

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์  
ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร  
FACTORS AFFECTING THE INTENTION TO SUBMIT PERSONAL INCOME TAX RETURNS  
VIA ONLINE CHANNELS OF TAXPAYERS IN BANGKOK

ศิริกรณ์ บัวแก้ว

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Sirikorn Buakaeo

Email: 6714060079@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management,

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมดจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,425,608 คน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 402 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายต่อเดือนที่ต่างกัน มีความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ที่ต่างกัน ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ว่ามีประโยชน์ และด้านความไว้วางใจ ปัจจัยพฤติกรรมตามแผน ได้แก่ ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม และด้านการคล้อยตามกลุ่ม มีผลต่อความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ความตั้งใจ, การยอมรับเทคโนโลยี, พฤติกรรมตามแผน

## ABSTRACT

Research on Factors Affecting the Intention to File Online Personal Income Tax Returns of the Population in the Bangkok Metropolitan Area Population in the Bangkok Metropolitan Area The sample in this study was 402 people in the Bangkok metropolitan area. Have the intention to file different online personal income tax returns. Factors for technology acceptance include perceived usefulness and trust. Planned behavioral factors, including attitudes toward behavior and group conformity, affect the intention to file an online personal income tax return. Statistically significant at the level of 0.05.

**Keywords:** Intention, Technology Acceptance Model, Theory of Planned Behavior

## บทนำ

ในปัจจุบันที่เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำงานในองค์กร โดยใช้เป็นเครื่องมือหลักในการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตในยุคดิจิทัล ส่งผลทำให้ทุกองค์กรต้องปรับเปลี่ยนระบบการทำงานให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว และมีความซับซ้อนสูง กรมสรรพากรในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักที่มีความตื่นตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่ได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ ทำให้ในช่วงเวลาที่ผ่านมากรมสรรพากรได้มีการวางรากฐานการขับเคลื่อนองค์กรสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) เพื่อเสริมสร้างความพร้อมในการรองรับกับการเปลี่ยนแปลงครั้งในเชิงธุรกิจ สังคม และการใช้ชีวิตประจำวัน

จากข้อมูลสรุปสถิติการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ ปีงบประมาณ 2568 เดือนตุลาคม 2567 ถึงเดือนกันยายน 2568 ภาพรวมทั้งประเทศ ของกรมสรรพากร พบว่ามีการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด.90, ภ.ง.ด.91 และ ภ.ง.ด.94) ผ่านช่องทางออนไลน์ รวมจำนวนทั้งสิ้น 13,966,131 แบบ จากจำนวนแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด.90, ภ.ง.ด.91 และ ภ.ง.ด.94) ทั้งหมดจำนวน 14,902,503 แบบ หรือคิดเป็นร้อยละ 93.7168 ของแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด.90, ภ.ง.ด.91 และ ภ.ง.ด.94) ทั้งหมด (กองเทคโนโลยีสารสนเทศ และกองบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ กรมสรรพากร, 2568) และยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสะดวกรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านระบบออนไลน์

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นประเด็นที่มีความสำคัญและมีความน่าสนใจ จึงเลือกการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษาประชากรที่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ และอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ และสามารถนำผลการศึกษางานวิจัยครั้งนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของกรมสรรพากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

### **วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผนที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อให้ทราบถึงความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแผนใดบ้างที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

## สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน น่าจะมีความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

2. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยพฤติกรรมตามแผน น่าจะมีผลต่อความตั้งใจในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model : TAM) ถูกนำเสนอโดย Davis (1989) เป็นการอธิบายถึงปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ โดยทฤษฎีนี้กล่าวถึงปัจจัยหลัก 2 ตัวแปร คือ การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness : PU) และ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) ซึ่งนำไปสู่การเกิดทัศนคติการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี

การรับรู้ว่ามีประโยชน์ คือการที่ผู้ใช้งานรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานให้ดีขึ้น สอดคล้องกับ หลานหมิง ลิน และคณะ (2567) และ วนิตา แสงชลิต (2565) ได้กล่าวว่า การรับรู้ว่ามีประโยชน์ คือการที่ผู้ใช้งานเทคโนโลยีรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่สามารถช่วยเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพในการทำงานได้ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการใช้งาน สอดคล้องกับ อุดมลักษณ์ แซ่หลิว (2564) ได้กล่าวว่า การรับรู้ว่ามีประโยชน์ ช่วยประสิทธิภาพในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีออนไลน์ทั้งในเรื่องของการลดเวลา ลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มความถูกต้องของข้อมูล

การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน คือการที่ผู้ใช้งานรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายาม และมีความสะดวกในการใช้งาน สอดคล้องกับ สหพัฒน์ กิจประเสริฐ และ มงคล อัครดิลลฤทธิ (2568) ได้กล่าวว่า อุปกรณ์เทคโนโลยีที่ใช้งานได้ง่าย มีความสะดวก เร็วเร็ว และสามารถนำมาใช้ควบคู่กับการทำงานแบบเดิมได้ มีผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานเทคโนโลยี สอดคล้องกับ XU XU และ อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน (2567) ได้กล่าวว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน คือสิ่งที่ทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานระบบสารสนเทศ จนทำให้ทราบถึงประโยชน์ของการใช้งานเทคโนโลยี สอดคล้องกับ ไพโรจน์ อริยพันธ์พิทักษ์ (2568) ได้กล่าวว่า การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับการชำระเงินผ่านช่องทางดิจิทัล เพราะคุ้มค่าและสะดวกมากกว่าการใช้จ่ายเงินสด

## แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ

Mayer et al. (1995) ได้ให้ความหมายว่า ความไว้วางใจ (Trust) คือ ความเต็มใจของฝ่ายหนึ่งที่จะยอมรับความเสี่ยงจากการกระทำของอีกฝ่ายหนึ่ง โดยอยู่บนพื้นฐานของความคาดหวังว่าอีกฝ่ายจะแสดงพฤติกรรมที่สำคัญต่อผู้ที่ไว้วางใจ

Uche et al. (2021) ได้นำเสนอแนวคิดความไว้วางใจ (Trust) โดยเพิ่มเข้ามาเป็นตัวแปรในทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี เพื่ออธิบายถึงความตั้งใจในการชำระเงินผ่านระบบ จากการศึกษาพบว่าในการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านการใช้งานเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงปัจจัยด้านความไว้วางใจ ที่ช่วยลดความกังวลด้านความปลอดภัย และเพิ่มการยอมรับในการใช้งานเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์

สุภาวดี ปิ่นเจริญ (2560) ได้กล่าวว่า ความไว้วางใจคือความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการที่มีต่อผู้ให้บริการ ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกมั่นใจ และเชื่อมั่นในการใช้บริการต่างๆ รวมถึงเชื่อมั่นตัวผู้ให้บริการ

สรุปได้ว่า ความไว้วางใจ (trust) คือสิ่งที่เชื่อมระหว่างกับการตัดสินใจใช้งาน โดยอาศัยความเชื่อมั่นในระบบและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกัน เพื่อลดความกังวลและสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจ

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมตามแผน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) ถูกนำเสนอโดย Ajzen (1991) เป็นทฤษฎีที่ต่อยอดมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล เพื่ออธิบายว่าทำไมคนถึงตั้งใจจะทำสิ่งนั้น (Intention) โดยเป็นการอธิบายถึงความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ โดยมีสาเหตุมาจาก 3 ปัจจัย คือ ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior) การคล้อยตามกลุ่ม (Subjective norm) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัย จะส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น

ทศนคติต่อพฤติกรรม เป็นระดับของความรู้สึกต่อการแสดงพฤติกรรมนั้นๆ ซึ่งเกิดขึ้นจากการรับรู้ถึงผลดี หรือผลเสีย และความเชื่อมั่นต่อพฤติกรรม สอดคล้องกับ Nurhayati et al. (2025) ได้อธิบายว่าทศนคติเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ทางภาษี ผู้ที่มีทศนคติที่ดีจะมองว่าการหลีกเลี่ยงภาษีเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย นอกจากนี้ทศนคติอาจเกิดได้จากการบังคับใช้กฎหมายหรือบทลงโทษทางสังคมได้ด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับ ฉันทวุฒิ พิษผล (2560) ได้กล่าวว่า การสร้างทศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ออนไลน์ เกิดจากการออกแบบระบบสารสนเทศ

ที่ตอบสนองต่อการรับรู้ประโยชน์และความง่ายของการใช้งาน ซึ่งช่วยความสร้างพฤติกรรมการเรียนรู้ออนไลน์เชิงบวก สอดคล้องกับ วรณรัตน์ และคณะ (2568) ได้กล่าวว่า ทักษะติดต่อพฤติกรรม สามารถปรับเปลี่ยนได้ด้วยการส่งเสริมและพัฒนา ผ่านกิจกรรมที่ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ จนเกิดความเชื่อมั่นที่ดีต่อพฤติกรรม ซึ่งส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น

การคล้อยตามกลุ่ม คือการรับรู้ถึงความคาดหวังจากคนใกล้ชิดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรม สอดคล้องกับ ธีรปนกรณ์ ศุภกิจโยธิน (2566) ได้กล่าวว่า การคล้อยตามกลุ่มคือการที่บุคคลแสดงพฤติกรรมตามคนใกล้ชิด และรับรู้ว่าจะสามารถแสดงพฤติกรรมนั้นได้ จนเกิดเป็นความมุ่งมั่นที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นออกมา สอดคล้องกับ ชิดชนก อนันตมงคลกุล และทวีพงศ์ คงมา (2564) ได้กล่าวว่า แนวโน้มในการท่องเที่ยวของกลุ่มวัยรุ่นเกิดจากการได้รับอิทธิพลจากกลุ่มคนใกล้ชิด ได้แก่ คนในครอบครัวหรือเพื่อนสนิท ที่ได้ให้คำแนะนำในการท่องเที่ยว ซึ่งมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการยอมรับภายในกลุ่ม สอดคล้องกับ พัชรนันท์ อธิตั้ง และคณะ (2568) ได้กล่าวว่า การคล้อยตามกลุ่มเป็นการใช้ข้อมูลจากแรงสนับสนุนหรือคำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิดเป็นแนวทางเปรียบเทียบและประเมินความเหมาะสมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักเอกชน

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม คือความเชื่อมั่นของบุคคลที่จะสามารถควบคุมปัจจัยสิ่งแวดล้อมทั้งปัจจัยภายในและภายนอกเพื่อที่จะแสดงพฤติกรรม สอดคล้องกับ ชนิษฐา อินทจักร และสรารุธ อนันตชาติ (2566) ได้กล่าวว่า การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยที่แสดงถึงความยากง่าย ที่แปรผันตามสถานการณ์ โดยที่ไม่สามารถควบคุมปัจจัยต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์ สอดคล้องกับ วณิชย์ ไชยแสง (2564) ได้กล่าวว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นการรับรู้ระดับความยากง่ายในการแสดงพฤติกรรมที่ครอบคลุมทั้งปัจจัยภายใน เช่น ความรู้ ข้อมูล และทักษะ และปัจจัยภายนอก เช่น เวลา เงิน และสถานการณ์ที่เอื้ออำนวย สอดคล้องกับ ทศพล บัวไร่ชิง และคณะ (2568) ได้กล่าวว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เป็นปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการซื้อทองคำหน้าร้าน โดยขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นว่าจะสามารถจัดการด้านการเงินหรือข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นได้

## แนวคิดความตั้งใจ (Intention)

Ajzen (1991) ได้ให้ความหมายของ ความตั้งใจ ไว้ว่าความตั้งใจคือสิ่งที่กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลกับการกระทำ โดยคนจะกระทำสิ่งใดนั้นขึ้นอยู่กับทัศนคติต่อพฤติกรรม อิทธิพลจากคนรอบข้าง และความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เป็นสิ่งสำคัญ

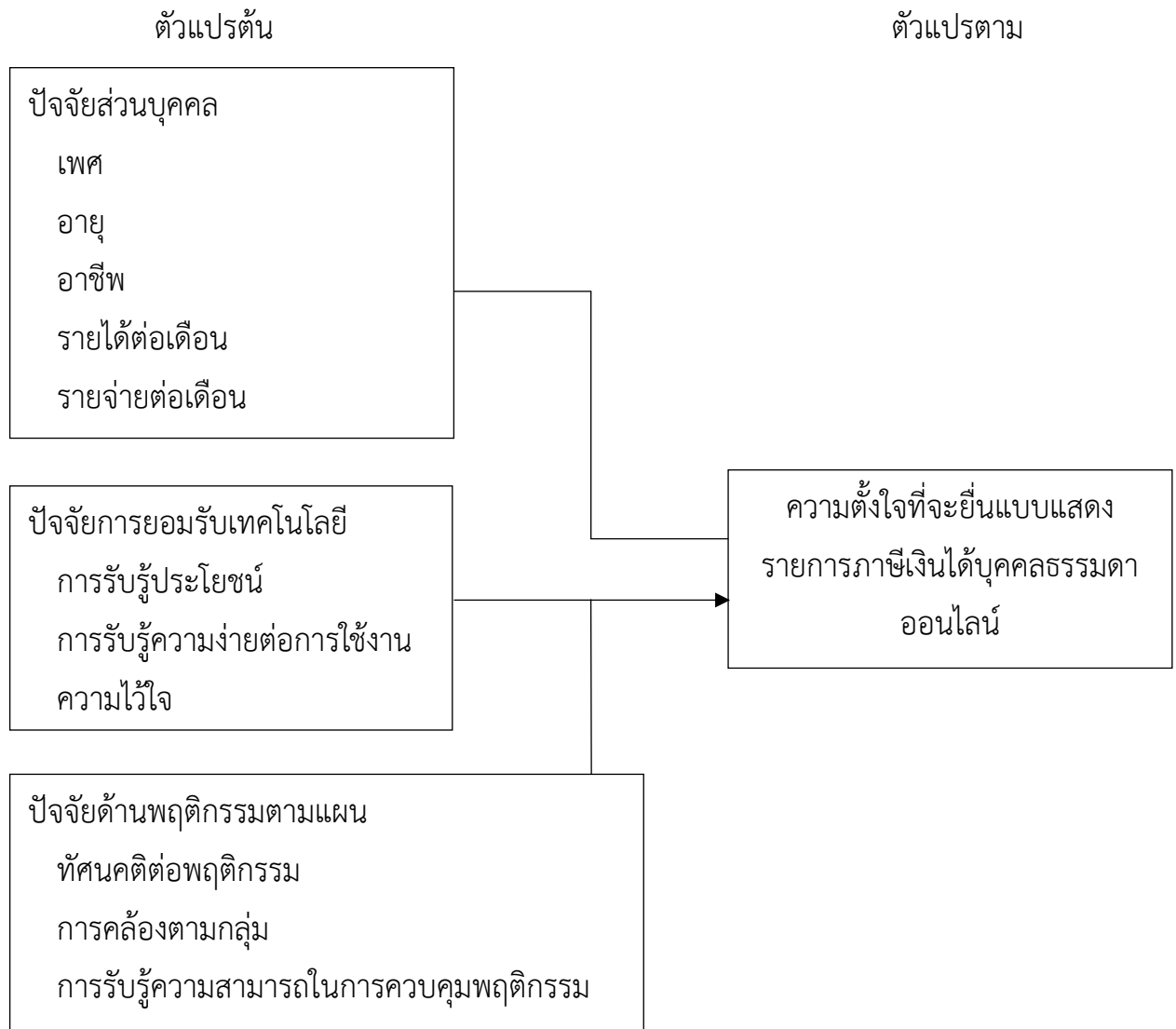
จิรนาถ นามไธสง และ เสาวลักษณ์ จิตต์น้อม (2568) ได้กล่าวว่าความตั้งใจใช้บริการเป็นการแสดงออกของผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งต่อไปในอนาคต รวมถึงการแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการด้วย

สุรเกียรติ ธาดาวัฒนาวิทย์ (2567) ได้กล่าวถึงความตั้งใจใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ว่าเป็นการที่วัยรุ่นเต็มใจที่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยมีเป้าหมายเพื่อใช้ในการศึกษาหาความรู้

อริสรา ธนภาวัฒน์ และ สมบูรณ์ สารพัด (2566) ได้กล่าวว่าความตั้งใจใช้บริการยื่นภาษีออนไลน์นั้น เกิดจากการสร้างความภาคภูมิใจและสัมพันธ์ระหว่างผู้ดูแลและผู้ให้บริการที่สร้างความมั่นใจและทำให้เห็นถึงประโยชน์ของระบบภาษีอิเล็กทรอนิกส์

สรุปได้ว่า ความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีออนไลน์เป็นตัวกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการระบบภาษีออนไลน์กับผู้ใช้บริการ โดยมีเป้าหมายที่จะยื่นภาษีออนไลน์ แต่อาจขึ้นอยู่กับทัศนคติและอิทธิพลจากคนรอบข้างที่จะสร้างความเชื่อมั่นในระบบภาษีออนไลน์

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non – Experimental research design) ซึ่งมีการแสวงหาคำตอบ และเก็บข้อมูลจากสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่แล้วตามธรรมชาติไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างขึ้นใหม่ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ และการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยขอความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการศึกษาวิจัย จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย 1. ดร.วัชรพงษ์ ตันทรัพย์ชัย 2. ดร.พิมมัญญภัทร สุพรรณพงศ์ 3. ดร.ชัยทัต แซ่ตั้ง เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของภาษาและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

ของแบบสอบถาม พบว่า ค่า IOC ของข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัด และสามารถนำไปทดลองใช้กับประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาช ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.940 แสดงว่า ข้อคำถามมีระดับความเชื่อมั่นสูง และสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

### **ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ และอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด ซึ่งจากข้อมูลประชากรไทย เมื่อวันที่ 31 พฤศจิกายน 2568 พบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 5,425,608 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2569) โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งจะมีการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดคำถามคัดกรองเพื่อตรวจสอบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วจึงจะสามารถตอบแบบสอบถามในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัยในลำดับถัดไป โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

#### **1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้**

1.1 ใช้ค่าร้อยละและค่าความถี่กับตัวแปรที่มีระดับวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแบบแผน และความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

#### **2. สถิติอนุมาน ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้**

2.1 ความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-Test

2.2 ความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายต่อเดือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) หากพบความแตกต่าง จะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านพฤติกรรมตามแบบแผน ที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### **สรุปผลการวิจัย**

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76.6 มีอายุระหว่าง 30 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 72.7 มีอาชีพพนักงานเอกชน/บริษัท คิดเป็นร้อยละ 70.9 มีรายได้ต่อเดือน 50,001 – 85,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.5 และมีรายจ่ายต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 1** แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	b	Std. Error	Beta	T	Sig	F	Sig
ค่าคงที่	0.436	0.231		1.892	0.059	50.494	0.000
ด้านการรับรู้ว่ามีประโยชน์	0.163	0.44	0.168	3.666	0.000*		
ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน	0.016	0.049	0.015	0.319	0.750		
ด้านความไว้วางใจ	0.119	0.049	0.104	2.429	0.016*		
ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม	0.437	0.053	0.427	8.307	0.000*		
ด้านการคล้อยตามกลุ่ม	0.111	0.046	0.103	2.407	0.017*		
ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	0.056	0.052	0.051	1.067	0.286		

R = 0.659, R<sup>2</sup> = 0.434, Adjusted R Square = 0.425, SEE = 0.373 \*sig < 0.05

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่ามีตัวแปรอิสระ จำนวน 4 ตัวแปร ที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงตามลำดับจากด้านที่มีผลสูงสุด ได้แก่ ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.437 ด้านการรับรู้ว่ามีประโยชน์ มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.163 ด้านความไว้วางใจ มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.119 และด้านการคล้อยตามกลุ่ม มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.111 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.659 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 43.4 มีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ±0.373 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y = 0.437 (\text{ด้านทัศนคติ}) + 0.163 (\text{ด้านการรับรู้ว่ามีประโยชน์}) + 0.119 (\text{ด้านความไว้วางใจ}) + 0.111 (\text{ด้านการคล้อยตามกลุ่ม})$$

### อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายต่อเดือน ที่ต่างกัน มีความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลลิตา สีตารักษ์ (2564) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ความเข้าใจ และความคิดเห็นในการยื่นแบบแสดงรายการ

และชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (E-FILING) ของประชาชน ผู้มีหน้าที่เสียภาษีในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลให้ความคิดเห็นในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีและชำระภาษีแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์มากที่สุด คือด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการใช้งานระบบยื่นภาษีออนไลน์เป็นสิ่งที่มีความเหมาะสมกับยุคสมัย เป็นทางเลือกในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีที่มีประสิทธิภาพ และสร้างความรู้สึกรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ทางภาษี สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ที่พบว่าการรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่ช่วยให้การจัดการด้านภาษีรวดเร็วขึ้น ลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก ประหยัดเวลามากกว่าการยื่นแบบกระดาษ และได้รับเงินคืนภาษีที่รวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยี นอกจากนี้ความไว้วางใจในมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล และความเสถียรของระบบกรมสรรพากร ยังช่วยสร้างความไว้วางใจการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านระบบออนไลน์ อีกทั้งอิทธิพลการคล้อยตามกลุ่มทางสังคมและบุคคลใกล้ชิดมีส่วนช่วยให้เกิดการเปลี่ยนมาใช้ในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านระบบออนไลน์ได้ง่ายขึ้น

ดังนั้น กรมสรรพากรควรให้ความสำคัญกับทัศนคติของผู้เสียภาษีมาเป็นอันดับแรก การที่จะทำให้ผู้เสียภาษีที่ยื่นแบบกระดาษเปลี่ยนมาใช้ในการยื่นภาษีแบบออนไลน์ โดยการสร้างภาพลักษณ์ของระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีออนไลน์ให้ดูทันสมัย สร้างความรู้สึกรับผิดชอบต่อการยื่นภาษีออนไลน์ ควบคู่ไปกับประโยชน์ที่ผู้เสียภาษีจะได้รับ โดยเฉพาะความรวดเร็วในการได้รับเงินคืนภาษีและการลดขั้นตอนที่ยุ่งยากผ่านการเชื่อมโยงข้อมูลอัตโนมัติ ในขณะเดียวกันต้องสร้างความไว้วางใจในระบบการยื่นภาษีออนไลน์ โดยเน้นที่ความปลอดภัยในมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความเสถียรของระบบออนไลน์ นอกจากนี้ควรสร้างกระแสการยอมรับในองค์กรหรือกลุ่มเพื่อนเพื่อให้เกิดพฤติกรรมเปลี่ยนแบบในการยื่นแบบออนไลน์

**ข้อเสนอแนะ**

1. การศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเพียงเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยในครั้งถัดไปควรขยายขอบเขตของการวิจัย ด้านประชากรให้ครอบคลุมมากขึ้น เช่น การศึกษาประชากรครอบคลุมทุกจังหวัดในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นที่แตกต่างและหลากหลายเพิ่มมากขึ้น

2. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาออนไลน์เพิ่มเติม เพื่อให้งานวิจัยได้รับข้อมูลที่มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

**เอกสารอ้างอิง**

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. สถิติจำนวนประชากร. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2569.จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/displayData> กองเทคโนโลยีสารสนเทศ และกองบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ กรมสรรพากร.

(2568). สถิติการยื่นแบบฯ ทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2567 - กันยายน 2568 (แยกตามประเภทภาษี). สืบค้นจาก

[https://www.rd.go.th/fileadmin/user\\_upload/sorpor/B\\_READY/Data/2568/TAXTotal\\_2568.pdf](https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/sorpor/B_READY/Data/2568/TAXTotal_2568.pdf)

ชนิษฐา อินทจักร และ สราวุธ อนันตชาติ. (2566). อิทธิพลของปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการบริโภคต่อความตั้งใจในการบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภค. วารสารนิเทศศาสตร์, 41(2), 1-24.

ฉัททวุฒิ พิษผล. (2560). นวัตกรรมแอปพลิเคชันตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเพื่อส่งเสริมการรับรู้ความสามารถตนเอง (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชิตชนก อนันตมงคลกุล และ ทวีพงศ์ คงมา. (2564). แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในอาเซียน: การประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 16(2), 3-17.

จิรนาถ นามไธสง และ เสาวลักษณ์ จิตต์น้อย. (2568). ผลกระทบของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านโมบายแบงก์กิ้ง ของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มข., 18(2), 24-37.

ทศพล บัวไร่ชิง, ถนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย และ จุฑามาศ วงศ์กันทรากกร. (2568). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อทองคำหน้าร้านของนักลงทุนทองคำในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 10(2), 256-270.

- ธีรปณกรณ์ ศุภกิจโยธิน. (2566). โปรแกรมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานที่มีน้ำตาลของวัยรุ่นไทยโดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. วารสารศาสตร์สุขภาพและการศึกษา, 3(3), 87-101.
- พัทธนันท์ อธิตัง, เตชิตา สุทธิรักษ์, วิสูตร เพชรรัตน์ และ กุลวดี จันทรวีเชียร. (2568). ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเข้าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช. วารสารนาคบุตรปริทรรศน์, 17(1), 169-180.
- ลลิตา สีดารักษ์. (2564). ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ความเข้าใจ และความคิดเห็นในการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร (การศึกษารายบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วนิดา แสงขวลิต. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับระบบ New e-Filing ในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีและการชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของสำนักงานบัญชีในจังหวัดชลบุรี. (สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต มหาวิทาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- วรุณรัตน์ พรหมภักดี, รังสิยา นารินทร์ และ นพมาศ ศรีเพชรวรรณดี. (2568). ผลของโปรแกรมเสริมสร้างพฤติกรรมตามแผนต่อพฤติกรรมการป้องกันฟันผุของนักเรียนประถมศึกษาตอนปลายในโรงเรียน. พยาบาลสาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 52(2), 108-122.
- วนิชย์ ไชยแสง. (2564). อิทธิพลของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อความตั้งใจซื้อและความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อผักอินทรีย์ในประเทศไทย. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 13(1), 30-44.
- สุภาวดี ปิ่นเจริญ. (2558). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองร้านอาหารผ่านโมบายล์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรเกียรติ์ ธาดาวัฒนาวิทย์. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการศึกษาและนวัตกรรมการเรียนรู้, 4(1), 35-49.
- สหพัฒน์ กิจประเสริฐ, และ มงคล อัสวดีลภฤทธิ. (2568). การยอมรับเทคโนโลยีความเป็นจริงผสมผสานสำหรับการตรวจสอบโครงการก่อสร้าง. วารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและการก่อสร้าง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 7(2), 136-148.

- อริสรา ธนภาวัฒน์ และ สมบูรณ์ สาระพัฑ. (2566). กรอบแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ต. วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา, 5(2), 363-374.
- อุดมลักษณ์ แซ่หลิว. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการยื่นแบบแสดงรายการภาษีทางอินเทอร์เน็ต ของนิติบุคคลในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- หลานหมิง ลิน, นภาวรรณ เนตรประดิษฐ์ และ พิชาภพ พันธุ์แพ. (2567). การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล. วารสารพุทธศึกษาและวิจัย, 10(3), 222-234.
- ไพโรจน์ อริยพันธ์พิทักษ์. (2568). การศึกษาพฤติกรรมและอุปสรรคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครต่อการใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล. วารสารธรรมเพื่อชีวิต, 31(4), 127-142.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Mayer et al. (1995). An integrative model of organizational trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Nurhayati, Maksum, A., Siregar, N. B., & Nasution, F. N. (2025). Determinant factor of individual taxpayer compliance in Indonesia: Integrates of TPB theory and social identity theory. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(11), 595.
- Uche, D. B., Osuagwu, O. B., Nwosu, S. N., & Otika, U. S. (2021). Integrating trust into Technology Acceptance Model (TAM), the conceptual framework for e-payment platform acceptance. *British Journal of Management and Marketing Studies*, 4(4), 34–56.
- XU, X., และ อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน. (2567). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวกรุงปักกิ่ง ประเทศจีน ของนักท่องเที่ยวชาวจีน. วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา, 6(2), 75-86.