

พฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้  
บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2  
TAXPAYERS BEHAVIOR INFLUENCING ONLINE PERSONAL INCOME TAX  
FILING DECISION PROCESS FOR YEAR 2023  
IN REGIONAL REVENUE OFFICE 2

รัชชานนท์ สุทธิสังข์  
สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Ratchanon Sutthisung

Email: 6514154062@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Accounting, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้เสียภาษีกับกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 2 จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีอายุ 30 - 39 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ/ลูกจ้างหน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 และมีรายได้ 40,001 - 60,000บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 พฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อ

กระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก กระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมของผู้เสียภาษีทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ กระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังพบอีกว่าพฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์มีผลมากที่สุด อันดับรองลงมา คือ ด้านความต่อเนื่อง ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ ด้านการรับรู้ทางออนไลน์และอันดับสุดท้าย คือ ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ สามารถร่วมกันทำนายกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 ได้ร้อยละ 64.9 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมของผู้เสียภาษี , กระบวนการตัดสินใจ , ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

## ABSTRACT

The objectives of research study were: 1) to study the taxpayers behavior influencing online personal income tax filing decision process for year 2023 in Regional Revenue Office 2. 2) to study the relationship between taxpayers behavior and online personal income tax filing decision process for year 2023 in Regional Revenue Office 2. The populations used in the study were 400 individuals residing in Regional Revenue Office 2, Bangkok. Statistics used in data analysis are Frequency Distribution, Percentage, Mean and Standard Deviation. The results of hypothesis testing used Pearson product-moment correlation coefficient and Multiple regression analysis.

The research results can be found out that most respondents were male, 218 people amounts to 54.5%, 30-39 years of age, 180 people amounts to 45.0%, graduated with bachelor's degree, 279 people amounts to 69.8%, worked in government officer/government employees/government worker/state enterprise employees, 166 people amounts to 41.5% and average incomes 40,001 - 60,000 Baht, 134 people amounts to 33.5%. Taxpayers behavior influencing online personal income tax filing decision process for year 2023 in Regional Revenue Office 2 found that the overall was high level. Online personal income tax filing decision process for year 2023 in Regional Revenue Office 2 found that the overall was high level.

Hypothesis testing revealed that the all taxpayers behavior had positive correlation with online personal income tax filing decision process for year 2023 in Regional Revenue Office 2 with the statistical significance at the level of 0.01. Most taxpayers behavior influencing online personal income tax filing decision process for year 2023 in Regional Revenue Office 2 was online attitudes. Next ranking were flow, online entertainment, online cognitions, respectively. Least taxpayers behavior influencing was online emotions. Taxpayers behavior can predict online personal income tax filing decision process for year 2023 in Regional Revenue Office 2 about 64.9 percent with the statistical significance at the level of 0.05

**Keyword:** Taxpayers Behavior, Decision Process, Personal Income Tax

## บทนำ

การจัดเก็บภาษีในประเทศไทยเริ่มตั้งแต่ก่อนยุคกรุงสุโขทัย ตามศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหง ในช่วงแรกการจัดเก็บภาษีเป็นการเกณฑ์แรงงานและรับเครื่องบรรณาการ โดยการจัดเก็บภาษีไม่ได้เป็นเงินตรา แต่เป็นแรงงานในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ต่อมาเมื่อเริ่มใช้เงินตรา การจัดเก็บภาษีก็เริ่มเปลี่ยนเป็นการใช้เงินตราแทนแรงงาน และการมีอิสระในการประกอบอาชีพก็มีบทบาทในการจัดการภาษีอากรต่อไป การพัฒนาระบบภาษีในอดีตสะท้อนถึงความก้าวหน้าของประเทศและการบริหารราชการ

กรมสรรพากรซึ่งมีภารกิจหลักในการหารายได้หลักให้กับรัฐบาลจึงได้ปรับปรุงวิธีการจัดเก็บภาษีโดยใช้เทคโนโลยีและระบบออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกและประสิทธิภาพให้แก่ผู้เสียภาษี ระบบนี้ไม่มีค่าใช้จ่ายในการสมัคร ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายและให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงการขยายเวลายื่นแบบและการตรวจสอบข้อมูลอัตโนมัติ การใช้ระบบออนไลน์ยังช่วยลดปริมาณงานของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ และช่วยให้บริการที่ดีขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีโดยรวม

แม้แนวโน้มการยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านออนไลน์เพิ่มขึ้นต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2561 ถึง 2565 กรมสรรพากรยังต้องประชาสัมพันธ์และปรับปรุงระบบให้สะดวกและใช้จ่าย เพื่อรักษาและเพิ่มยอดการยื่นแบบออนไลน์ ระบบออนไลน์ช่วยลดการใช้กระดาษ ลดภาระงานเจ้าหน้าที่ และลดข้อผิดพลาด พร้อมทั้งแจ้งเตือนระหว่างกรยื่นแบบ ซึ่งช่วยเพิ่มความถูกต้องและมีประสิทธิภาพในการพัฒนาประเทศ

จากข้อมูลที่ผ่านมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 ซึ่งผลที่ได้จากวิจัยในครั้งนี้จะช่วยกรมสรรพากรในการพัฒนาระบบและบริการให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้เสียภาษี เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและกระตุ้นการตัดสินใจยื่นภาษีออนไลน์

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้เสียภาษีกับกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2

### สมมติฐานของการวิจัย

1. พฤติกรรมของผู้เสียภาษีด้านการรับรู้ทางออนไลน์มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2
2. พฤติกรรมของผู้เสียภาษีด้านอารมณ์ทางออนไลน์มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2
3. พฤติกรรมของผู้เสียภาษีด้านความบันเทิงทางออนไลน์มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2
4. พฤติกรรมของผู้เสียภาษีด้านความต่อเนื่องมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2
5. พฤติกรรมของผู้เสียภาษีด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2

### ขอบเขตของงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. พฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 ได้แก่ ด้านการรับรู้ทางออนไลน์ ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ ด้านความต่อเนื่อง ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

1. กระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจ

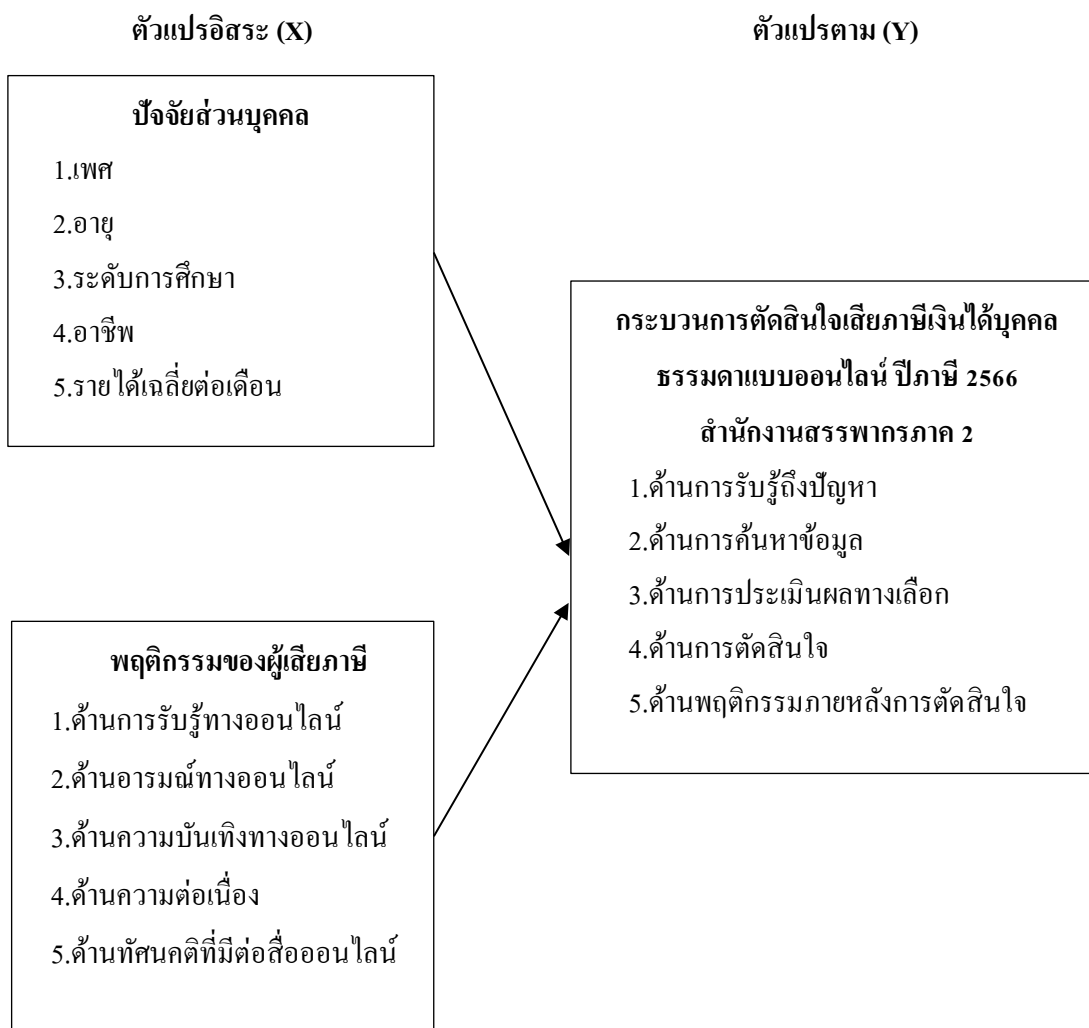
### ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 2 จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ได้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาปีภาษี 2566 จำนวน 967,309 คน (ที่มา:กรมสรรพากร,2567) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane,1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 399 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 เพื่อความแม่นยำของข้อมูลผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

### ขอบเขตด้านระยะเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือน เมษายน ถึง มิถุนายน พ.ศ.2567

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2
2. เพื่อทราบปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์

พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ถือเป็นพฤติกรรมรูปแบบเดียวกันกับพฤติกรรมของผู้เสียภาษี เนื่องจากเป็นพฤติกรรมที่กล่าวถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ถือเป็นการบริการอย่างหนึ่งในกระบวนการนี้ ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ (Richard & Chebat, 2016) กล่าวคืออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อสารตัวกลางที่ช่วยให้ผู้ขายและผู้ซื้อที่มีประโยชน์ สามารถช่วยทั้งสองฝ่ายได้ตอบ และเข้าถึงข้อมูลได้อย่างง่าย ตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและเป็นช่องทางในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งประกอบด้วย ด้านการรับรู้ทางออนไลน์ ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ ด้านความต่อเนื่อง และด้านทัศนคติออนไลน์

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจ คือ ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภค แสดงรูปแบบพฤติกรรมการตัดสินใจ (Kotler, 2012) โดยแบ่งขั้นตอนต่างๆ เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ พฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจ

### ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาษีอากร

ภาษีอากร คือ สิ่งที่รัฐบาลจัดเก็บจากประชาชนเพื่อนำมาใช้จ่ายให้เป็นประโยชน์แก่สังคม รวมทั้งเป็นการเคลื่อนย้ายทรัพยากรจากภาคเอกชนสู่ภาครัฐบาล เพื่อจัดสรรทรัพยากร และการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง ภาษีอากรที่ดีต้องมีลักษณะสำคัญ 4 ประการคือ มีความเป็นธรรม มีความแน่นอน มีความสะดวก และประหยัด ประเภทของภาษีแบ่งได้ 2 ประเภทใหญ่ 1. ภาษีทางตรง อาทิ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษีเงินได้นิติบุคคล 2. ภาษีทางอ้อม อาทิ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต และอากรแสตมป์ ซึ่งหน้าที่และสิทธิของผู้เสียภาษี ประกอบด้วย ผู้เสียภาษีมีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษี และชำระภาษีตามกฎหมาย มีสิทธิยื่นอุทธรณ์คัดค้านการประเมินภาษี สามารถขอทุเลาการชำระหนี้ภาษีอากรได้ โดยปัจจุบันการให้บริการแบบแสดงรายการภาษีและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต แทนการยื่นแบบด้วยกระดาษ ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่อีกทางหนึ่ง ที่ไม่ได้บังคับ แต่ช่วยให้ผู้เสียภาษีที่สนใจเลือกใช้บริการเพื่อความสะดวกมากยิ่งขึ้น

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ (2557) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ และด้านการรับรู้ทางออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ และด้านความต่อเนื่องไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

วรรณิกา จิตตินรากร (2559) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ (ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้มีเพียงพฤติกรรมผู้บริโภคด้านความบันเทิงออนไลน์ และด้านความต่อเนื่อง ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์

ปรารณอาวี มุฮัมหมัดอัลโคลเลซ (2563) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน

ปาริชาติ ปัญญาประทุม (2565) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟเพื่อสุขภาพแบบออนไลน์ของกลุ่ม Gen X ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านการรับรู้ทางออนไลน์ ด้านความต่อเนื่อง และทัศนคติต่อสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟเพื่อสุขภาพผ่านทางออนไลน์ของกลุ่ม Gen X อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศรารัศม์ รุ่งกิตติพิภักดิ์ (2567) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (e-filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 ผลการวิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (e-filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 2 จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ได้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาปีภาษี 2566 จำนวน 967,309 คน (ที่มา:กรมสรรพากร,2567)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane,1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 399 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 เพื่อความแม่นยำของข้อมูลผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยประกอบไปด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด=5, มาก=4, ปานกลาง=3, น้อย=2, น้อยที่สุด=1

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด=5, มาก=4, ปานกลาง=3, น้อย=2, น้อยที่สุด=1

### การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถามพฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหาตลอดจนไปถึงความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

วัดผล โดยพิจารณาจากคะแนน IOC ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ระหว่าง 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามมาจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านทาง Google Form เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน เมื่อรับแบบสอบถามคืนจะนำมาตรวจสอบ



ความถูกต้องและความสมบูรณ์ และให้คะแนนแบบสอบถามทั้งหมดตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้พร้อมทั้งจัดรูปแบบและหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

#### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าความถี่ (Frequencies)
2. ค่าร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )
4. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
5. สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
6. การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมดจำนวน 400 คน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีอายุ 30 - 39 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ/ลูกจ้างหน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 และมีรายได้ 40,001 - 60,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก คือ ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ ด้านความต่อเนื่อง ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ และด้านการรับรู้ทางออนไลน์ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมาก คือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้เสียภาษีกับกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 โดยใช้สถิติการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Pearson Correlation ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

คือ พฤติกรรมของผู้เสียหาย ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับกระบวนการตัดสินใจ ผู้เสียหายเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมของผู้เสียหายที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจผู้เสียหายเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ มีผลมากที่สุด อันดับรองลงมา คือ ด้านความต่อเนื่อง ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ ด้านการรับรู้ทางออนไลน์ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านอารมณ์ทางออนไลน์

### อภิปรายผล

จากการศึกษา พฤติกรรมของผู้เสียหายที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจผู้เสียหายเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1.ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้เสียหายที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจผู้เสียหายเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งทุกด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ พบว่า ท่านคิดว่าการเสียหายแบบออนไลน์ ดีกว่า เสียหายแบบกระดาษ ท่านคิดว่ามีความตั้งใจจะเสียหายแบบออนไลน์ ตลอดไป ท่านเชื่อถือในมาตรฐานความปลอดภัยของระบบการเสียหายแบบออนไลน์ ท่านคิดว่าการเสียหายแบบออนไลน์ บ่งบอกถึงทันสมัย และช่วยลดโลกร้อน ข้อมูลจากเว็บไซต์ที่ท่านได้รับจากการเสียหายออนไลน์ มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง การเสียหายแบบออนไลน์ ทำให้ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อกรมสรรพากร และท่านคิดว่า จะแนะนำผู้อื่น ให้มาเสียหายแบบออนไลน์ มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ (2557) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ และด้านการรับรู้ทางออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ และด้านความต่อเนื่องไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความต่อเนื่อง พบว่า ในตลอด 5 ปีที่ผ่านมา ท่านมีการเสียหายแบบออนไลน์ อย่างสม่ำเสมออย่างน้อยเพียงใด การเสียหายแบบออนไลน์ ของกรมสรรพากรมีความเป็นระบบและต่อเนื่อง ท่านคิดว่าการเสียหายแบบออนไลน์ สามารถทำได้ต่อเนื่องตั้งแต่ต้นจนจบ ท่านคิดว่ารูปแบบของระบบการเสียหายแบบออนไลน์มีความเชื่อมโยงกัน ขณะที่ใช้บริการยื่นภาษีออนไลน์ ท่านรู้สึกเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว เมื่อเริ่มเสียหายแบบออนไลน์ ไม่มีสิ่งใดมาหยุดยั้งท่านได้ และรูปแบบของเว็บไซต์เสียหายแบบออนไลน์ ช่วยกระตุ้นอารมณ์ให้ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารีชาติ ปัญญาประชุม (2565)

ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟเพื่อสุขภาพแบบออนไลน์ของกลุ่ม Gen X ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านการรับรู้ทางออนไลน์ ด้านความต่อเนื่อง และทัศนคติต่อสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟเพื่อสุขภาพผ่านทางออนไลน์ของกลุ่ม Gen X อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ พบว่า ท่านรู้สึกว่าการเสียภาษีฯ แบบออนไลน์ช่วยประหยัดเวลาการเดินทางไปสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา ท่านรู้สึกได้รับความสะดวกและความรวดเร็วในการเสียภาษีฯ แบบออนไลน์ ท่านรู้สึกว่าเว็บไซต์ การเสียภาษีฯ แบบออนไลน์ มีเข้าถึงได้ง่าย ท่านรู้สึกมีอิสระในการเลือกกรอกข้อมูลเมื่อเสียภาษีฯ แบบออนไลน์ ท่านรู้สึกปลอดภัยมากกว่า เมื่อเลือกเสียภาษีฯ แบบออนไลน์ ท่านรู้สึกว่าการเสียภาษีฯ แบบออนไลน์ กระตุ้นให้ท่านต้องการเสียภาษีฯ มากขึ้น และท่านรู้สึกว่าเว็บไซต์ การเสียภาษีฯ ออนไลน์ เข้าใจง่าย นำใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณิกา จิตตินรากร (2559) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ (ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้มีเพียงพฤติกรรมผู้บริโภคด้านความบันเทิงออนไลน์ และด้านความต่อเนื่อง ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์ ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ พบว่า ท่านมีความสุขจากการเสียภาษีฯ ออนไลน์มากกว่าการเดินทางไปเสียภาษีฯ ที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาด้วยตัวเอง ท่านรู้สึกได้รับความสะดวกสบายเมื่อใช้บริการเสียภาษีฯ แบบออนไลน์ ท่านรู้สึกว่าเว็บไซต์เสียภาษีฯ ออนไลน์มีการจัดลำดับ ขั้นตอน ตรงตามความต้องการของท่าน ท่านคิดว่าการเสียภาษีฯ ออนไลน์สามารถเรียนรู้ง่าย สามารถทำความเข้าใจได้ด้วยตัวเอง ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อการเสียภาษีฯ แบบออนไลน์ในระดับใด ท่านคิดว่าเว็บไซต์การเสียภาษีฯ ออนไลน์ มีรูปแบบการใช้งานน่าสนใจ ดึงดูดผู้ใช้งานและท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเว็บไซต์ของกรมสรรพากร เมื่อเสียภาษีฯ แบบออนไลน์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประรตนา อารีมุขัมหมัดอัล โคลเลซ (2563) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน ด้านการรับรู้ทางออนไลน์ พบว่า ท่านสามารถสืบค้นความรู้ทางภาษีได้จากหลายเว็บไซต์ ท่านรับรู้ว่าการเสียภาษีฯ แบบออนไลน์ มีระบบช่วยท่านคำนวณภาษีและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ท่านรับรู้ว่าการเสียภาษีฯ แบบออนไลน์ ช่วยลดความผิดพลาด จากการกรอกแบบฯ ด้วยกระดาษ ท่านรับรู้ว่าการเสียภาษีฯ แบบออนไลน์ สามารถยื่นแบบแสดงรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ท่านรับรู้ว่าการสรรพากรมีการเผยแพร่สื่อความรู้เกี่ยวกับภาษีผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook เป็นต้น ท่านรับรู้การประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพากรได้จากสื่อออนไลน์และเว็บไซต์ และท่านรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางภาษีผ่านสื่อออนไลน์และ

เว็บไซต์ ได้ทุกที่ ทุกเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารีชาติ ปัญญาประทุม (2565) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟเพื่อสุขภาพแบบออนไลน์ของกลุ่ม Gen X ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านการรับรู้ทางออนไลน์ ด้านความต่อเนื่อง และทัศนคติต่อสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟเพื่อสุขภาพผ่านทางออนไลน์ของกลุ่ม Gen X อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจ ผลการวิเคราะห์เป็นรายด้านโดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก คือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรรค์สม รุ่งกิตติพิภทร์ (2567) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (e-filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 ผลการวิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (e-filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้เสียภาษีกับกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 พบว่า คือ พฤติกรรมของผู้เสียภาษี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรรณนาอารี มุฮัมหมัดอัล โคลเลซ (2563) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้วิธีการถดถอย พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 พบว่า พฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ มีผลมากที่สุด อันดับรองลงมา คือ ด้านความต่อเนื่อง ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ ด้านการรับรู้ทางออนไลน์ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ เกวรินทร์ ละเอียดคินันท์ (2557) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ และด้านการรับรู้ทางออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ และด้านความต่อเนื่องไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้เสียภาษีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ ปีภาษี 2566 สำนักงานสรรพากรภาค 2 ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1.ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ คือ กรมสรรพากรควรประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเห็นถึงข้อดีของการยื่นภาษีออนไลน์แทนการยื่นแบบกระดาษ โดยจัดทำคู่มือและวิดีโอแนะนำการใช้งานเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์และหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม ซึ่งเป็นช่วงที่มีการยื่นภาษีมาก การประชาสัมพันธ์ในช่วงนี้จะช่วยให้ผู้เสียภาษีเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้นและมีความกระตือรือร้นในการยื่นภาษีมากขึ้น

2.ด้านความต่อเนื่อง คือ กรมสรรพากรควรให้ความสำคัญกับผู้ยื่นภาษีออนไลน์สม่ำเสมอ โดยส่งข้อความแจ้งเตือนเกี่ยวกับเมนูใหม่ ๆ และเพิ่มช่องทางติดต่อ เช่น Chat Bot และสายด่วนในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม นอกจากนี้ ควรเก็บประวัติการยื่นภาษีออนไลน์เพื่อจัดกลุ่มและให้บริการที่ดีกว่าเช่น การคืนภาษีที่รวดเร็วสำหรับผู้ยื่นภาษีตรงเวลา

3.ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ คือ ผู้พัฒนาระบบกรมสรรพากรควรให้ความสำคัญกับการยื่นภาษีออนไลน์โดยปรับปรุงระบบให้เสถียรและปลอดภัย ลดขั้นตอนที่ซับซ้อน เพิ่มระบบแจ้งเตือนข้อผิดพลาด และให้ข้อมูลที่ตรงตามข้อกำหนด รวมถึงจัดทำวิดีโอแนะนำการใช้งานที่เข้าใจง่ายในทุกขั้นตอน

4.ด้านการรับรู้ทางออนไลน์ คือ ควรเพิ่มคลังความรู้เกี่ยวกับการยื่นภาษีออนไลน์ในทุกช่องทาง เช่น Social Media และจากบุคลากรในกรมสรรพากร โดยจัดทำคู่มือที่อ่านเข้าใจง่าย ใช้ภาษาที่ไม่ซับซ้อน และเน้นความน่าเชื่อถือของระบบ ควรทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์และออนไลน์ พร้อมขอความร่วมมือจากธนาคารเพื่อลดค่าธรรมเนียมการจ่ายภาษีออนไลน์

5.ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ คือ ควรสร้างความตระหนักถึงข้อดีของการยื่นภาษีออนไลน์ เช่น ประหยัดเวลาและทรัพยากรจากการเดินทาง และเน้นการยื่นภาษีออนไลน์ที่รวดเร็วและสะดวกสบาย กรมสรรพากรควรพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องและให้บริการประชาชนทุกช่องทางตลอดเวลา

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้เสียหายในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 2 ที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ปีภาษี 2566 ผ่านระบบออนไลน์ ของกรมสรรพากรเพียงเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับตัวอย่างในระดับประเทศ การยื่นแบบแสดงรายการประเภทภาษีอื่นๆ และปีภาษีในอนาคต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นภาพรวมมากยิ่งขึ้น และครอบคลุมผู้เสียหายทั้งหมด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้ใช้เพียงตัวแปรด้านพฤติกรรมของผู้เสียหายเพื่อหาความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์เท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาหาความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุหรือปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความพึงพอใจและประสบการณ์การใช้งาน กับกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์เพียงใด เพื่อนำไปสู่การศึกษาในเรื่องการพัฒนากระบวนการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ผ่านอินเทอร์เน็ตของกรมสรรพากรให้ดียิ่งขึ้น

3. ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant Participation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นต้น โดยควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถามเพื่อหาเหตุผลที่แท้จริงของกระบวนการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบออนไลน์ของกรมสรรพากร

4. ควรนำผลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กระบวนการทำงาน และกระบวนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มจำนวนการใช้บริการการยื่นแบบแสดงรายการแบบออนไลน์ของกรมสรรพากร

### เอกสารอ้างอิง

เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2557). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กรมสรรพากร. (2567). กองบริหารการเสียภาษีอิเล็กทรอนิกส์ กรมสรรพากร สืบค้นเมื่อวันที่ พฤษภาคม 9, 2567 จาก <https://rdsrv.rd.go.th/14000.html>

ปรารณอารี มุฮัมหมัดอัลโคลเลซ. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ปาริชาติ ปัญญาประชุม. (2565). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟเพื่อสุขภาพแบบออนไลน์ของกลุ่ม Gen X ในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วรรณิกา จิตตินรากร. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรารัศม์ รุ่งกิตติพิภักดิ์. (2567). ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.จิระพงศ์ เรืองทูน.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2012). *Marketing management*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Richard, M.O., & Chebat, J.C. (2016). Modeling online consumer behavior: Preeminence of emotions and moderating influences of need for cognition and optimal stimulation level. *Journal of Business Research*, 69, 541–553.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.