู้ปัญหา

Philip Kotler และ Kevin Keller (2006 ,อ้างใน ฤทัยภัทร ทำว่อง ,2557) เป็นขั้นตอนแรกในกระบวนการของการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเกิดจากการมีปัญหาหรือมีความจำเป็นในสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังสามารถเกิดได้จากการถูกกระตุ้นจากภายในและถูกกระตุ้นจากภายนอก

ภักสนันท์ ชมจันทิก (2561) สิ่งกระตุ้นจากภายนอก เช่น ข้อมูลข่าวสาร โฆษณาต่างๆ หรือสิ่งกระตุ้นจากภายใน เช่น ความเครียดและอ่อนล้าจากการทำงานหรือในกรณีที่บุคคลรู้สึกจำเจกับชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะใช้บริการ

ปณิตา ปานสังข์ (2559) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายใน เช่น ความหิว ความกระหาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เช่น ความรู้สึกอยากได้สินค้าเพราะมีโปรโมชั่น

ลดราคา เป็นต้น สิ่งเมื่อเกิดขึ้นในระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น ซึ่งบุคคลจะเรียนรู้วิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขารู้ว่าจะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นที่เกิดขึ้นอย่างไร

ภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น (2555) การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการของตนเองซึ่งเกิดจากการที่ผู้บริโภคเห็นความแตกต่างของสภาวะที่เขาปรารถนาจะเล็งเห็นปัญหา ความต้องการซื้อสินค้านั้นอาจเกิดจากสิ่งจูงใจที่สร้างขึ้นโดย

1. ตัวของผู้บริโภคเอง เกิดจากสิ่งจูงใจภายในตัวของตัวผู้บริโภคเอง
2. คนในสังคมที่เขาอยู่ เช่น ครอบครัว ญาติพี่น้อง ผู้ร่วมงาน เพื่อนฝูง
3. สถานการณ์บางอย่างที่เปลี่ยนไป เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจด้านการรับรู้ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้ว่า เป็นกระบวนการที่ผู้ใช้บริการตระหนักถึงปัญหา ความต้องการ หรือประโยชน์ที่จะได้รับอาจเกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้นจากภายในประสบการณ์ที่ผ่านมา เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานต่าง ๆ และสิ่งกระตุ้นจากสภาวะภายนอก ซึ่งเป็นกระบวนการของกระบวนการตัดสินใจ

2 ด้านการค้นหาข้อมูล

Philip Kotler และ Kevin Keller (2006 ,อ้างใน ฤทัยภัทร ท้าวอง ,2557) เมื่อได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากความต้องการของผู้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคก็จะทำการแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ โดยอาศัยแหล่งข้อมูลต่างๆ

ปภัสนันท์ ชมจันทิก (2561) ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของบริการจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ดังนี้

1. การค้นหาข้อมูลภายใน (Internal search) เป็นข้อมูลที่อยู่ในความทรงจำของผู้บริโภคหรือเป็นความรู้ที่ผู้บริโภคมียาก่อนจากประสบการณ์ที่ผ่านมา
2. การค้นหาข้อมูลภายนอก (External Search) เป็นการรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากแหล่งภายนอก ประกอบไปด้วยการค้นหาข้อมูลจากแหล่งบุคคล (Personal sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก หรือแหล่งข้อมูลที่จัดทำโดยนักการตลาด (Marketer-dominated sources) ได้แก่ เว็บไซต์ข้อมูลจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์
3. แหล่งประสบการณ์ (Experiential sources) ได้แก่ ประสบการณ์ตรงจากการใช้บริการ

ปณิตา ปานสังข์ (2559) เมื่อบุคคลได้รับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการต่อสินค้าหรือบริการแล้ว เขาจะค้นหาวิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับความพอใจ ซึ่งผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ต่อไปนี้

1. แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จักรอบข้าง เป็นต้น
2. แหล่งข้อมูลทางการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุหีบห่อ การจัด แสดงสินค้า ฯลฯ
3. แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชนต่างๆ องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น
4. แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ หน่วยงานที่ทำการสำรวจคุณภาพสินค้าและบริการ

ศิริวัฒน์ เหมือนโพธิ์ (2560) ผู้บริโภคอาจให้ความสนใจกับข้อมูลมากขึ้นเท่าที่จะหาข้อมูลได้หรืออาจจะเสาะหาข้อมูลอย่างกระตือรือร้นจำนวนการค้นหาข้อมูลขึ้นอยู่กับระดับของแรงขับเคลื่อนรับรู้ข้อมูลผู้บริโภคสามารถรับได้จากหลายแหล่งทั้งแหล่งบุคคล (Personal Sources) เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนคุ้นเคย แหล่งพาณิชย์ เช่น การโฆษณา การจัดแสดงสินค้าเว็บไซต์

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจด้านการค้นหาข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้ว่า ความพยายามในการค้นหาข้อมูลจากสิ่งที่ถูกกระตุ้น เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ด้วยวิธีการสอบถามจากสมาชิกในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน คนรู้จัก หรือค้นหาด้วยตนเองจากข้อมูลเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

3 ด้านการประเมินทางเลือก

ปภัสนันท์ ชมจันทิก (2561) ผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกของบริการจากคุณลักษณะหรือประโยชน์บางประการที่ต้นให้ความสำคัญ เช่น ความคุ้มค่าทางด้านราคา ความคุ้มค่าทางด้านประสบการณ์ ความสะดวกสบาย เป็นต้น เมื่อพิจารณาคุณสมบัติครบถ้วน ก็นำมาจัดเรียงความสำคัญแล้วก็ประเมินทางเลือกเพียงสิ่งเดียว

ปณิศา ปานสังข์ (2559) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้ว ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่างๆ กระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ย่างและไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช่เป็นผู้ซื้อคนใดคนหนึ่ง ในทุกสถานการณ์ ของการซื้อ

ภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น (2555) เมื่อได้ข้อมูลต่างๆ มาแล้ว ผู้บริโภคจะนำทางเลือกแต่ละทางมาเปรียบเทียบว่ามีด้านบวกและด้านลบอย่างไรในการพิจารณาทางเลือกนี้ ผู้บริโภคจะดึงเอาเกณฑ์การประเมินผลความเชื่อ ทศนคติ และความสนใจที่จะซื้อ ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกปลูกฝังอยู่ในจิตใจของคนๆ นั้น อยู่ก่อนแล้วมาใช้ในการตัดสินใจ

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจด้านการประเมินทางเลือก ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้ว่า ขั้นตอนในการพิจารณาทางเลือกมีการนำข้อมูลที่ได้นำประเมินก่อนตัดสินใจ โดยคำนึงถึงการตอบสนองในการใช้งาน ให้เกิดความสะดวกต่อการใช้งาน รวมถึงรูปแบบและลักษณะในการใช้งานที่มีความทันสมัยสะดวกสบายต่อการใช้บริการ

4 ด้านการตัดสินใจ ใช้บริการ

ปภัสนันท์ ชมจันทิก (2561) ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่คนสนใจบริษัทนำเที่ยวที่เชื่อถือได้ เงื่อนไข วันเวลาที่สะดวกในการเดินทาง ราคาที่สามารถจ่ายได้

สุณิสา ตรงจิตร (2559) การตัดสินใจซื้อผู้บริโภคก็จะทำการตัดสินใจโดยผ่านปัจจัยต่างๆ จากการประเมินทางเลือก โดยในการซื้อผู้บริโภคส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อจากเกณฑ์ที่ตั้งไว้ด้วยคะแนนที่ดีที่สุด

อิสริย์ อนันต์โชคปฐมา (2558) การตัดสินใจซื้อเกิดจากการประเมินทางเลือกจากข้อมูลแหล่งต่างๆ ที่ได้แสวงหามาแล้ว เมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้แล้วเกิดความคุ้มค่าหลักจากที่ได้เปรียบเทียบข้อมูลแล้วก็จะทำการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจด้านการตัดสินใจใช้บริการ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้ว่า หลังจากที่มีการประเมินทางเลือกแล้ว ก็จะตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งจะพิจารณาถึงองค์ประกอบในการตัดสินใจใช้บริการ คือ ความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย รวมถึงสามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา

5 ด้านการประเมินภายหลังการใช้บริการ

กรรณก ศรีจันทร์ (2562) เป็นทัศนคติที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ตรง เป็นประสบการณ์ที่แท้จริงซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบของผู้บริโภค

ปณิตา ปานสังข์ (2559) หลังจากลูกค้าได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว ลูกค้าก็จะทำการเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่คาดหวัง ถ้าคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับจริงตรงกับที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่ได้รับคาดหวังเอาไว้ ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำหรือบอกต่อ

ภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น (2555) หลังการซื้อหรือทดลองใช้สินค้า ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจในตัวสินค้า ซึ่งจะมีผลต่อความเชื่อ ทัศนคติ และความตั้งใจในการซื้อครั้งต่อไป ถ้าซื้อมาใช้แล้วดี ความรู้สึกพอใจนี้ก็จะถูกเก็บเป็นความเชื่อต่อตัวสินค้า ผลที่ตามมาก็คือ ความสนใจซื้อซ้ำและอาจบอกต่อผู้อื่น

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจด้านการประเมินภายหลังการใช้บริการ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้ว่า ภายหลังจากการใช้บริการแล้วหากเกิดความพึงพอใจ ก็จะแนะนำการใช้บริการให้แก่คนรู้จัก และตัดสินใจใช้บริการซ้ำอีกในครั้งต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรพรรณ เดชะศิริประภา (2560) ได้ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการขั้นตอน และคุณภาพการบริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต่อความพึงพอใจในการยื่นแบบของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตพื้นที่สรรพากร 10 ผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เงินได้สุทธิในการยื่นภาษี จำนวนเงินที่ทำการขอคืนไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แต่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการขั้นตอนในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และคุณภาพบริการในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

อนัญญาภา บุญรอด (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยพิจารณาระดับความคิดเห็นพบว่า ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน และการรับรู้ความเสี่ยง

อาริตรา นนทะคุณ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านประเภทรายได้ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ยื่นแบบฯ ออนไลน์ และในส่วนของความคิดเห็นด้านการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มยื่นแบบฯ ออนไลน์

และกลุ่มอื่นแบบๆ กระดาษคำนึงถึงความสำคัญของการคาดหวังถึงประสิทธิภาพและค่าใช้จ่ายมีผลต่อการเลือกใช้บริการอื่นแบบๆ ออนไลน์มากที่สุด

นุชบา โปรงกลาง (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีต่อการยื่นแบบแสดงรายการ และชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านเว็บไซต์ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านบริการ และด้านประชาสัมพันธ์

พัรพินท์ ฟ้าวิชฎกุล (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตอำเภอลี้ จังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตอำเภอลี้ จังหวัดลำพูน ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ว่ามีประโยชน์ ปัจจัยการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน ปัจจัยด้านทัศนคติการใช้งาน ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้เทคโนโลยี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental) โดยเป็นการวิจัยศึกษาสภาพต่างๆ ตามที่เป็นอยู่ ไม่มีการจัดการควบคุมตัวแปรใดๆ ผู้วิจัยไม่ได้ทำการเปลี่ยนแปลง สร้าง หรือควบคุมสิ่งใดๆ ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ ใช้เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) เมื่อเก็บข้อมูลแล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยการใช้การคำนวณสูตรของ Yamane (1973) โดยเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามแบบปลายเปิดและปิด โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามในแบบสอบถามทั้งหมด 6 ข้อ

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีจำนวนข้อคำถามในแบบสอบถามทั้งหมด 8 ข้อ กำหนดให้ 5 = ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด, 4 = ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก, 3 = ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง, 2 = ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย, 1 = ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล ขั้นตอนการประเมินทางเลือก ขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ และขั้นตอนการประเมินภายหลังการใช้บริการ มีจำนวนข้อคำถาม 12 ข้อ กำหนดให้ 5 = ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด, 4 = ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก, 3 = ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง, 2 = ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย, 1 = ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

1.4 ข้อมูลแสดงความคิดเห็น ข้อดี ข้อเสีย ในการใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นข้อคำถามปลายเปิด มีจำนวนข้อคำถาม 1 ข้อ

1.5 ช่วงเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยการประเมินระดับความคิดเห็น กำหนดให้ 4.21 – 5.00 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 3.41 – 4.20 = ระดับความคิดเห็นมาก, 2.61 – 3.40 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 1.81 – 2.60 = ระดับความคิดเห็นน้อย, 1.00 – 1.80 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษาด้านสถานภาพสมรส ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 ใช้สถิติ **t-test** ในการวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส

2.2 ใช้สถิติ **One-Way ANOVA** ในการวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ **LSD**

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น

รายด้าน พบว่ากระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการประเมินภายหลังการให้บริการ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการรับรู้ปัญหา

2. ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

2.1 ผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน และอาชีพต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่างกัน

2.2 ผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน วุฒิการศึกษาต่างกัน สถานภาพสมรสต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และความง่ายต่อการใช้เทคโนโลยี มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

ผลการวิจัยกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก

1.1 ด้านการรับรู้ปัญหา ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ผู้เสียภาษีโดยส่วนใหญ่จะมีความต้องการใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองความต้องการ ความสะดวกสบาย ช่วยลดปัญหาและข้อผิดพลาด การรับรู้ถึงปัญหาเป็นสิ่งที่ผู้เสียภาษีส่วนใหญ่รับรู้ถึงความต้องการในสิ่งที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการในขณะนั้นได้ และเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เสียภาษีเกิดความต้องการเพื่อจะนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler และ Kevin Keller (2006, อ้างใน ฤทัยภัทร ท้าว่อง ,2557) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจ ที่เกิดจากการถูกกระตุ้นจากภายในและภายนอก และสอดคล้องกับ ปภัสนันท์ ชมจันทิก (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ ทักษณคติ และกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวตามแฮชแท็กท่องเที่ยวบนทวิตเตอร์ การตระหนักถึงปัญหา คือการได้รับสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เช่น ข้อมูลข่าวสาร หรือสิ่งกระตุ้นจากภายใน เช่น ความเครียดและอ่อนล้าจากการทำงานหรือความรู้สึกจำเจกับชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะใช้บริการ

1.2 ด้านการค้นหาข้อมูล ของผู้เสียหายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก การค้นหาข้อมูลจะเกิดขึ้นเมื่อผู้เสียหายเกิดการรับรู้ปัญหาแล้ว ก็จะทำการศึกษาและค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจ ในการใช้บริการดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler และ Kevin Keller (2006, อ้างใน ฤทัยภัทร ทำว่อง ,2557) เมื่อได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากความต้องการแล้ว ผู้บริโภคก็จะทำการแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ ในการเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่างๆ โดยอาศัยแหล่งข้อมูลต่างๆ และสอดคล้องกับงานวิจัย ศิริวัฒน์ เหมือนโน้ (2560) ได้ทำวิจัยเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรของธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคอาจให้ความสนใจกับข้อมูลมากขึ้นเท่าที่จะหาข้อมูลได้หรืออาจจะเสาะหาข้อมูลอย่างกระตือรือร้นจำนวนการค้นหาข้อมูลจะขึ้นอยู่กับระดับของแรงขับเคลื่อนการรับรู้ข้อมูลผู้บริโภคสามารถรับได้จากหลายแหล่งบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนคุ้นเคย แหล่งพาณิชย์ต่างๆ

1.3 ด้านการประเมินทางเลือก ของผู้เสียหายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็น ระดับมาก การประเมินทางเลือกของผู้เสียหายต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทาง อินเทอร์เน็ตนั้น จะทำการเปรียบเทียบถึงคุณประโยชน์ที่ได้รับ รวมถึงความสะดวกสบาย การใช้งานที่มีความทันสมัย ก่อนที่จะทำการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปัทสนันท์ ชมจินติก (2561) ได้ทำวิจัยเรื่องพฤติกรรม การเปิดรับ ทศนคติ และกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวตามแฮชแท็กท่องเที่ยวบนทวิตเตอร์ พบว่า ผู้บริโภคจะประเมิน ทางเลือกของบริการจากคุณลักษณะหรือประโยชน์บางประการที่ตนให้ความสำคัญ เช่น ความคุ้มค่าทางด้านราคา ความ คุ้มค่าทางด้านประสบการณ์ ความสะดวกสบาย เมื่อพิจารณาคุณสมบัติครบแล้ว ก็นำมาจัดเรียงความสำคัญแล้วทำการ ประเมินทางเลือก และภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า รุ่นพรี อูส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เมื่อได้ข้อมูลต่างๆ มาแล้ว ผู้บริโภคจะนำทางแยกแต่ละทางมา เปรียบเทียบว่ามีด้านบวก ด้านลบอย่างไร ในการพิจารณาทางเลือกนี้ ผู้บริโภคจะดึงเอาเกณฑ์การประเมินผลความเชื่อ ทศนคติ และความสนใจที่จะซื้อ ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกปลูกฝังอยู่ในจิตใจของคนๆ นั้น อยู่ก่อนแล้วมาใช้ในการตัดสินใจ

1.4 ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ของผู้เสียหายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก การที่ผู้เสียหายตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้น เนื่องมาจากการ ใช้บริการออนไลน์จะทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย รวมถึงสามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่ง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปัทสนันท์ ชมจินติก (2561) วิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับ ทศนคติ และกระบวนการ ตัดสินใจท่องเที่ยวตามแฮชแท็กท่องเที่ยวบนทวิตเตอร์ พบว่า ผู้บริโภคจะตัดสินใจใช้บริการท่องเที่ยว จะพิจารณาจาก แพ้เคจการท่องเที่ยวที่คนสนใจ บริษัทนำเที่ยวที่เชื่อถือได้ เงื่อนไข ระยะเวลาที่สะดวกในการเดินทาง ราคาที่สามารถจ่ายได้ และอิสริยย์ อนันต์โชคปฐมา (2558) ได้วิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อสินค้าใน Line Giftshop พบว่า การตัดสินใจซื้อจะเกิดจากการประเมินทางเลือกจากข้อมูลแหล่งต่างๆ ที่ได้แสวงหามาแล้ว เมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์ที่ได้ตั้งไว้แล้วเกิดความคุ้มค่าหลังจากที่ได้เปรียบเทียบข้อมูลแล้วก็จะทำการตัดสินใจซื้อ

1.5 ด้านการประเมินภายหลังการใช้บริการ ของผู้เสียหายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความ คิดเห็นมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเมื่อผู้เสียหายเกิดความพึงพอใจจากการใช้บริการ ก็จะแนะนำให้กับคนรู้จักและจะใช้

บริการซ้ำอีกในครั้งต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อแมสเซ็นเจอร์ออนไลน์และกระบวนการตัดสินใจใช้บริการแมสเซ็นเจอร์ออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ของ ปณิตา ปานสังข์ (2559) หลังจากลูกค้าได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการแล้ว ลูกค้าก็จะทำการเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าหรือบริการนั้น โดยถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำหรือบอกต่อ และภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น (2555) ได้ทำวิจัยเรื่องพฤติกรรมกาตัดสินใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า รุ่นพริอัส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า หลังจากกาซื้อหรือทดลองใช้สินค้า ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจในตัวสินค้า ซึ่งจะมีผลต่อความเชื่อ ทศนคติ และความตั้งใจในการซื้อครั้งต่อไป และอาจบอกต่อผู้อื่น

2. ผลการวิจัยกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากร

2.1 ผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตไม่ต่างกัน ในการใช้บริการยื่นแบบออนไลน์ เพศต่างกันไม่ได้มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่สอดคล้องกับบุษบา โปร่งกลาง (2562) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน และไม่สอดคล้องกับ ศุขจี มูลทองน้อย (2554) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 2 พบว่า เพศของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม) ด้านช่องทางให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการและด้านบุคคล มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน

2.2 ผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่างกัน ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ช่วงอายุที่แตกต่างกันนั้นมีผลทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งในช่วงที่มีอายุมากอาจจะมีผลต่อการเข้าใช้บริการออนไลน์ที่ไม่เคยชิน และอาจจะถือเป็นเรื่องยุ่งยากสำหรับคนวัยสูงอายุ ซึ่งจะสอดคล้องกับ นิชานันท์ ชาวนา (2559) วิจัยเรื่องปัญหาและอุปสรรคของการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ต ด้านการขาดความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการยื่นแบบทางอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน และศุขจี มูลทองน้อย (2554) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 2 พบว่า อายุของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านช่องทางกาให้บริการ และด้านส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน

2.3 ผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตไม่ต่างกัน ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ เนื่องจาก

ในปัจจุบันระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ต สามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น มีคำแนะนำให้กรอกข้อมูลต่างๆ ทำให้ในปัจจุบันนี้ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจยื่นแบบฯ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สาวิตรี นาคศรีม่วง (2557) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 ซึ่งพบว่า ระดับการศึกษาต่างกันจะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการยื่นแบบแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน และนุชบา โปรงกลาง (2562) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

2.4 ผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่สถานภาพสมรสต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตไม่ต่างกัน ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ สถานภาพสมรสไม่มีผลต่อการตัดสินใจยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากการยื่นแบบไม่ได้คำนึงถึงรสนิยม หรือประสบการณ์ในการใช้ชีวิตคู่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ นิชานันท์ ชาวนา (2559) วิจัยเรื่องปัญหาและอุปสรรคของการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน และศุขจี มูลทองน้อย (2554) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 2 พบว่า สถานภาพของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน

2.5 ผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่างกัน ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ อาจเป็นเพราะแต่ละอาชีพมีเงินได้ที่นำมารวมคำนวณภาษีที่ต่างกัน ความยากง่ายในการกรอกแบบฯ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 2 ของศุขจี มูลทองน้อย (2554) พบว่า อาชีพของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านราคา(ค่าธรรมเนียม) ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคคล มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน และนุชบา โปรงกลาง (2562) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

2.6 ผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตไม่ต่างกัน ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ พบว่ารายได้ไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการยื่นแบบผ่านทางอินเทอร์เน็ต อาจเป็นเพราะการยื่นแบบฯ ไม่ได้มีต้นทุนที่แตกต่างกันระหว่างผู้เสียภาษีที่มีรายได้แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สาวิตรี นาคศรีม่วง (2557) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4

พบว่า ผู้เสียภาษีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน และพรพิมล ศิริโชติอาภรณ์ (2551) วิจัยเรื่องเหตุผลการใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 2 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกัน

3. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต

3.1 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับปัจจัย ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน จากการประหยัดเวลาในการเดินทาง สิทธิประโยชน์จากการขยายกำหนดเวลาการยื่นแบบฯ ความรวดเร็วจากการพิจารณาคืนเงินภาษี ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับอนันตยาภา บุญรอด (2560) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ผลที่ได้มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ 0.05 จึงทำให้ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้เสียภาษีในการเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ และสุธิกานต์ สุขโกมล (2562) วิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้ระบบบริการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ซึ่งมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ส่งผลต่อการใช้ระบบบริการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์

3.2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จากการดำเนินการยื่นแบบฯ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ด้วยตนเอง แม้ว่าจะเป็นการใช้บริการในครั้งแรก ไม่มีความกังวลใจหรืออึดอัดใจในการใช้งาน ทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับอนันตยาภา บุญรอด (2560) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ผลที่ได้มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ 0.05 จึงทำให้ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้เสียภาษีในการเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ และธนวรรณ สำนวนกลาง (2559) วิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบ “M – Banking” ที่มีการทดสอบค่าทางสถิติ มีค่า Sig. 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานง่ายมีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบ “M – Banking”

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยประชากร

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยประชากร โดยแบ่งเป็นด้านอายุ และด้านอาชีพ ทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษี ในจังหวัดกรุงเทพมหานครต่างกัน กรมสรรพากรซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดเก็บภาษี ตามประมวลรัษฎากร ควรให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่เข้าถึงกลุ่มผู้เสียภาษีที่แตกต่างด้านอายุ และด้านอาชีพ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้เสียภาษีแต่ละกลุ่มได้อย่างง่าย และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น เน้นการให้การประชาสัมพันธ์กับกลุ่มผู้เสียภาษีอายุ 51 ปีขึ้นไป ซึ่งยังไม่ค่อยสนใจ ไม่มั่นใจและยังไม่เกิดการยอมรับในการใช้บริการออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และด้านความง่ายต่อการใช้เทคโนโลยี โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี ควรให้ผู้เสียภาษีได้รับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการยื่นแบบฯ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ด้วยการทำธุรกรรมภาษีที่บ้าน (TAX from Home)

2. ด้านความง่ายต่อการใช้เทคโนโลยี ควรมีการนำฐานข้อมูลเดิมของผู้เสียภาษีที่เคยยื่นแบบฯ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในอดีต รวมถึงข้อมูลจากแหล่งภายนอกที่ผู้เสียภาษีนำมาใช้สิทธิหักค่าลดหย่อน ลดการขอเอกสารเพิ่มเติมจากผู้เสียภาษี เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวกสบาย และง่ายต่อการใช้เทคโนโลยี ไม่ต้องอัปโหลดไฟล์เอกสารประกอบการยื่นแบบฯ เพิ่มเติม ซึ่งหากมีปริมาณเอกสารมาก อาจจะเป็นภาระแก่ผู้เสียภาษี ในการยื่นแบบฯ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม ที่อาจจะส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่นปัจจัยด้านคุณภาพของการให้บริการ ระยะเวลาการให้บริการ ประสิทธิภาพของระบบ รูปแบบการให้บริการ ความปลอดภัยของระบบ เพื่อจะได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากขึ้น

2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ควรจะมีการนำตัวแปรหรือปัจจัยที่วิจัย ไปใช้ในการศึกษาในภาษีประเภทอื่นๆ เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้ได้รับข้อมูลจากประเภทภาษีที่แตกต่างกัน

3. ผู้เสียภาษีที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงผู้เสียภาษีในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งหากต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายในแต่ละพื้นที่ ควรเลือกศึกษากลุ่มประชากรผู้เสียภาษีในจังหวัดอื่นๆ หรือเป็นกลุ่มผู้เสียภาษีในระดับภาค ระดับประเทศ เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความแตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- กรกนก ศรีจันทร์, (2562).การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าในกลุ่มเวชสำอางของผู้หญิงในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรมสรรพากร, (2564). ความรู้เรื่องภาษีที่บุคคลธรรมดาควรทราบ.
(ข้อมูลข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์) สืบค้นจาก <https://www.rd.go.th/62337.html>
- ณัชชา สุธรรมวงศ์, (2560).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปีการศึกษา 2560.สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ธนวรรณ สำนวนกลาง, (2559).การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบ “M –Banking” .วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิชานันท์ ขาวนา, (2559).ปัญหาและอุปสรรคของการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 1.สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยบูรพา
- นุชบา โปร่งกลาง, (2562).ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร.บทความวิจัย บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปณิตา ปานสังข์, (2559).พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อแมสเซ็นเจอร์ออนไลน์และกระบวนการตัดสินใจใช้บริการแมสเซ็นเจอร์ออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปัทสนันท์ ชมจันทิก, (2561).พฤติกรรมการเปิดรับ ทศนคดี และกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวตามแฮชแท็กท่องเที่ยวบนทวิตเตอร์.วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรพรรณ เดชะศิริประภา, (2560).การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการขั้นตอน และคุณภาพบริการในการยื่นแบบแสดงภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Revenue) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการยื่นแบบของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตสรรพากรพื้นที่ 10.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฟ้ารพีพร ฟ้าภูษิตกุล, (2562).ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตอำเภอสี จังหวัดลำพูน.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่.
- ภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น, (2555).พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า รุ่นพริอุส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มัสลิน ใจคุณ ,(2561).การยอมรับเทคโนโลยีความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z .วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ฤทัยภัทร ทำว่อง, (2557). การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตลำปาง.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเนชั่น.

- วรรณิกา จิตตินรากร, (2559).การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า จากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วันทนี มงคลทรัพย์กุลและคณะ,(2559).ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ : กรณีศึกษาการยื่น แบบและชำระภาษีออนไลน์.วารสารวิจัยและพัฒนา,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ศิริวัฒน์ เหมือนโพธิ์, (2560).กระบวนการตัดสินใจซื้อกล่องวงจรปิดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ศุขจี มูลทองน้อย ,(2554).ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ,มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สายพิณ มัตตะนามะ, (2559).การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนบ้านลุงพลู อำเภอเมือง สระแก้ว จังหวัดสระแก้ว.สารนิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สิทธิชัย ภูเขาแก้ว, (2560).ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุณิสา ตรงจิตร, (2559).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace).การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุธีกานต์ สุขโกมล,(2562).การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้ระบบบริการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษี อิเล็กทรอนิกส์และใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์.สารนิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อนันตยาภา บุญรอด,(2560).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม.วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อาริศรา นนทะคุณ, (2561).ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ในเขต กรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อิสริย์ อนันต์โชคปฐมา, (2558).ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อสินค้าใน Line Giftshop.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.