

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบ
อินเทอร์เน็ต ของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING TAXPAYERS' DECISION TO USE THE ONLINE PERSONAL
INCOME TAX FILING SERVICE IN BANGKOK

สุวพิชญ์ กงชูเสน

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Suvapit Kongshusan

Email: 6614154021@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีกับการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้มีเงินได้ที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.5 มีอาชีพเป็นธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังพบอีกว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความตั้งใจในการใช้บริการ มีผลมากที่สุด อันดับรองลงมา คือ ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านการใช้งานจริง ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้บริการ และอันดับสุดท้าย คือด้านความง่ายต่อการใช้งาน สามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 59.0 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: การยื่นภาษีออนไลน์, การยอมรับเทคโนโลยี, การตัดสินใจใช้บริการ

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the factors influencing the decision to use the personal income tax e-filing service among taxpayers in Bangkok; and 2) to examine the relationship between technology acceptance factors and the decision to use the personal income tax e-filing service among taxpayers in Bangkok. The sample group consisted of 400 individuals who filed personal income tax returns in Bangkok. Statistical methods used for data analysis included frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. For hypothesis testing, Pearson correlation coefficient and multiple regression analysis were applied.

The findings showed that most respondents were female (229 persons, 57.2%), aged between 26–35 years (227 persons, 56.8%), with less than a bachelor's degree (358 persons, 89.5%), self-employed/business owners (122 persons, 30.5%), and had an average monthly income of 15,001–30,000 Baht (211 persons, 52.8%). The technology acceptance factors affecting the decision to use the personal income tax e-filing service among taxpayers in Bangkok were generally at a high level, as was the overall decision to use the e-filing service.

The hypothesis testing results indicated that all technology acceptance factors had a statistically significant positive relationship with the decision to use the personal income tax e-filing service among taxpayers in Bangkok at the 0.01 level. Furthermore, it was found that the intention to use the service had the strongest influence on the decision, followed by user attitude, actual usage, perceived usefulness, and perceived ease of use, respectively. These factors could jointly predict the decision to use the personal income tax e-filing service among taxpayers in Bangkok with 59.0% accuracy at the 0.05 level of statistical significance.

Keywords: Online Tax Filing, Technology Acceptance, Service Usage Decision

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้ผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการสาธารณะสู่ระบบดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรมสรรพากรที่ได้พัฒนาระบบยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing) เพื่อสร้างการให้บริการในรูปแบบ New Normal ที่ลดการสัมผัสและเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้แก่ผู้เสียภาษี ระบบ e-Filing ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยมีการเชื่อมโยงกับระบบ My Tax Account, e-Donation และ e-Payment เพื่อให้ผู้เสียภาษีสามารถตรวจสอบข้อมูลค่าลดหย่อนและยื่นแบบภาษีได้สะดวกยิ่งขึ้น

จากข้อมูลของกรมสรรพากร พบว่าในปี 2558 มีการยื่นแบบรายการภาษีสรรพากรทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น 14,343,212 รายการ เติบโตร้อยละ 7.9 จากปีก่อนหน้า โดยเป็นการยื่นภาษีเงินได้นิติบุคคลธรรมดาสูงถึง 9,743,904 รายการ คิดเป็นร้อยละ 67.9 ของการยื่นแบบทั้งหมด และในปีภาษี 2562 สัดส่วนการยื่นแบบทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 82 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้เสียภาษีไทยเริ่มมีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าระบบ e-Filing จะมีข้อดีมากมายและได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่การยอมรับและการใช้งานของผู้เสียภาษียังมีข้อจำกัดในบางกลุ่ม โดยเฉพาะในด้านความเข้าใจทางเทคโนโลยี ความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของข้อมูล และความเชื่อถือในประสิทธิภาพของระบบ ปัญหาเหล่านี้อาจส่งผลให้ผู้เสียภาษีบางส่วนยังคงเลือกใช้ช่องทางการยื่นแบบด้วยเอกสาร ส่งผลให้กรมสรรพากรต้องจัดสรรทรัพยากรเพื่อรองรับกระบวนการแบบคู่ขนาน ซึ่งเพิ่มต้นทุนทางการบริหารและลดประสิทธิภาพ ในการจัดเก็บภาษีโดยรวม ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้เสียภาษี ซึ่งจะเป็แนวทางในการพัฒนาระบบการยื่นแบบให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยยกระดับการบริหารจัดเก็บภาษีของประเทศให้สอดคล้องกับแนวทางรัฐบาลดิจิทัล (Digital Government) และส่งเสริมให้เกิดการยื่นแบบภาษีออนไลน์มากขึ้นในอนาคตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีกับการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายต่อการใช้งานมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านความตั้งใจที่จะใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการใช้งานจริงมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การให้บริการ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านความตั้งใจในการใช้บริการ และด้านการใช้งานจริง

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วย

1. การตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจใช้บริการ และด้านพฤติกรรมหลังการให้บริการ

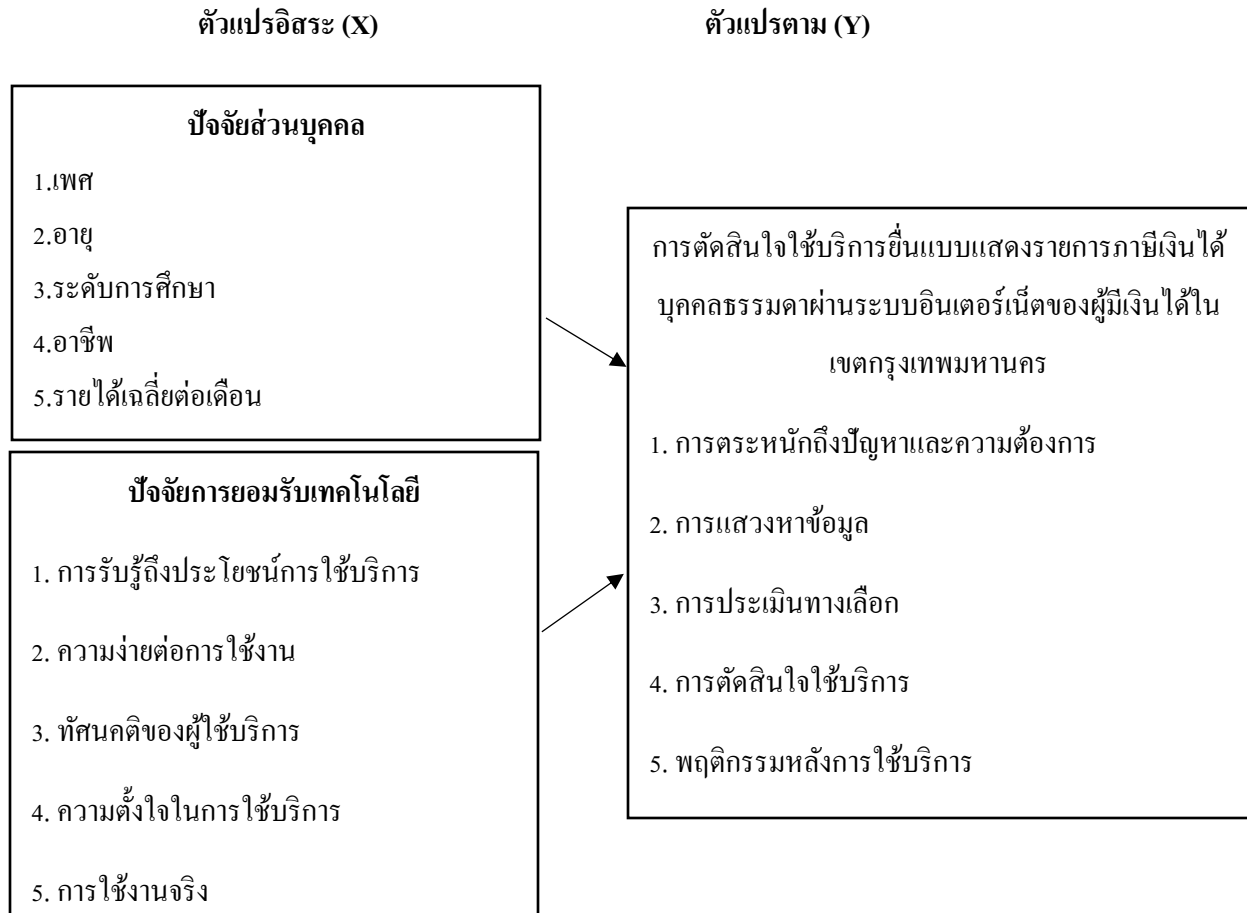
ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้มีเงินได้ที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของผู้มีเงินได้ที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran (1953) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 เพื่อความแม่นยำของข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือน กันยายน – ตุลาคม 2568

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและการให้บริการ ตลอดจนพัฒนาระบบใหม่ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เสียภาษี
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการให้บริการอื่นแบบภาษีออนไลน์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เสียภาษีเพื่อเป็นการขยายฐานผู้ให้บริการให้เพิ่มมากขึ้น
3. ผลวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้เสียภาษีในการตัดสินใจใช้บริการอื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยสามารถพิจารณาจากปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและความคุ้มค่าในการใช้บริการ
4. ผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจระบบอื่นแบบภาษีออนไลน์โดยทั่วไป สามารถนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดด้านปัจจัยอื่นๆให้เหมาะสม และสามารถกำหนดกลุ่มผู้ให้บริการเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นแนวคิดที่มีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มต้นจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Ajzen และ Fishbein ในปี 1980 ซึ่งพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของมนุษย์ ต่อมา Davis ได้พัฒนาเป็นแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ในปี 1985 ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับและนำไปใช้อย่างแพร่หลายในการศึกษาพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ แบบจำลอง TAM มีปัจจัยหลัก 2 ประการ คือ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ซึ่งหมายถึงระดับความเชื่อของผู้ใช้ว่าการใช้เทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการรับรู้การใช้งานง่าย ซึ่งหมายถึงระดับความเชื่อของผู้ใช้ว่าเทคโนโลยีมีความง่ายในการใช้งานและไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก ปัจจัยทั้งสองนี้จะส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน และการใช้งานจริง ต่อมา Venkatesh และ Davis ได้ขยายแบบจำลองเป็น TAM2 ในปี 2000 โดยเพิ่มปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ

กระบวนการตัดสินใจใช้บริการเป็นขั้นตอนการดำเนินการที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการ โดย Philip Kotler และ Kevin Keller (2006) ได้อธิบายว่ากระบวนการตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคผ่านตั้งแต่การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีความสำคัญและส่งผลต่อการตัดสินใจในขั้นตอนถัดไป กระบวนการตัดสินใจใช้บริการประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ขั้นตอนแรกคือการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเห็นความแตกต่างระหว่างสถานะปัจจุบันที่เป็นอยู่กับสถานะที่พึงประสงค์ เช่น การโฆษณาหรือการส่งเสริมการขาย ขั้นตอนที่สองคือการค้นหาข้อมูล ซึ่งเมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการแล้ว จะทำการแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ขั้นตอนที่สามคือการประเมินทางเลือก ซึ่งผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้มาประเมินและเปรียบเทียบทางเลือกต่างๆ โดยพิจารณาจากคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการ ประโยชน์ที่ได้รับ และความเหมาะสมขั้นตอนที่สี่คือการตัดสินใจใช้บริการ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการหลังจากประเมินทางเลือกต่างๆ แล้ว โดยการตัดสินใจนี้อาจได้รับอิทธิพลจากทัศนคติของผู้อื่น สถานการณ์ที่ไม่คาดคิด หรือความเสี่ยงที่รับรู้

ประวัติและข้อมูลเกี่ยวกับกรมสรรพากรและระบบยื่นแบบภาษีออนไลน์

กรมสรรพากรได้พัฒนาระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เสียภาษีอากร ลดต้นทุนและระยะเวลาในการเดินทางมายื่นแบบที่สำนักงานสรรพากร และเป็นการพัฒนาระบบราชการให้ทันสมัยตามนโยบายรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์จนกระทั่งปี พ.ศ. 2549 เปิดให้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด.91) ผ่านอินเทอร์เน็ต และได้มีการปรับปรุงและพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสะดวกในการใช้งาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วันทนีย์ มงคลทรัพย์กุล และคณะ (2559) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ: กรณีศึกษาการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่าย ในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน คุณภาพ และความไว้วางใจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับและใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นิชนันท์ ชาวนา (2559) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัญหาและอุปสรรคของการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 1 ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ ความไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล ความซับซ้อนในขั้นตอนการใช้งาน การขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการ และปัญหาทางเทคนิคของระบบที่บางครั้งไม่เสถียร

พรพรรณ เดชะศิริประภา (2560) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการขั้นตอน และคุณภาพบริการในการยื่นแบบแสดงภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Revenue) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการยื่นแบบของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตสรรพากรพื้นที่ 10 ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการขั้นตอนที่ชัดเจนและไม่ซับซ้อน และคุณภาพบริการด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ความถูกต้องของระบบ และความสะดวกในการเข้าถึงบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อนันทยา บุญรอด (2560) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ว่าจะระบบมีความง่าย ทักษะคิดต่อการใช้งาน บรรทัดฐานของแต่ละบุคคล ความสนใจ และภาพลักษณ์ของระบบ มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

อาริสรา นนทะคุณ (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา และประเภทรายได้ มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบออนไลน์ การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนจากกรมสรรพากร มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ

ธนากร ปทีปกมล (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ผลการศึกษาพบว่า ผู้เสียภาษีที่มีอาชีพต่างกันมีแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการแตกต่างกัน และปัจจัยด้านความพึงพอใจในบริการ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพการให้บริการ และการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ขวัญฤทัย พัฒน์แก้ว (2562) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของประชาชนในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สมุทรปราการ 3 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านเว็บไซต์ที่ควรให้ใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านค่าใช้จ่าย

ในการประหยัดค่าเดินทาง และด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีการแจ้งรายละเอียดของเอกสารหลักฐานที่ใช้ในการยื่นแบบอย่างชัดเจน

สุริกานต์ สุขโกมล (2562) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้ระบบการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice & e-Receipt) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ 4 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของระบบ รูปแบบของระบบ การตอบสนองของระบบและความรวดเร็วของระบบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายของการใช้ระบบ และความตั้งใจในการใช้ระบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ฟ้ารุณห์ ฟ้าภูษิตกุล (2562) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตอำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากระบบ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ทักษะที่มีต่อการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน การสนับสนุนจากหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ และการให้ความรู้แก่ผู้ให้บริการ มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้งานระบบอย่างมีนัยสำคัญ

สุภารัตน์ แก้วสุทอ และคณะ (2568) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในสำนักงานสรรพากรพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน รวมถึงปัจจัยด้านคุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูลสารสนเทศ และคุณภาพของการบริการ มีผลต่อการตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิธีดำเนินการวิจัย

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มีเงินได้ที่มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของผู้มีเงินได้ที่ใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G. Cochran (1953) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 เพื่อความแม่นยำของข้อมูลผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด=5, มาก=4, ปานกลาง=3, น้อย=2, น้อยที่สุด=1

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด=5, มาก=4, ปานกลาง=3, น้อย=2, น้อยที่สุด=1

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหาตลอดจนไปถึงความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

วัดผลโดยพิจารณาจากคะแนน IOC

1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50– 1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กับผู้มีเงินได้ที่มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เมื่อรับแบบสอบถามคืนจะนำมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ และให้คะแนนแบบสอบถามทั้งหมดตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งจัดรูปแบบและหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

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 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.5 มีอาชีพเป็นธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การให้บริการ รองลงมาคือ ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านการใช้งานจริง และด้านความตั้งใจที่จะใช้บริการ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ และด้านการประเมินทางเลือก ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีกับการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Pearson Correlation ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การให้บริการ ปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านความตั้งใจที่จะใช้บริการ และด้านการใช้งานจริง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความตั้งใจที่จะใช้บริการมีผลมากที่สุด อันดับรองลงมา คือ ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านการใช้งานจริง ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การให้บริการ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน

อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การให้บริการ พบว่า ระบบช่วยประหยัดเวลาในการยื่นแบบภาษี ระบบมีความสะดวกในการใช้งานตลอด 24 ชั่วโมง ระบบช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ระบบช่วยให้สามารถตรวจสอบสถานะการยื่นแบบได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันทนี มงคลทรัพย์กุล และคณะ (2559) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ: กรณีศึกษาการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่าย ในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน คุณภาพ และความไว้วางใจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับและใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ พบว่า มีความรู้สึกพึงพอใจในการใช้ระบบยื่นแบบภาษีออนไลน์ มีความมั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูล เชื่อว่าการยื่นภาษีออนไลน์เป็นทางเลือกที่ดี มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้เทคโนโลยีในการยื่นภาษี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พ้ารุณห์ พ้าภูษิตกุล (2562) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตอำเภอฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากระบบ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน การสนับสนุนจากหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ และการให้ความรู้แก่ผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้งานระบบอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งาน พบว่า ระบบมีวิธีการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน ขั้นตอนการยื่นแบบมีความชัดเจน สามารถเรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเอง ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ไม่จำเป็นต้องมีทักษะด้านคอมพิวเตอร์สูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชนันท์ ชาวนา (2559) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัญหาและอุปสรรคของการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 1 ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ ความไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล ความซับซ้อนในขั้นตอนการใช้งาน การขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการ และปัญหาทางเทคนิคของระบบที่บางครั้งไม่เสถียร ปัจจัยด้านการใช้งานจริง พบว่า ระบบมีการออกแบบหน้าจอที่เข้าใจง่าย มีคำแนะนำที่ชัดเจนในแต่ละขั้นตอน ระบบช่วยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนยื่นแบบ มีช่องทางติดต่อสอบถามเมื่อมีปัญหาในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธิกานต์ สุขโกลม (2562) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้ระบบการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice & e-Receipt) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ 4 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของระบบ รูปแบบของระบบ การตอบสนองของระบบ และความรวดเร็วของระบบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายของการใช้ระบบ และความตั้งใจในการใช้ระบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะใช้บริการ พบว่า มีความตั้งใจที่จะใช้บริการยื่นแบบภาษีออนไลน์อย่างต่อเนื่อง มีความตั้งใจแนะนำบริการนี้ให้ผู้อื่น มีความตั้งใจเรียนรู้การใช้งานระบบให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภารัตน์ แก้วสุทอ และคณะ (2568) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตั้งใจให้บริการขึ้นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในสำนักงานสรรพากรพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน รวมถึงปัจจัยด้านคุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูลสารสนเทศ และคุณภาพของการบริการ มีผลต่อการตั้งใจให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การตัดสินใจให้บริการขึ้นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการตัดสินใจให้บริการ และด้านการประเมินทางเลือก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนันทยา บุญรอด (2560) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ว่ารบบมีความง่าย ทัศนคติต่อการใช้งาน บรรทัดฐานของแต่ละบุคคล ความสนใจ และภาพลักษณ์ของระบบ มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีกับการตัดสินใจให้บริการขึ้นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Pearson Correlation ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้บริการ ปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งาน ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ ปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะใช้บริการ และปัจจัยด้านการใช้งานจริง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจให้บริการขึ้นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริสรา นทะคุณ (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขึ้นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา และประเภทรายได้ มีผลต่อการเลือกใช้บริการขึ้นแบบออนไลน์ การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนจากกรมสรรพากร มีผลต่อการเลือกใช้บริการขึ้นแบบออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ

4. การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจให้บริการขึ้นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความตั้งใจที่จะใช้บริการมีผลมากที่สุด อันดับรองลงมา คือด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านการใช้งานจริง ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้บริการ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนากร ปทีปกมล (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการขึ้นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 ผลการศึกษาพบว่า ผู้เสียภาษีที่มีอาชีพ

ต่างกันมีแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการแตกต่างกัน และปัจจัยด้านความพึงพอใจในบริการ ส่วนประสมทางการตลาด บริการ คุณภาพการให้บริการ และการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียภาษีย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความตั้งใจในการใช้บริการ ข้อเสนอแนะ คือ กรมสรรพากรควรสร้างกระแสและค่านิยมใหม่ในสังคมให้การยื่นภาษีออนไลน์เป็นที่ยอมรับและเป็นบรรทัดฐานทางสังคม โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารผ่าน Influencer หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นพรีเซ็นเตอร์หรือ Brand Ambassador ในการรณรงค์ จัดให้มีการแชร์ประสบการณ์และรีวิวจากผู้ใช้บริการจริงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การจัดกิจกรรม "#ยื่นภาษีออนไลน์ง่ายจัง" ที่ให้ผู้ใช้บริการโพสต์ภาพหรือคลิปพร้อมเล่าประสบการณ์พร้อมรับรางวัล สร้าง Community หรือกลุ่มผู้ใช้บริการ

2. ทักษะของผู้ใช้บริการ ข้อเสนอแนะ คือ กรมสรรพากรควรสร้างทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการยื่นภาษีออนไลน์ผ่านการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้งาน โดยพัฒนาระบบให้มีการออกแบบที่ทันสมัย มี User Interface (UI) ที่สวยงาม เป็นระเบียบ ไม่ซับซ้อน ใช้สีสันทันตาและจัดวางปุ่มต่างๆ ให้เข้าถึงได้ง่าย ควรมีการจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้ในรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น Workshop หรือ Webinar การจัดกิจกรรมแจกของรางวัลสำหรับผู้ที่ใช้บริการยื่นภาษีออนไลน์

3. การใช้งานจริง ข้อเสนอแนะ คือ กรมสรรพากรควรประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมในการใช้บริการ โดยสนับสนุนให้มีการขยายความครอบคลุมของสัญญาณอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้ทั่วถึง เช่น การประสานงานกับกระทรวงดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม (DES) และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อขยายพื้นที่ให้บริการ Free Wi-Fi ในสถานที่สาธารณะ จัดให้มี Service Point หรือจุดบริการช่วยเหลือในการยื่นภาษีออนไลน์ที่สำนักงานสรรพากรและสถานที่สาธารณะต่าง ๆ

4. การรับรู้ถึงประโยชน์การให้บริการ ข้อเสนอแนะ คือ กรมสรรพากรควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้เสียภาษีเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการยื่นภาษีออนไลน์อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม เช่น การจัดทำวิดีโอเปรียบเทียบเวลาที่ใช้ในการยื่นภาษีแบบเดิม (2-3 ชั่วโมง) กับการยื่นภาษีออนไลน์ (10-15 นาที) การเน้นย้ำความสะดวกในการยื่นภาษีได้ตลอด 24 ชั่วโมง

5. ความง่ายต่อการใช้งาน ข้อเสนอแนะ คือ กรมสรรพากรควรพัฒนาระบบให้มีคำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยจัดทำคู่มือการใช้งานแบบ Step-by-Step พร้อมภาพประกอบ และวิดีโอสอนการใช้งานที่มีความยาวไม่เกิน 5 นาที ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายหลีกเลี่ยงศัพท์เทคนิคที่ซับซ้อน พัฒนาระบบให้มี Wizard หรือผู้ช่วยเสมือนที่คอยแนะนำผู้ใช้งานในแต่ละขั้นตอน มี Pop-up หรือ Tooltip ที่อธิบายว่าแต่ละช่องต้องกรอกข้อมูลอะไร มีการตรวจสอบ

ข้อมูลแบบ Real-time และแจ้งเตือนทันทีหากกรอกผิดรูปแบบ นอกจากนี้ควรจัดให้มีจุดบริการช่วยเหลือทั้งในรูปแบบ Live Chat, Call Center และอีเมล รวมถึงมี Chatbot อัตโนมัติที่สามารถตอบคำถามพื้นฐานได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะการตัดสินใจยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาไปยังจังหวัดอื่นๆ หรือปริมณฑล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น
2. การศึกษาครั้งนี้ใช้เพียงตัวแปรด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจใช้บริการด้วย เพื่อให้ทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์แบบไหนที่จะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด กว้างกัน จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่ม
3. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อระบบยื่นภาษีออนไลน์ของกรมสรรพากรกับระบบบริการภาครัฐอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ เช่น ระบบจดทะเบียนธุรกิจออนไลน์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ระบบยื่นคำร้องออนไลน์ของกรมที่ดิน เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของแต่ละระบบ และนำมาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของกรมสรรพากร
4. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์ เช่น การวิเคราะห์ SWOT และการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนในการวางแผนปรับปรุง พัฒนารูปแบบการให้บริการยื่นภาษีออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร. (2564). คู่มือการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต. กรมสรรพากร.
- ขวัญฤทัย พัฒน์แก้ว. (2562). การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของประชาชน ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สมุทรปราการ 3. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 15(2), 45-62.
- ธนากร ปทีปกมล. (2561). แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 23 [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นิพนธ์ ชานา. (2559). ปัญหาและอุปสรรคของการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 1 [สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

- พรพรรณ เดชะศิริประภา. (2560). การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการขั้นตอน และคุณภาพบริการในการยื่นแบบแสดงภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Revenue) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการยื่นแบบของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตสรรพากรพื้นที่ 10 [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฟ้ารุณห์ ฟ้าภูษิตกุล (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้เสียเงินได้ในเขตอำเภอสี จังหวัดลำพูน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่]. CMUIR. <http://cmuir.cmu.ac.th/handle/123456789/2276>
- วันทนิษฐ์ มงคลทรัพย์กุล, ชีระ ไชยเวช, และพงษ์ศักดิ์ พงษ์วิริยะ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ: กรณีศึกษาการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*, 9(2), 45-58.
- สุธิกานต์ สุขโกมล. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้ระบบบริการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ [สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุภารัตน์ แก้วสุทอ, พิมพ์ใจ วงศ์ชัยสุริยะ, และอรุณี วิทยกุล. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในสำนักงานสรรพากรพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร*, 17(1), 112-125.
- อนันตยา นุญรอด. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมแพทย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อาริสรา นนทะคุณ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Ajzen, I. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. *Prentice-Hall*.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. John Wiley & Sons.
- Davis, F. D. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results* [Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology].
- Fishbein, M. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson Education.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Information Systems Research*, 11(4), 342-365.