ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวอาริศรา นนทะคุณ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Ref. code: 25616004010556XIA

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวอาริศรา นนทะคุณ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Ref. code: 25616004010556XIA

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO FILE ONLINE PERSONAL INCOME TAX RETURNS IN BANGKOK, THAILAND

BY

MISS ARISARA NONTAKHUN

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF

THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS

BUSINESS ECONOMICS

FACULTY OF ECONOMICS

THAMMASAT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2018

COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

Ref. code: 25616004010556XIA

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวอาริศรา นนทะคุณ

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

เมื่อ วันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2562

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ _____

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดวงมณี เลาวกุล)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ _____

(ศาสตราจารย์ ดร. เอื้อมพร พิชัยสนิธ (ตสาริกา))

คณบดี _____

(รองศาสตราจารย์ ดร. ชยันต์ ตันติวัสดาการ)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวอาริศรา นนทะคุณ
ชื่อปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดวงมณี เลาวกุล
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

กรมสรรพากรได้ปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีให้สามารถดำเนินการได้ตามกรอบแผนงานที่กำหนดไว้ให้เป็นกรมสรรพากรดิจิทัล (Digital Revenue Department) ภายในปี 2563 โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในกระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูลและการบริหารการจัดเก็บภาษีให้ทันสมัย รวดเร็ว เป็นธรรม และเป็นไปตามเป้าหมาย ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณบนพื้นฐานของทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) ประกอบด้วยปัจจัยด้าน การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ การคาดหวังการใช้งานง่าย อิทธิพลทางสังคม สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน ความพึงพอใจ ค่าใช้จ่าย และความเคยชิน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้มีงานทำและยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ที่มีการตรวจสอบความเที่ยงด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach’s alpha) ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นสร้างแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกทวิในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา ประเภทรายได้ การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถนำมาเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ที่เน้นให้เห็นถึงประโยชน์ในการยื่นแบบฯ ออนไลน์ และการจัดทำคู่มือแนะนำการใช้งานที่เข้าใจง่าย มุ่งเน้นเผยแพร่ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคมตาม

Ref. code: 25616004010556XIA

สื่อสังคมออนไลน์ สถานที่ทำงานและสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและง่ายต่อการศึกษาข้อมูลการยื่นแบบฯ ต่อไป

คำสำคัญ: ยื่นแบบออนไลน์, ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา, ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

Ref. code: 25616004010556XIA

Independent Study Title	FACTORS AFFECTING THE DECISION TO FILE ONLINE PERSONAL INCOME TAX RETURNS IN BANGKOK, THAILAND
Author	Miss Arisara Nontakhun
Degree	Master of Arts
Major Field/Faculty/University	Business Economics Economics Thammasat University
Independent Study Advisor	Assistant Professor Duangmanee Laovakul, Ph.D.
Academic Years	2018

ABSTRACT

To improve tax collection efficiency by the Revenue Department (RD) of Thailand as part of a Digital RD by 2020 plan, a D^2RIVE (digital transformation, data analytics, revenue collection, innovation, value and efficiency) strategy was introduced, using digital instruments to conduct essential data analytics and create tax-collection plans. In this context, quantitative research was used to study factors affecting the decision to file online personal income tax returns in the Bangkok Metropolitan Area (BMA), Thailand. The modified unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2) was taken into account. Factors considered included performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivations, price value, and habits. 400 respondents who submitted their personal income tax forms in the BMA, are used in this study. Data was gathered by online questionnaire and validated by Cronbach's alpha, with a logistic model created for prediction.

The study's results show that age, education, income, performance expectations and facilitating conditions, were all influential to a significance level of 0.05. These findings suggest that the RD should educate the public about the benefits of e-filing of tax returns. A simple-to-use instruction manual should be made available online, especially during February and March, on social media. Additionally, a printed form should be available at workplaces and Branch Revenue Offices to facilitate access to the guide.

Ref. code: 25616004010556XIA

Keywords: Tax e-filing, Personal income tax, Modified unified theory of acceptance and use of technology.

Ref. code: 25616004010556XIA

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความอนุเคราะห์และความเมตตาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดวงมณี เลาวกุล อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางในการจัดทำงานศึกษา ตลอดจนตรวจทานความถูกต้องและความเรียบร้อยของงานศึกษาฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร. เอื้อมพร พิชัยสนิธ (ตสาริกา) ที่ได้กรุณาสละเวลาเป็นกรรมการสอบ และให้คำแนะนำเพิ่มเติมอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับงานศึกษานี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ และเพื่อนนักศึกษาโครงการเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (MBE) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รุ่นที่ 21 ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ตลอดจนร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาทั้งหลักสูตร

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและสละเวลาเพื่อให้ข้อมูลอันมีค่ายิ่งต่องานศึกษาฉบับนี้

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณครอบครัว ทั้งคุณพ่อและคุณแม่ และเพื่อนร่วมงานที่คอยให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

นางสาวอาริศรา นนทะคุณ

Ref. code: 25616004010556XIA

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
ABSTRACT	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
รายการสัญลักษณ์และคำย่อ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	5
1.3 ขอบเขตการศึกษา	5
1.3.1 ขอบเขตเนื้อหา	5
1.3.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	5
1.4 นิยามศัพท์	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาษีอากร	7
2.1.2 ระบบยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต (e-Filing)	10

Ref. code: 25616004010556XIA

2.1.3 ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) 12
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 18
2.2.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 18
2.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบผ่านทางออนไลน์ 22
2.2.3 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 27
2.2.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา 28

บทที่ 3 วิธีการศึกษา 29

3.1 สมมติฐานในการศึกษา 29
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 31
3.3 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 32
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 32
3.4.1 ขั้นตอนและโครงสร้างการออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 32
3.4.2 การทดสอบเครื่องมือการศึกษา 34
3.5 การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล 35
3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) 35
3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ (t-test และ One-way ANOVA) 35
3.5.3 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) 35

บทที่ 4 ผลการศึกษาและอภิปรายผล 39

4.1 ผลการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 39
4.1.1 ผลการทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) 39
4.1.2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของข้อมูล (Pearson Correlation) 39
4.2 ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) 40
4.2.1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ 40
4.2.2 พฤติกรรมการใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 45

Ref. code: 25616004010556XIA

4.2.3 ความคิดเห็นด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ 51
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน 53
4.3.1 ผลทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ (t-test และ One-way ANOVA) 53
4.3.2 ผลวิเคราะห์ความน่าจะเป็นในการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ ด้วยวิธีถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) 61
4.4 อภิปรายผล 65

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ 68

5.1 สรุปผลการศึกษา 68
5.2 ข้อเสนอแนะ 69
5.2.1 ข้อเสนอแนะด้านบริหาร 69
5.2.2 ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ 70

รายการอ้างอิง 71

ภาคผนวก 74

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม 75
ภาคผนวก ข ผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ (t-test และ One-way ANOVA) 80
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก (Binary Logistic Regression) 99

ประวัติผู้เขียน 104

Ref. code: 25616004010556XIA

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 กรอบแผนดำเนินงานกรมสรรพากร 5 ปี (Roadmap Digital RD 2020)	1
1.2 ผลการจัดเก็บภาษีสรรพากรทั้งประเทศ ปีงบประมาณ 2551 – 2560	2
1.3 ปริมาณการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด.90, 91) ผ่านทางออนไลน์ของทั้งประเทศและกรุงเทพมหานคร ปี 2556 – 2560	4
2.1 สรุปผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรรมดาผ่านทางออนไลน์	20
2.2 สรุปตัวแปรที่นำมาใช้ในการศึกษาของงานวิจัยที่ผ่านมา	25
2.3 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ที่สอดคล้องกับ UTAUT2	27
4.1 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach’s Alpha	39
4.2 แสดงค่าวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)	40
4.3 การใช้บริการยื่นแบบฯ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	44
4.4 การใช้บริการยื่นแบบฯ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการยื่นแบบฯ	49
4.5 ระดับความคิดเห็นต่อการใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	52
4.6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	55
4.7 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำแนกตามพฤติกรรมการยื่นแบบฯ	58
4.8 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	60
4.9 ผลการทดสอบความเหมาะสมของสมการพิจารณาจากค่า Chi-square	61
4.10 ผลการทดสอบความแม่นยำของสมการพิจารณาจากค่า Nagelkerke R^2	62
4.11 ผลการทดสอบความเชื่อถือได้ของสมการพิจารณาจาก Classification table	63
4.12 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	65

Ref. code: 25616004010556XIA

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ปริมาณและอัตราการเติบโตของการยื่นแบบผ่านทางออนไลน์ ปีงบประมาณ 2557 – 2561 จำแนกตามประเภทภาษี	3
2.1 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน UTAUT2	17
2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา	28

Ref. code: 25616004010556XIA

รายการสัญลักษณ์และคำย่อ

สัญลักษณ์/คำย่อ	คำเต็ม/คำจำกัดความ
ยื่นแบบ	ยื่นแบบแสดงรายการภาษีอากร
ยื่นแบบฯ	ยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
ยื่นแบบฯ ออนไลน์	ยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์
ยื่นแบบฯ กระดาษ	ยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา
ภ.ง.ด.	แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
UTAUT2	Unified theory of acceptance and use of technology 2 หรือทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี
FY	Fiscal year หรือปีงบประมาณ

Ref. code: 25616004010556XIA

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขับเคลื่อนไปสู่ประเทศไทย 4.0 ตามนโยบายของรัฐบาล กรมสรรพากรได้นำนวัตกรรมการบริการเชิงดิจิทัลเข้ามาใช้ในการให้บริการผู้เสียภาษี เช่น ระบบยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต (e-Filing) ระบบบริจาคอิเล็กทรอนิกส์ (e-Donation) และใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice & e-Receipt) เป็นต้น โดยในปี 2559 กรมสรรพากรครบรอบการสถาปนา 100 ปี ได้มีการปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ใหม่ เพื่อมุ่งพัฒนาเครื่องมือนวัตกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการบริหารจัดการและให้บริการที่มีความโปร่งใส พร้อมทั้งทบทวนกระบวนงานและกฎระเบียบต่าง ๆ ให้ทันต่อสถานการณ์ โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดต้นทุน ลดขั้นตอน ลดกระดาษ และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งกรมสรรพากรได้กำหนดวิสัยทัศน์ใหม่ คือ “จัดเก็บภาษีทันสมัย ใส่ใจบริการ ยึดมั่นธรรมาภิบาล เพื่อพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมไทย” และกำหนดเป้าหมายตามกรอบแผนดำเนินงานกรมสรรพากร 5 ปี (Roadmap Digital RD 2020) ดังนี้

ตารางที่ 1.1

กรอบแผนดำเนินงานกรมสรรพากร 5 ปี (Roadmap Digital RD 2020)

2559 - 2560	2561 - 2562	2563
1. สร้างค่านิยม 2. จัดทำสถาปัตยกรรมองค์กร (EA) 3. ทบทวนกระบวนงานทั้งระบบ 4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT และการเชื่อมโยงฐานข้อมูล 5. พัฒนาระบบบริการอิเล็กทรอนิกส์ใหม่	1. การใช้บริการ e-Filing เป็น 70% ของทุกประเภทภาษี 2. การขออนุมัติอนุญาตเปลี่ยนเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ 50% ของทั้งหมด 3. นำร่องสำนักงาน Paperless 4. มีสถาบันพัฒนาความรู้ทางภาษีอย่างมืออาชีพ 5. ได้รับรางวัลความโปร่งใสจากหน่วยงานภายนอก	1. มีฐานข้อมูลผู้เสียภาษีครอบคลุมด้านรายได้/รายจ่าย 2. การใช้บริการ e-Filing เป็น 100% ของทุกประเภทภาษี/ให้บริการแบบ One Click Service 3. เป็นหน่วยงานบริการอัจฉริยะ (Intelligent Service Unit)/RD Platform 4. RD Virtual Office (Office Mobility) 5. มีวัฒนธรรมองค์กรเข้มแข็ง

หมายเหตุ. จากกองวิชาการแผนภาษี, กรมสรรพากร.

Ref. code: 25616004010556XIA

กรมสรรพากรได้เริ่มพัฒนาและเปลี่ยนแปลงการให้บริการผู้เสียภาษี ประกอบกับเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นไปได้ดีทำให้ปีงบประมาณ 2561 (ตุลาคม 2560 – กันยายน 2561) จัดเก็บภาษีอากรได้ 1,916,087 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนร้อยละ 7 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64 ของรายได้รัฐบาล หากพิจารณาผลการจัดเก็บภาษีอากรในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ปีงบประมาณ 2551 – 2560) จะพบว่า การจัดเก็บภาษีอากรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง โดยในปีงบประมาณ 2551 จัดเก็บภาษีอากรได้ 1,276,270 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 14.03 และในปีงบประมาณ 2560 จัดเก็บภาษีอากรได้ 1,792,809 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 1.98 ส่วนใหญ่เป็นผลการจัดเก็บภาษีอากรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยในปีงบประมาณ 2560 จัดเก็บภาษีอากรได้ 1,166,214 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 2.32 (หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65 ของผลการจัดเก็บภาษีอากรทั้งประเทศ) ดังแสดงในตารางที่ 1.2 เนื่องจากเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่มีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนขนาดใหญ่ รวมทั้งประชาชน สถานที่ทำงาน และที่พักอาศัยมีอยู่จำนวนมาก ทำให้ผู้เสียภาษีมีความสามารถในการชำระภาษีมากกว่าจังหวัดอื่น

ตารางที่ 1.2

ผลการจัดเก็บภาษีสรรพากร ปีงบประมาณ 2551 – 2560

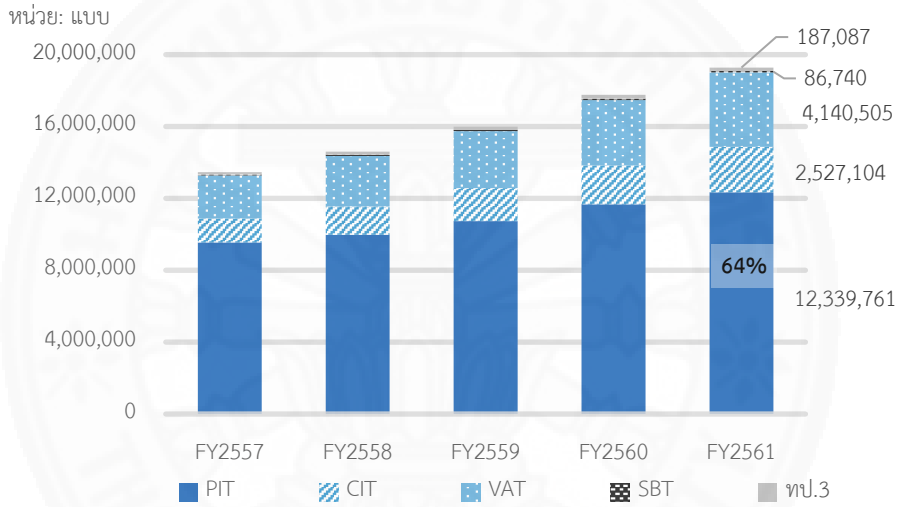
ปีงบประมาณ	รวมทั้งประเทศ (ล้านบาท)	ขยายตัว (ร้อยละ)	กรุงเทพฯ (ล้านบาท)	ขยายตัว (ร้อยละ)	จังหวัดอื่น (ล้านบาท)	ขยายตัว (ร้อยละ)
2551	1,276,270.378	14.03	827,986.052	12.19	448,284.326	17.57
2552	1,138,645.329	(10.78)	768,959.735	(7.13)	369,685.594	(17.53)
2553	1,264,862.654	11.08	824,333.699	7.20	440,528.956	19.16
2554	1,516,571.685	19.90	989,968.877	20.09	526,602.808	19.54
2555	1,617,283.026	6.64	1,037,333.865	4.78	579,949.161	10.13
2556	1,763,987.622	9.07	1,128,643.004	8.80	635,344.617	9.55
2557	1,729,981.974	(1.93)	1,118,368.507	(0.91)	611,613.467	(3.74)
2558	1,729,495.214	(0.03)	1,128,360.397	0.89	601,134.817	(1.71)
2559	1,757,984.470	1.65	1,139,737.817	1.01	618,246.653	2.85
2560	1,792,809.567	1.98	1,166,214.361	2.32	626,595.206	1.35

หมายเหตุ. จากกองวิชาการแผนภาษี, กรมสรรพากร.

การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในด้านการให้บริการยื่นแบบได้เริ่มต้นด้วยการเพิ่มช่องทางการยื่นแบบภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านทางออนไลน์เป็นครั้งแรกในปี 2544 ต่อมาในปี 2545 ได้เริ่มให้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และปัจจุบันได้มีการพัฒนาระบบสามารถให้บริการยื่นแบบ

Ref. code: 25616004010556XIA

ผ่านทางออนไลน์ได้ทั้ง 4 ประเภทภาษีหลัก ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีธุรกิจเฉพาะ ซึ่งสามารถยื่นแบบผ่านทางเว็บไซต์กรมสรรพากร และแอพพลิเคชั่น RD SMART TAX โดยทำให้ปริมาณการยื่นแบบผ่านทางออนไลน์ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นว่า ในปีงบประมาณ 2561 มีผู้เสียภาษีใช้บริการยื่นแบบผ่านทางออนไลน์ จำนวน 19,281,197 แบบ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 8.51 เป็นการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จำนวน 12,339,761 แบบ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 5.74 (หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64 ของการยื่นแบบภาษีผ่านทางออนไลน์) และเป็นการยื่นแบบภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีธุรกิจเฉพาะ จำนวน 6,941,436 แบบ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนมากกว่าร้อยละ 10



อัตราการเติบโต (Growth Rate) (ร้อยละ)	เปรียบเทียบ FY2557 กับFY2561	เปรียบเทียบกับปีก่อน			
		FY2558	FY2559	FY2560	FY2561
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	29.16	4.43	7.58	8.73	5.74
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	90.72	18.47	17.01	17.77	16.83
ภาษีมูลค่าเพิ่ม	72.88	17.67	12.54	14.78	13.75
ภาษีธุรกิจเฉพาะ	53.97	18.27	3.92	11.84	12.01
แบบขอชำระอาการคงค้าง (ท.ป.3)	45.29	30.14	10.45	18.02	(14.36)
รวม	43.26	8.47	9.57	11.09	8.51

ภาพที่ 1.1 ปริมาณและอัตราการเติบโตของการยื่นแบบผ่านทางออนไลน์ ปีงบประมาณ 2557 – 2561 จำแนกตามประเภทภาษี. จากกองบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์, กรมสรรพากร.

จากตารางที่ 1.3 ปริมาณการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ (ภ.ง.ด.90, 91) ในปี 2560 จำนวน 9,532,504 แบบ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 85 ของปริมาณการยื่นแบบฯ (ภ.ง.ด.90, 91) เมื่อพิจารณาแยกประเภทแบบจะพบว่า เป็นการยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.90

Ref. code: 25616004010556XIA

ผ่านทางออนไลน์ จำนวน 1,692,157 แบบ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64 ของปริมาณการยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.90 และเป็นการยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.91 ผ่านทางออนไลน์ จำนวน 7,840,347 แบบ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92 ของการยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.91 แสดงให้เห็นว่ายังมีเสียภาษีบางส่วนยังใช้บริการยื่นแบบฯ (ภ.ง.ด.90, 91) ผ่านทางสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาอยู่ โดยเฉพาะแบบ ภ.ง.ด.90 ที่ยังมีสัดส่วนการยื่นแบบฯ ออนไลน์น้อยกว่า ภ.ง.ด.91

ทั้งนี้ หากพิจารณาการยื่นแบบฯ ผ่านทางออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร จะพบว่า ในปี 2560 มีการยื่นแบบฯ ผ่านทางออนไลน์ (ภ.ง.ด.90, 91) จำนวน 1,934,723 แบบ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74 ของปริมาณการยื่นแบบฯ (ภ.ง.ด.90, 91) โดยเป็นการยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.90 ผ่านทางออนไลน์ จำนวน 418,774 แบบ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58 ของการยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.90 และเป็นการยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.91 ผ่านทางออนไลน์ จำนวน 1,515,949 แบบ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของการยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.91 เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนระหว่างปริมาณการยื่นแบบฯ ผ่านทางออนไลน์ของทั้งประเทศกับกรุงเทพมหานคร พบว่า ในกรุงเทพมหานครมีสัดส่วนการยื่นแบบฯ ผ่านทางออนไลน์น้อยกว่าภาพรวมทั้งประเทศ แม้ว่าผู้ที่ทำงานในกรุงเทพมหานครจะมีเทคโนโลยีและความรู้ที่พร้อมสำหรับยุคดิจิทัลมากกว่าพื้นที่จังหวัดอื่น

ตารางที่ 1.3

ปริมาณการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด.90, 91) ผ่านทางออนไลน์ ของทั้งประเทศและกรุงเทพมหานคร ปี 2556 – 2560

พื้นที่จัดเก็บ	ปี	ปริมาณยื่นแบบฯ ออนไลน์ (แบบ)			สัดส่วนยื่นแบบฯ ออนไลน์ (ร้อยละ)		
		ภ.ง.ด.90	ภ.ง.ด.91	รวม	ภ.ง.ด.90	ภ.ง.ด.91	รวม
1. ทั้งประเทศ	2556	1,108,405	6,676,636	7,785,041	46.13	84.30	75.41
	2557	1,211,724	6,985,185	8,196,909	48.57	86.15	77.31
	2558	1,360,755	7,427,000	8,787,755	53.40	87.38	79.54
	2559	1,557,678	7,823,891	9,381,569	59.07	89.67	82.57
	2560	1,692,157	7,840,347	9,532,504	63.94	91.98	85.33
2. กรุงเทพมหานคร	2556	330,211	1,377,632	1,707,843	47.44	72.16	65.56
	2557	334,093	1,383,061	1,717,154	47.00	72.78	65.76
	2558	368,440	1,473,342	1,841,782	51.60	74.38	68.35
	2559	395,544	1,522,577	1,918,121	54.96	76.64	70.87
	2560	418,774	1,515,949	1,934,723	58.15	80.19	74.11

หมายเหตุ. จากกองบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์, กรมสรรพากร.

Ref. code: 25616004010556XIA

เพื่อให้กรมสรรพากรก้าวไปสู่การเป็นองค์กรของภาครัฐที่มีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจให้กับประเทศและก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล พร้อมตอบสนองนโยบายประเทศไทย 4.0 ในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานอันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารการจัดเก็บภาษี ประกอบกับสร้างการให้บริการที่ดีของกรมสรรพากรให้แก่ผู้เสียภาษี ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้กรมสรรพากรสามารถดำเนินการตามกรอบแผนงานที่กำหนดไว้ให้เป็นกรมสรรพากรดิจิทัล (Digital Revenue Department) ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เสนอแนะแนวทางส่งเสริมการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่องนี้จะเลือกศึกษาเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม โดยกำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประเด็นเกี่ยวกับการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด.91)

1.3.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 นิยามศัพท์

การยื่นแบบภาษีผ่านทางออนไลน์ หมายถึง การยื่นแบบแสดงรายการภาษีในรูปแบบดิจิทัล โดยมีช่องทางการยื่นแบบ 2 ช่องทาง คือ เว็บไซต์กรมสรรพากร www.rd.go.th และแอพพลิเคชั่น RD Smart Tax ซึ่งเป็นเครื่องมือบริหารการจัดเก็บภาษีอากรรูปแบบใหม่

Ref. code: 25616004010556XIA

แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (แบบ ภ.ง.ด.90) หมายถึง แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสิ้นปี สำหรับผู้มีเงินได้ในกรณีทั่วไปตั้งแต่เงินได้ประเภทที่ 1 – 8 ที่ได้รับในระหว่างปีภาษีที่ล่วงมาแล้ว ให้ยื่นแบบฯ ภายในเดือนมีนาคมของปีภาษีถัดไป

แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (แบบ ภ.ง.ด.91) หมายถึง แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสิ้นปี สำหรับผู้มีเงินได้จากการจ้างแรงงานประเภทที่ 1 เพียงอย่างเดียว ให้ยื่นแบบฯ ภายในเดือนมีนาคมของปีภาษีถัดไป

ผู้เสียภาษี หมายถึง ผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (1) – (8) ที่มีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ และเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาระบบให้เหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนให้ได้มากที่สุด

Ref. code: 25616004010556XIA

บทที่ 2
วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิดทางทฤษฎี และวรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้อง จากบทความ เอกสารทางวิชาการ และตำราที่เกี่ยวกับการยื่นแบบผ่านทางออนไลน์ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาษีอากร

2.1.1.1 ลักษณะของภาษีอากรที่ดี

ส่วนใหญ่รัฐธรรมนูญบัญญัติให้ประชาชนมีหน้าที่ต้องเสียภาษีอากรตามที่กฎหมายบัญญัติ โดยคำนึงถึงประชาชนให้มีความสมัครใจในการเสียภาษีอากรและให้กฎหมายบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งภาษีอากรที่ดีควรมีลักษณะ (กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร, 2560) ดังนี้

1) มีความเป็นธรรม พิจารณาถึงความสามารถในการเสียภาษีอากรของประชาชนแต่ละคน และผลประโยชน์ที่ได้รับจากการดูแลคุ้มครองของรัฐบาล

2) มีความแน่นอนและชัดเจน ประชาชนแต่ละคนสามารถเข้าใจความหมายได้ง่าย และป้องกันการใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบของเจ้าพนักงาน

3) มีความสะดวก วิธีการและการกำหนดเวลาในการเสียภาษีอากรต้องคำนึงถึงความสะดวกของประชาชน

4) มีประสิทธิภาพ สามารถจัดเก็บภาษีอากรได้มากโดยมีค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บน้อยที่สุด ซึ่งประหยัดรายจ่ายทั้งของผู้จัดเก็บและประชาชน

5) มีความเป็นกลางทางเศรษฐกิจ พยายามไม่ให้การจัดเก็บภาษีอากรมีผลกระทบต่อการทำงานของกลไกตลาด หรือมีผลกระทบน้อยที่สุด

6) อำนวยรายได้ สามารถจัดเก็บภาษีได้เพียงพอต่อการใช้จ่ายเพื่อดำเนินการตามหน้าที่ของรัฐบาล

7) มีความยืดหยุ่น สามารถปรับปรุงเพิ่มหรือลดจำนวนภาษีอากรให้เหมาะกับสถานการณ์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

Ref. code: 25616004010556XIA

2.1.1.2 ประเภทภาษีอากร

การจำแนกประเภทภาษีอากรมีหลายวิธี หากจำแนกตามลักษณะการรับภาระภาษีอากร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท (กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร, 2560) คือ

1) ภาษีทางตรง คือ ภาษีที่ภาระภาษีตกแก่บุคคลที่กฎหมายประสงค์จะให้รับภาระ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งผู้เสียภาษีผลักภาระภาษีไปให้ผู้อื่นได้ยาก เช่น ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และภาษีเงินได้นิติบุคคล

2) ภาษีทางอ้อม คือ ภาษีที่ภาระภาษีไม่แน่ใจว่าจะตกแก่บุคคลที่กฎหมายประสงค์จะให้รับภาระหรือไม่ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งผู้เสียภาษีผลักภาระภาษีไปให้ผู้อื่นได้ง่าย เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีศุลกากร และภาษีสรรพสามิต

2.1.1.3 ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไปที่มีเงินได้ไม่ว่าประเภทใด ชนิดใด ถ้าไม่มีกฎหมายยกเว้นให้แล้วก็อยู่ในข่ายต้องเสียภาษี หรือภาษีที่จัดเก็บจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษตามที่กฎหมายกำหนด และมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยปกติจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่ได้รับในปีใด ๆ ผู้มีเงินได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการด้วยตนเองตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคมของปีถัดไป ผู้มีเงินได้บางกรณีกฎหมายยังกำหนดให้ยื่นแบบฯ เสียภาษีตอนครึ่งปีสำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระและเงินได้บางกรณีกฎหมายยังกำหนดให้ผู้จ่ายทำหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่ายจากเงินได้ที่จ่าย เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีด้วย (กรมสรรพากร, 2561)

โดยผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามกฎหมายประมวลรัษฎากรกำหนดให้บุคคลธรรมดาที่มีเงินได้ ได้แก่ บุคคลธรรมดา ผู้ถึงแก่ความตาย กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง ห้างหุ้นส่วนสามัญที่ไม่ใช่นิติบุคคล และคณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคล หลักการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการเสียภาษีอากร ซึ่งการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจะจัดเก็บตามหลักแหล่งที่มาของเงินได้ แบ่งเป็น 2 หลักแหล่ง ได้แก่ (1) หลักแหล่งเงินได้ (Source Rule) สำหรับเงินได้ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย เนื่องจากหน้าที่งานหรือกิจการที่ทำในประเทศไทยหรือกิจการของนายจ้างในประเทศไทยหรือทรัพย์สินที่อยู่ในประเทศไทย (2) หลักถิ่นที่อยู่ (Resident Rule) สำหรับผู้ที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทยรวมกันถึง 180 วันในปีภาษีใด และมีเงินได้จากแหล่งเงินได้ในต่างประเทศ เนื่องจากหน้าที่งานหรือกิจการที่ทำในต่างประเทศ หรือเนื่องจากทรัพย์สินที่อยู่ในต่างประเทศ และผู้มีเงินได้นำเงินได้นั้นเข้ามาในประเทศไทยภายในปีภาษีเดียวกับปีที่เกิดเงินได้นั้น

ตามประมวลรัษฎากรได้ให้คำนิยามเงินได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาว่า “เงินได้พึงประเมิน” หมายถึง เงินได้อันเข้าลักษณะพึงต้องเสียภาษีเงินได้ ซึ่งเกิดจากหน้าที่งานที่ทำหรือเนื่องจากทรัพย์สิน ได้แก่ เงิน ทรัพย์สิน ประโยชน์อื่นใดที่คำนวณได้เป็นตัวเงิน

Ref. code: 25616004010556XIA

ภาษีที่ผู้จ่ายออกแทน หรือเครดิตภาษีตามที่กฎหมายกำหนด โดยเกณฑ์เงินได้พึงประเมินขั้นต่ำที่ผู้มีเงินได้ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษี ได้แก่ บุคคลธรรมดาและผู้ถึงแก่ความตายสถานภาพโสดมีเงินเดือนเพียงอย่างเดียวเกิน 120,000 บาท หรือมีเงินได้ประเภทอื่นเกิน 60,000 บาท และสถานภาพสมรสมีเงินเดือนเพียงอย่างเดียวเกิน 220,000 บาท หรือมีเงินได้ประเภทอื่นเกิน 120,000 บาท ห้างหุ้นส่วนสามัญที่ไม่ใช่นิติบุคคลหรือคณะบุคคลที่ไม่ใช่นิติบุคคล มีเงินได้พึงประเมินเกิน 60,000 บาท และกองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง มีเงินได้พึงประเมินเกิน 60,000 บาท

ประเภทเงินได้พึงประเมินตามประมวลรัษฎากรแบ่งเป็น 8 ประเภท คือ

1) เงินได้ประเภทที่ 1 ได้แก่ เงินได้จากการจ้างแรงงาน เช่น เงินเดือน ค่าจ้าง เบี้ยเลี้ยง โบนัส บำเหน็จบำนาญ เงินค่าเช่าบ้าน ฯลฯ

2) เงินได้ประเภทที่ 2 ได้แก่ เงินได้เนื่องจากหน้าที่หรือตำแหน่งงานที่ทำหรือจากการรับทำงานให้ เช่น ค่าธรรมเนียม ค่านายหน้า ส่วนลด เบี้ยประชุม บำเหน็จ โบนัส ฯลฯ

3) เงินได้ประเภทที่ 3 ได้แก่ ค่าแห่งกู๊ดวิลล์ ค่าแห่งลิขสิทธิ์ หรือสิทธิอย่างอื่น เงินปี หรือเงินได้ที่มีลักษณะเป็นเงินรายปีอันได้มาจากพินัยกรรม นิติกรรมอย่างอื่น หรือคำพิพากษาของศาล

4) เงินได้ประเภทที่ 4 ได้แก่ ดอกเบี้ย เงินปันผล เงินส่วนแบ่งกำไร เงินลดทุน เงินเพิ่มทุน ผลประโยชน์ที่ได้จากการโอนหุ้น ฯลฯ

5) เงินได้ประเภทที่ 5 ได้แก่ เงินหรือผลประโยชน์อื่นที่ได้จากการให้เช่าทรัพย์สิน การผิดสัญญาเช่าซื้อทรัพย์สิน หรือการการผิดสัญญาซื้อขานเงินผ่อน

6) เงินได้ประเภทที่ 6 ได้แก่ เงินได้จากวิชาชีพอิสระ เช่น วิชาชีพกฎหมาย การประกอบโรคศิลปะ (แพทย์) วิศวกรรม สถาปัตยกรรม การบัญชี ประณีตศิลปกรรมหรือวิชาชีพอื่นซึ่งจะได้มีพระราชกฤษฎีกากำหนดไว้

7) เงินได้ประเภทที่ 7 ได้แก่ เงินได้จากการรับเหมาที่ผู้รับเหมาต้องลงทุนด้วยการจัดหาสัมภาระในส่วนสำคัญนอกจากเครื่องมือ เช่น การรับเหมาก่อสร้าง

8) เงินได้ประเภทที่ 8 ได้แก่ เงินได้จากการธุรกิจ การพาณิชย์ การเกษตร การอุตสาหกรรม การขนส่ง การขายอสังหาริมทรัพย์ หรือเงินได้จากการอื่นที่ไม่ได้ระบุไว้ในเงินได้ประเภทที่ 1 ถึงประเภทที่ 7

2.1.1.4 แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

1) แบบ ภ.ง.ด.90 คือ แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสิ้นปี สำหรับผู้มีเงินได้ในกรณีทั่วไปตั้งแต่เงินได้ประเภทที่ 1 – 8 ที่ได้รับในระหว่างปีภาษีที่ล่วงมาแล้วให้ยื่นแบบฯ ภายในเดือนมีนาคมของปีภาษีถัดไป

Ref. code: 25616004010556XIA

2) แบบ ภ.ง.ด.91 คือ แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสิ้นปี สำหรับผู้มีเงินได้จากการจ้างแรงงานประเภทที่ 1 เพียงอย่างเดียว ให้ยื่นแบบฯ ภายในเดือนมีนาคมของปีภาษีถัดไป

3) แบบ ภ.ง.ด.93 คือ แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำหรับใช้ยื่นก่อนถึงกำหนดเวลาการยื่นแบบฯ ให้ยื่นภายในเดือนมีนาคมของปีถัดจากปีที่ได้รับเงินได้พึงประเมิน

4) แบบ ภ.ง.ด.94 คือ แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาครึ่งปี สำหรับผู้มีเงินได้ประเภทที่ 5 – 8 ที่ได้รับมาตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน และไม่ว่าจะมีเงินได้ประเภทอื่นรวมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ตาม ให้ยื่นแบบฯ ภายในเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายนของปีภาษีนั้น

5) แบบ ภ.ง.ด.95 คือ แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำหรับคนต่างด้าวผู้มีเงินได้จากการจ้างแรงงานจากสำนักงานปฏิบัติการภูมิภาคให้ยื่นแบบ ภายในเดือนมีนาคมของปีภาษีถัดไป

2.1.1.5 ช่องทางการยื่นแบบแสดงรายการภาษี

ปัจจุบันผู้มีเงินได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด สามารถเลือกช่องทางการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาพร้อมทั้งชำระภาษี (ถ้ามี) ได้ 2 วิธี คือ

1) การยื่นแบบแสดงรายการภาษีที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาทุกแห่งและชำระภาษีได้ที่เคาท์เตอร์บริการและที่ทำการไปรษณีย์ เฉพาะที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครเท่านั้น โดยส่งทางไปรษณีย์ลงทะเบียนพร้อมแนบเช็คหรือธนาณัติตามจำนวนเงินภาษีที่ต้องชำระทั้งจำนวน ภายในกำหนดเวลาการยื่นแบบฯ โดยส่งไปยัง กองบริหารการคลังและรายได้ กรมสรรพากร อาคารกรมสรรพากร เลขที่ 90 ซอยพหลโยธิน 7 ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

2) การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านทางออนไลน์ มี 2 ช่องทาง คือ เว็บไซต์กรมสรรพากร www.rd.go.th และโทรศัพท์มือถือ แอพพลิเคชั่น RD Smart Tax โดยมีวิธีการชำระภาษีหลากหลายช่องทาง ได้แก่ ชำระด้วยเงินสดหรือบัตรอิเล็กทรอนิกส์ ชำระด้วยธนาณัติ ชำระด้วยเช็คหรือดราฟต์ ชำระด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment, ATM on Internet, Internet credit Card) และชำระด้วยชุดชำระเงิน Pay in slip ของธนาคาร

2.1.2 ระบบยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต (e-Filing)

2.1.2.1 วัตถุประสงค์ของการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต

การให้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต โดยผู้เสียภาษีเป็นผู้ป้อนข้อมูลที่จะต้องกรอกในแบบแสดงรายการภาษีที่ได้รับอนุญาตให้ยื่นผ่านทางอินเทอร์เน็ต

Ref. code: 25616004010556XIA

แทนการกรอกแบบแสดงรายการภาษีและยื่นแบบด้วยกระดาษ พร้อมชำระภาษีโดยใช้คำสั่งทางอิเล็กทรอนิกส์ให้ธนาคารโอนเงินค่าภาษีให้กรมสรรพากร ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่อีกทางหนึ่งที่ไม่บังคับ แต่ช่วยให้ผู้เสียภาษีที่สนใจเลือกใช้บริการเพื่อความสะดวกมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ทำการยื่นแบบและชำระภาษีที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขายังคงมีอยู่ตามปกติ

2.1.2.2 แบบแสดงรายการภาษีที่ให้บริการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต

กรมสรรพากรให้บริการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต รวมทั้งสิ้น 16 ประเภทแบบ (กองบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ กรมสรรพากร, 2557) ดังนี้

1) แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จำนวน 6 แบบ คือ ภ.ง.ด.1, ภ.ง.ด.2, ภ.ง.ด.3, ภ.ง.ด.90, ภ.ง.ด.91 และ ภ.ง.ด.94

2) แบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคล จำนวน 6 แบบ คือ ภ.ง.ด.50 ภ.ง.ด.51, ภ.ง.ด.52, ภ.ง.ด.53, ภ.ง.ด.54 และ ภ.ง.ด.55

3) แบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน 2 แบบ คือ แบบ ภ.พ.30 และ ภ.พ.36

4) แบบแสดงรายการภาษีธุรกิจเฉพาะ ภ.ธ.40

5) แบบแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายของโครงการ บ.ช.1

2.1.2.3 ประโยชน์ในการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต

1) ด้านผู้เสียภาษี ทำให้ประหยัดพลังงาน เวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยื่นแบบและชำระภาษีที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา ซึ่งระบบการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ตมีโปรแกรมช่วยตรวจสอบข้อมูลขั้นต้น ตามที่กรอกไว้ในแบบแสดงรายการภาษี หากพบข้อมูลที่ผิดพลาดในบางกรณีระบบจะแจ้งรายการเตือนให้ทราบทันที พร้อมทั้งยังได้รับสิทธิพิเศษให้ขยายเวลายื่นแบบและชำระภาษีออกไปอีก 8 วันนับตั้งแต่วันสุดท้ายของกำหนดเวลายื่นแบบทุกประเภท (หากวันสุดท้ายตรงกับวันหยุดราชการให้ขยายเวลายื่นแบบและชำระภาษีออกไปอีก 1 วัน) และได้รับสิทธิพิเศษคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่ม รวดเร็ว ได้แก่ ผู้ส่งออกที่ดีจะได้รับคืนเงินภาษีเร็วภายใน 15 วัน และผู้ประกอบการขึ้นทะเบียนจะได้รับเงินภาษีคืนเร็วภายใน 30 วัน นอกจากนี้ยังเปิดบริการไม่เว้นวันหยุดราชการ โดยเปิดบริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด.90, 91, 94 ตลอด 24 ชั่วโมง และยื่นแบบอื่น ๆ เวลา 06.00 - 22.00 น. ของทุกวัน พร้อมทั้งเปิดช่องทางบริการชำระภาษีผ่าน E-Payment (Online Real time), ATM บนอินเทอร์เน็ต เวลา 06.00 - 22.00 น. ของทุกวัน และช่องทางอื่น ๆ เวลาเปิดบริการเป็นไปตามเวลาของหน่วยรับชำระภาษี ประกอบกับมีบริการอื่น ๆ ไม่เว้นวันหยุดราชการ ทั้งนี้ หากวันสุดท้ายของกำหนดเวลายื่นแบบตรงกับวันหยุดราชการจะมีสิทธิยื่นแบบในวันทำการถัดไปได้อีก 1 วัน (กองบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ กรมสรรพากร, 2560)

Ref. code: 25616004010556XIA

2) ด้านกรมสรรพากร ระบบการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ตช่วยในการลดต้นทุนด้านเวลาและค่าใช้จ่าย เช่น ลดขั้นตอนกระบวนการในการรับแบบ การบันทึกข้อมูล การตรวจสอบผลข้อมูลของเจ้าหน้าที่ ซึ่งก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ตอบสนองนโยบายของรัฐบาล (e-government) และเพิ่มคุณค่าของข้อมูลเนื่องจากมีความถูกต้องตรงตามที่ผู้เสียภาษีแจ้ง ทั้งนี้ ยังสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการบริหารจัดการเก็บภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือการจัดทำสถิติต่าง ๆ มีความถูกต้องมากขึ้น (นิชานันท์, 2559)

2.1.3 ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2)

เป็นทฤษฎีที่พัฒนาต่อยอดมาจากทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ซึ่งใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ของมนุษย์และสามารถที่จะทำนายพฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในอนาคตได้ โดยถูกพัฒนามาจากการผสมผสานทฤษฎีด้านพฤติกรรมการยอมรับ 8 ทฤษฎีเข้าด้วยกัน ประกอบด้วย

1) ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The theory of reasoned action: TRA)

2) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior: TPB)

3) แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (A Technology Acceptance Model: TAM)

4) แบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of PC Utilization: MPCU)

5) ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม (Diffusion of innovation theory: DOI)

6) แบบจำลองทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation model: MM)

7) ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social cognitive theory: SCT) และ

8) ทฤษฎีผสมผสานระหว่าง TAM และ TPB: C-TAM-TPB)

เพื่อลดข้อจำกัดและเพิ่มประสิทธิภาพในการศึกษาวิจัย โดยมีปัจจัยหลัก 4 ประการ ดังนี้ การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ การคาดหวังการใช้งานง่าย และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนที่ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้งาน โดยมีตัวแปรเสริมหรือตัวผันแปรจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ และความสมัครใจในการใช้งาน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าแบบจำลอง UTAUT สามารถพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังมีงานวิจัยที่ผ่านมายังไม่ครอบคลุมเพียงพอ ประกอบกับการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจทำให้มีการคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น Venkatesh และคณะจึงพัฒนาขยายขอบเขตทฤษฎีแบบจำลอง UTAUT เพิ่มเติม เพื่อทำการศึกษา

Ref. code: 25616004010556XIA

ในบริบทของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งต่อมาด้พัฒนาเป็นส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) โดยการเพิ่มปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าราคา และความเคยชิน ส่วนตัวแปรเสริมหรือตัวผันแปร จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ และประสบการณ์ จึงสรุปได้เป็นแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน UTAUT2 ดังแสดงในภาพที่ 2.1

2.1.3.1 การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ (PE: Performance Expectancy)

เป็นระดับของแต่ละคนที่เชื่อว่าการใช้ระบบสารสนเทศจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในงานที่ทำ โดยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลที่สุดในการทำนายความตั้งใจในการใช้งาน ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ดังนี้

1) การตระหนักถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับความเชื่อของแต่ละบุคคลที่เชื่อว่าการมีส่วนร่วมในการใช้งานจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเขาให้ดียิ่งขึ้น มาจากทฤษฎี TAM, TAM2 และ C-TAM-TPB

2) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง ระดับการรับรู้ของบุคคลที่ต้องการปฏิบัติกิจกรรมนั้น ซึ่งมีแรงขับเคลื่อนภายในที่ชัดเจนเพราะเห็นว่าทำแล้วสนุกสนานหรือเห็นว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องสมควรที่จะทำ โดยไม่หวังรางวัลหรือผลตอบแทนจากภายนอก ทั้งนี้ แรงจูงใจคือความต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพหรืออีกความหมายหนึ่งคือความพยายามปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและความอยากรู้อยากเห็นพฤติกรรมที่อยากค้นคว้าสำรวจสิ่งรอบตัว มาจากทฤษฎี MM

3) การจัดการทรัพยากรให้เหมาะสม (Job – Fit) หมายถึง ระดับของบุคคลที่เชื่อว่าความสามารถของระบบจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้งาน มาจากทฤษฎี MPCU

4) ข้อได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) หมายถึง ระดับที่บุคคลรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งที่ดีกว่าระบบงานที่ผ่านมาก่อนหน้านี้ มาจากทฤษฎี IDT

5) การคาดหวังในผลลัพธ์หรือผลลัพธ์ที่จะตามมาหลังจากมีการใช้งาน (Outcome Expectations) หมายถึง การที่บุคคลนั้นคาดหวังผลลัพธ์ไว้ล่วงหน้า เมื่อแสดงพฤติกรรมนั้นไปแล้วเขาจะได้รับผลลัพธ์ที่จะเป็นผลดีหรือผลเสียต่อตัวเขา มาจากทฤษฎี SCT

นอกจากนี้ตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอาจมีความคล้ายกัน เช่น การตระหนักถึงประโยชน์ในการใช้งานและแรงจูงใจภายนอก ซึ่งปัจจัยการคาดหวังถึงประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำนายความตั้งใจในการใช้งาน อย่างไรก็ตาม เหตุผลที่นำไปสู่การคาดหวังและความตั้งใจใช้งานอาจมีอิทธิพลน้อยลงไปได้โดยปัจจัยด้านเพศและอายุ จากการวิจัยที่ผ่านมาบ่งชี้ให้เห็นถึงข้อแตกต่างเรื่องเพศว่า แนวโน้มของเพศชายจะมีความมุ่งมั่นใช้งานสูงกว่าเพศหญิง

Ref. code: 25616004010556XIA

2.1.3.2 การคาดหวังการใช้งานง่าย (EE: Effort Expectancy)

เป็นระดับของแต่ละคนที่รับรู้ความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยี โดยไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามมากนักและไม่มีความยุ่งยากซับซ้อน ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ดังนี้

1) การตระหนักถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง ระดับของแต่ละบุคคลที่เชื่อว่าการใช้งานระบบไม่ต้องใช้ความพยายามสูงในการใช้งานมากนักจนทำให้เกิดความง่ายในการใช้งานระบบ มาจากทฤษฎี TAM และ TAM2

2) ความสะดวกในการใช้งาน (Ease of Use) หมายถึง ระดับของแต่ละบุคคลที่ใช้นวัตกรรมนั้นแล้วรับรู้ว่ายากต่อการใช้งาน มาจากทฤษฎี IDT

3) ความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) หมายถึง ระดับของแต่ละบุคคลที่รับรู้ความยากที่จะทำความเข้าใจและใช้งานระบบ มาจากทฤษฎี MPCU

ทั้งนี้ ในหลายกรณีศึกษาได้แสดงให้เห็นว่าการคาดหวังการใช้งานง่ายคือ อิทธิพลที่สำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม ซึ่งก็ไม่ได้เป็นไปตามที่กล่าวไว้เสมอไปทำให้มีนักวิจัยให้ความเห็นที่แตกต่างกัน โดย Yan ได้ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบจากความง่ายในการใช้งานและความไม่ยุ่งยากในการใช้ต่อผู้ใช้เทคโนโลยี รวมทั้ง Venkatesh และ Morris ได้แนะนำว่าปัจจัยการคาดหวังความง่ายในการใช้งานคือสิ่งที่เด่นชัดในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งมีอิทธิพลนอกเหนือจากตัวแปรที่กล่าวข้างต้น อย่างไรก็ตาม การคาดหวังการใช้งานง่ายควรคำนึงถึงตัวแปรด้านเพศ อายุ และประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยี

2.1.3.3 อิทธิพลทางสังคม (SI: Social Influence)

เป็นระดับความเข้าใจของแต่ละบุคคลถึงความสำคัญที่จะเชื่อว่าควรใช้ระบบใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน ซึ่งปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมส่งผลโดยตรงสู่ความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมนั้น โดยมีอิทธิพลมาจากความเห็นของคนอื่น ๆ ที่แนะนำการใช้เทคโนโลยีนั้น คณะวิจัยของ Venkatesh ได้คิดค้นปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจ ดังนี้

1) บรรทัดฐานของบุคคล (Subjective Norm) หมายถึง การตระหนักของบุคคลที่เชื่อว่าคนที่มีความสำคัญรอบตัวเรา คิดว่าควรจะแนะนำให้ใช้หรือไม่ใช้ระบบนั้น ๆ มาจากทฤษฎี TRA, TAM2 และ TPB

2) ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) หมายถึง การอ้างอิงการกระทำของแต่ละคนในวัฒนธรรมของกลุ่ม และข้อตกลงระหว่างกันของบุคคลที่อยู่ในสถานการณ์สังคมนั้น ๆ ในการกระทำบางสิ่งบางอย่างในสภาพทางสังคมปัจจุบัน ซึ่งปัจจัยทางสังคมประกอบด้วย การกระทำของบุคคลที่ทำตามบรรทัดฐานของกลุ่มที่อยู่ด้วยกันหรือมีการติดต่อกันบ่อย ๆ รวมไปถึงตัวแปรตามบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมด้วย มาจากทฤษฎี MPCU

Ref. code: 25616004010556XIA

3) ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ระดับความเชื่อของผู้ใช้นวัตกรรมนั้นจะช่วยเพิ่มภาพลักษณ์หรือสถานะทางสังคม มาจากทฤษฎี IDT

จากหลายกรณีศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับที่ผ่านมาได้แสดงให้เห็นความสำคัญผลของอิทธิพลทางสังคมบนความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี แต่บางกรณีศึกษาก็แสดงผลกระทบที่ไม่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาในแบบกึ่งอาชีพที่มีความอิสระสูง เช่น นักจิตวิทยา นอกจากนี้งานศึกษาที่ผ่านมายังแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของเพศหญิงที่มีความคิดเห็นคล้อยตามกับอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลไปยังพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมทั้งประสบการณ์ในการใช้งาน ความสมัครใจ และอายุ โดยกลุ่มคนที่มีอายุในวัยทำงานหรือมีอายุสูงจะยอมรับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมเพิ่มขึ้น

2.1.3.4 สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (Facilitating Condition)

เป็นระดับความเชื่อของแต่ละบุคคลที่เชื่อว่าโครงสร้างพื้นฐานและองค์ประกอบด้านเทคโนโลยีที่มีอยู่มีส่วนช่วยสนับสนุนต่อการใช้งานระบบ ส่วนประกอบที่สำคัญ ได้แก่

1) ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavior control) หมายถึง การตระหนักในข้อจำกัดทั้งโอกาสและอุปสรรคของพฤติกรรมทั้งภายในและภายนอก โดยภายในคือความรู้ความสามารถของผู้ใช้งานระบบ และภายนอกคือสิ่งอำนวยความสะดวกจากองค์กร เช่น คู่มือปฏิบัติงาน เจ้าหน้าที่ด้าน เป็นต้น มาจากทฤษฎี TPB และ C-TAM-TPB

2) สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (Facilitate condition) หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลว่าองค์กรและสิ่งอำนวยความสะดวกหรืออุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่มีอยู่มีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดการใช้งาน สามารถแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ปัจจัยทางทรัพยากรรวมถึงต้นทุน ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ตอบสนองต่อความต้องการและได้รับการสนับสนุนจากสิ่งรอบข้าง และปัจจัยเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว จากกรณีศึกษาตัวอย่างโครงสร้างพื้นฐานของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ตัวแปรด้านระบบบริการ คุณภาพการบริการ ต้นทุนของอุปกรณ์สื่อสาร และต้นทุนในด้านการบริการ มาจากทฤษฎี MPCU

3) ความสอดคล้องในการใช้งานในปัจจุบัน (Compatibility) หมายถึง ระดับการรับรู้ของนวัตกรรมว่าเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับคุณค่า ความต้องการ และประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งมีส่วนสำคัญสำหรับผู้ที่นำนวัตกรรมนั้นมาใช้เพื่อเป็นการปรับปรุงที่มีศักยภาพ มาจากทฤษฎี IDT

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า มีผลกระทบเชิงบวกมากมายที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนในการใช้นวัตกรรม โดยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในพฤติกรรมการใช้งานระบบแต่มีผลต่อการใช้งานจริง ซึ่งสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนเพิ่มมากยิ่งขึ้นนั้นมีความเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ เปรียบเสมือนผู้ใช้เทคโนโลยีพยายามที่จะหาข้อได้เปรียบหลายอย่างเพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนภายในองค์กร นอกจากนี้ตัวแปรทางด้านอายุยังมี

Ref. code: 25616004010556XIA

อิทธิพลสำคัญต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนโดยบุคคลที่มีอายุมากกว่าจะมีส่วนสำคัญในการได้รับความช่วยเหลือและแนะนำในการใช้งานระบบ

2.1.3.5 แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation)

หมายถึง ความชอบหรือความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการยอมรับการใช้เทคโนโลยีโดยตรง

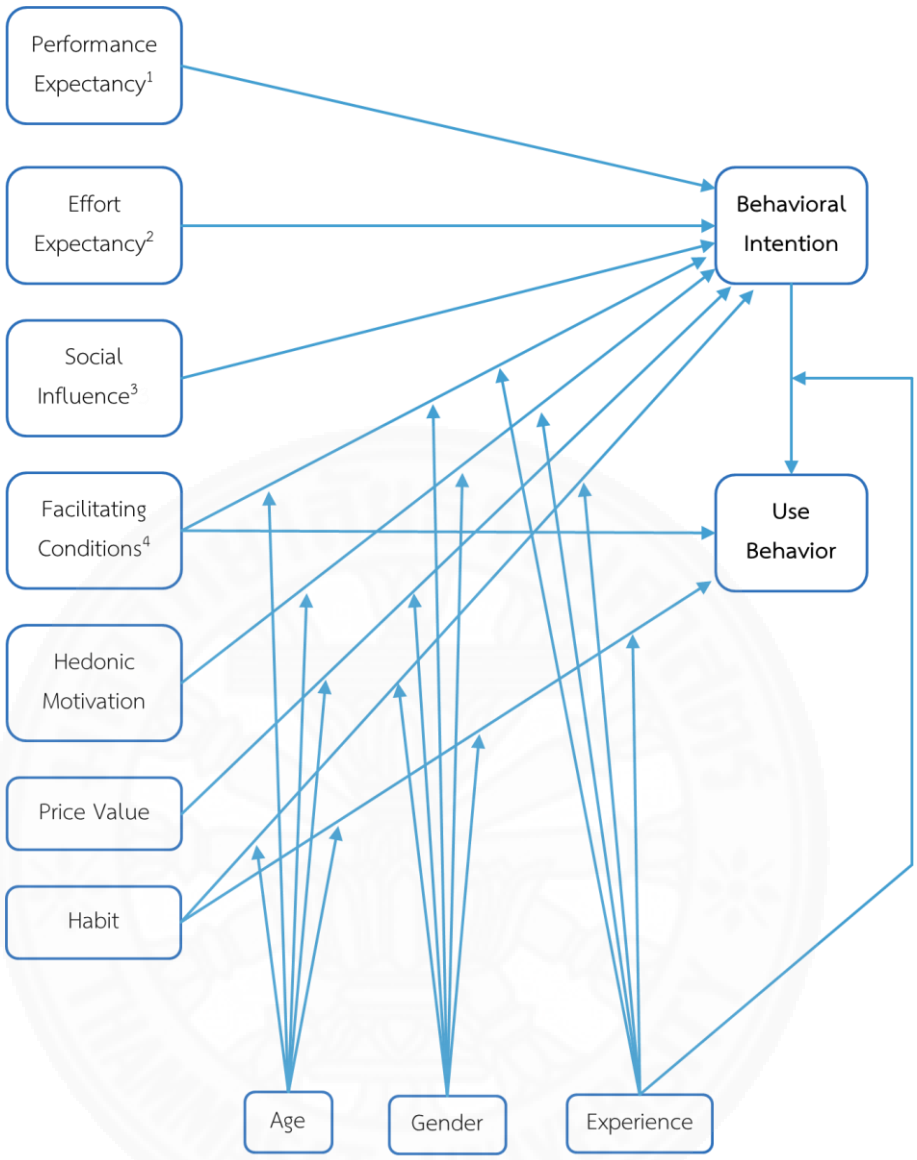
2.1.3.6 มูลค่าราคา (Price value)

หมายถึง ความรู้และทักษะการคิดเปรียบเทียบของผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ และค่าใช้จ่ายสำหรับการใช้ประโยชน์นั้น ทำให้ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อผู้บริโภค

2.1.3.7 ความเคยชิน (Habit)

หมายถึง การที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมโดยอัตโนมัติ เพราะสืบเนื่องจากสิ่งที่เรียนรู้มาในอดีตที่เคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจนกลายเป็นความเคยชิน

Ref. code: 25616004010556XIA



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน UTAUT2. จาก “ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ,” โดย สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555, *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง, 1*(1).

ทั้งนี้ สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้สรุปว่า แบบจำลอง UTAUT และ UTAUT2 ได้รับการพัฒนาบนพื้นฐานความสัมพันธ์ที่เด่นชัดที่สุดของปัจจัยหลักสำคัญจาก 8 ทฤษฎีพื้นฐานด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จึงมีความเป็นไปได้ในการนำมาใช้เป็นกรอบอ้างอิง สำหรับประยุกต์ใช้ศึกษาในบริบทของแต่ละบุคคล ซึ่งจะสามารถช่วยให้งานวิจัยมีความครอบคลุมทั้งกลุ่มบุคคลทั่วไปและกลุ่มบริโภคที่มีลักษณะแตกต่างกัน โดยอาศัยความตั้งใจและพฤติกรรม เพื่อทำให้ผลการวิจัยมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ

Ref. code: 25616004010556XIA

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ มีความเชื่อมโยงต่อแนวทางการศึกษา โดยสรุปได้ดังแสดงในตารางที่ 2.1 และมีรายละเอียด ดังนี้

2.2.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1) เพศ

จากการทบทวนงานวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านเพศสามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจที่จะชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต **(พิเชษฐ์พล ไทยประสงค์, 2550)** ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันจะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับและอุปสรรคที่มีต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน จากผลการศึกษาของ **ศุขจี มูลทองน้อย (2554)** ที่สอดคล้องกับจากผลการศึกษาของ**สาวิตรี นาคศรีม่วง (2557)** ซึ่งเพศชายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคมากกว่าเพศหญิง แต่ตรงข้ามกับผลการศึกษาของ **นิชานันท์ ชาวนา (2559)** ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ด้านการขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบทางเน็ตไม่แตกต่างกัน

2) อายุ

ผลการศึกษาของ**นิชานันท์ ชาวนา (2559)** พบว่า อายุ และสถานภาพที่แตกต่างกันของผู้เสียภาษีมีปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน เนื่องจากการยื่นแบบฯ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นระบบที่นำมาใช้ในระยะเวลาไม่ถึง 20 ปี ดังนั้น ผู้ที่ต้องเสียภาษีในกลุ่มอายุมากจะมีความเคยชินกับการยื่นภาษีแบบเดิม และบางส่วนยังไม่เปิดรับและไม่เรียนรู้การใช้งานอินเทอร์เน็ตแตกต่างกับผู้เที่เสียภาษีในกลุ่มอายุน้อยที่เมื่อเริ่มต้นเสียภาษีจะเริ่มจากการจ่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา**ของศุขจี มูลทองน้อย (2554)** อายุของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านช่องทางการให้บริการและด้านส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน และผลการศึกษาของ**ชนนิกานต์ นุชประคอง (2550)** ผู้เสียภาษีที่มีอายุมากมีความเห็นด้วยในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้มีอายุต่ำกว่า 30 ปี และผู้มีอายุ 41-50 ปี โดยผู้เสียภาษีที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกัน จากผลการศึกษาของ**พรพิมล ศิริโชติอาภรณ์ (2551)**

3) อาชีพ

ด้านอาชีพของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม) ด้าน

Ref. code: 25616004010556XIA

การส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคคล มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จากงานวิจัยของ **ศุขจี มูลทองน้อย (2554)** แต่ผลการศึกษาของ **นิชานันท์ ชาวนา (2559)** พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ด้านการขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบทางเน็ตไม่แตกต่าง

4) ด้านการศึกษา

จากการทบทวนงานวิจัย พบว่า ความแตกต่างของระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการทำให้เกิดความเข้าใจในการยื่นแบบฯ ไม่เหมือนกันทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบฯ ที่แตกต่างกันไป จากงานวิจัยของ**สาวิตรี นาคศรีม่วง (2557)** ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **อุศณี กอจิตตวนิจ (2553)** ผู้ยื่นแบบฯ ที่จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโทมีความพึงพอใจในการยื่นแบบฯ มากกว่าผู้ที่จบการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี เนื่องจากผู้ยื่นแบบฯ ที่จบการศึกษาปริญญาโทเป็นกลุ่มวัยทำงานที่สามารถแลกเปลี่ยนความรู้เรื่องการยื่นแบบฯ ทำให้มีความรู้ ข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ มากกว่า จึงมีความพึงพอใจในการยื่นแบบฯ ที่มากกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ**ศุขจี มูลทองน้อย (2554)** ระดับการศึกษาของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคคล มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ในทางตรงกันข้ามผลการศึกษาของ **พรพิมล ศิริโชติอาภรณ์ (2551)** ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ**นิชานันท์ ชาวนา (2559)** การศึกษาที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ด้านการขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบทางเน็ตไม่แตกต่างกัน

5) ด้านรายได้

สำหรับด้านรายได้ของผู้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตในด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน จากงานวิจัยของ **สาวิตรี นาคศรีม่วง (2557)** ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ**พรพิมล ศิริไชติอาภรณ์ (2551)** พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่าจะมีภารกิจและความรับผิดชอบมากกว่าจึงให้ความสำคัญกับการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายมากกว่า ในทางตรงกันข้ามผลการศึกษาของ**นิชานันท์ ชาวนา (2559)** รายได้ที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ด้านการขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบทางเน็ตไม่แตกต่างกัน และผลการศึกษาของ**ศุขจี มูลทองน้อย (2554)** รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 2.1

สรุปผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์

ผู้ศึกษา	เรื่อง	ผลการศึกษา
นิชานันท์ ชาวนา (2559)	ปัญหาและอุปสรรคของการยื่นแบบและชาระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี	อายุ และสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ด้านการขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบทางอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน ส่วนเพศ อาชีพ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ด้านการขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบทางเน็ตไม่แตกต่างกัน
สาวิตรี นาคศรีม่วง (2557)	ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากร ภาค 4	ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันและระดับการศึกษาต่างกันจะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับและอุปสรรคที่มีต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน
ศุขจี มูลทองน้อย (2554)	ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 2	1) เพศของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม) ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคคล มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน 2) อายุของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน 3) สถานภาพของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านต่าง ๆ มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน 4) ระดับการศึกษาของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคคล มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 2.1

สรุปผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ (ต่อ)

ผู้ศึกษา	เรื่อง	ผลการศึกษา
ศุขจี มูลทองน้อย (2554) (ต่อ)		5) อาชีพของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม) ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคคล มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน 6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน
อุศนี กอจิตตวนิจ (2553)	ความพึงพอใจของผู้เสียภาษีต่อการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร	ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต
พรพิมล ศิริโชติอาภรณ์ (2551)	เหตุผลการใช้บริการการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต: กรณีศึกษา สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 2	อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ส่วนเพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน
ชนนิกานต์ นุชประคอง (2550)	ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่สรรพากร และผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีต่อการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตในจังหวัดเพชรบุรี	ผู้เสียภาษีที่มีอายุมากมีความเห็นด้วยในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้มีอายุต่ำกว่า 30 ปี และผู้มีอายุ 41-50 ปี
พิเชษฐ์พล ไทยประสงค์ (2550)	ปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจที่จะชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สามารถพยากรณ์ความตั้งใจที่จะชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต

หมายเหตุ. จากการรวบรวมโดยผู้ศึกษา

Ref. code: 25616004010556XIA

2.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบผ่านทางออนไลน์

จากตารางที่ 2.2 ได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการยื่นแบบผ่านทางออนไลน์ ในบริบทที่ต่างกัน ดังนี้

2.2.2.1 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

วันทนีย์ มงคลทรัพย์กุล (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ : กรณีศึกษาการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ ได้สรุปกรอบแนวคิดในการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-Service) ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ คุณภาพของการบริการ และความเชื่อถือไว้วางใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ**จุไรรัตน์ ครุธคำ (2558)** พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือการบริหารจัดเก็บภาษีในรูปแบบการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ ของกลุ่มภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ประกอบด้วย 6 ปัจจัย คือ ด้านความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของระบบ ด้านความง่ายต่อการใช้งานระบบ ด้านความปลอดภัยของระบบ ด้านประสิทธิภาพของระบบ ด้านความสะดวกและความรวดเร็วของระบบ และด้านระยะเวลาการให้บริการ

วัชรา โสรส (2558) ได้ทำการศึกษาการประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ: กรณีศึกษา การใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ของกรมสรรพากร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะใช้ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านประโยชน์ และด้านความเชื่อมั่น มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจในการใช้บริการยื่นแบบฯ แต่ปัจจัยรูปแบบการให้บริการที่ปรับให้ตรงกับที่ประชาชนต้องการไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการยื่นแบบฯ สำหรับปัจจัยด้านที่เป็นอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ ด้านทัศนคติ และด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความพึงพอใจโดยส่งผ่านมายังปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะใช้บริการยื่นแบบฯ

สืบพงษ์ ปัทมโยธิน (2556) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีออนไลน์ (E-Filing) สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีออนไลน์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยการตระหนักถึงความสำคัญ ปัจจัยคุณภาพของการให้บริการ ปัจจัยความเชื่อมั่น ปัจจัยทัศนคติของผู้ใช้งาน และปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้งาน

อุศนี กอจิตตวนิจ (2553) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้เสียภาษีต่อการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

Ref. code: 25616004010556XIA

ผ่านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ คุณภาพของระบบการชำระและขอคืนภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต คุณภาพของระบบการสมัครและการยื่นแบบแสดงรายการผ่านอินเทอร์เน็ต ความปลอดภัยและระบบตอบปัญหา คุณภาพของเว็บไซต์และการให้คำแนะนำ และความรู้ของผู้เสียภาษีในการยื่นแบบฯ ซึ่งส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการทำรายการที่ยื่นแบบแล้ว ไม่สามารถแก้ไขข้อมูลได้ จะต้องทำการยื่นแบบฯ ใหม่อีกครั้ง ทำให้ผู้เสียภาษีต้องเสียเวลาในการทำงานซ้ำซ้อน และอยากให้ปรับปรุงระบบการยื่นแบบฯ ให้ง่ายต่อการใช้งาน ทั้งนี้ ผู้เสียภาษีได้เสนอแนะเรื่องการคืนเงินภาษีและการพิจารณาการคืนเงินที่ล่าช้า เนื่องมาจากระบบการขอเอกสารประกอบการขอคืนภาษีที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้เสียภาษีเสียเวลาส่งเอกสารหลายครั้งส่งผลให้การคืนภาษีล่าช้าตามไปด้วย

พิเชษฐ์พล ไทยประสงค์ (2550) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจที่จะชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านทัศนคติต่อการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความเชื่อในสมรรถนะแห่งตนด้านการใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต โดยปัจจัยทางจิตวิทยาด้านทัศนคติต่อการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต และความเชื่อในสมรรถนะแห่งตนด้านการใช้อินเทอร์เน็ต สามารถพยากรณ์ความตั้งใจที่จะชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต

สมพร คำเงิน (2550) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้มีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีที่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการยื่นแบบฯ ให้ความสำคัญกับการใช้บริการมีความสะดวก สามารถยื่นแบบฯ ได้ในวันหยุดราชการและช่วงเวลา 16.30 – 21.00 น. มีการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการยื่นแบบฯ มีโปรแกรมคำนวณภาษีอัตโนมัติ ไม่ต้องแนบเอกสาร และสามารถชำระภาษีผ่าน ATM ส่วนผู้ไม่ใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญกับการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการยื่นแบบฯ และช่วยให้รัฐลดต้นทุนในการจัดพิมพ์แบบฯ ส่วนปัญหาและอุปสรรคของการยื่นแบบฯ คือ ไม่อยากเก็บเอกสารไว้กับตัวเอง กลัวทำหาย และการประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพากรยังไม่แพร่หลาย ส่วนผู้ที่ไม่ใช้บริการกลัวสรรพากรเรียกตรวจสอบย้อนหลังเมื่อมีภาษีชำระเกิน และขาดความมั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ต

ชนนิกานต์ นุชประคอง (2550) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่สรรพากร และผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีต่อการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตในจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่า ผู้เสียภาษีมีความคิดเห็นต่อการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยรวมและแต่ละด้านปานกลาง (ด้านความสะดวก ด้านความรวดเร็ว ด้านความถูกต้อง และด้านความเชื่อมั่นในโปรแกรม) ทั้งนี้ ได้เสนอแนวทางในการเสริมสร้างปรับปรุง

Ref. code: 25616004010556XIA

การให้บริการของเจ้าหน้าที่สรรพากรว่าควรฝึกบุคลากรให้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว อาจทำได้โดยจัดอบรมให้กับบุคลากรที่ปฏิบัติงานโดยตรงกับการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น เพื่อจูงใจผู้เสียภาษียื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น

2.2.2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการให้บริการ

สุวัฒชัย นาคสีคร้าม (2552) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนและความพึงพอใจของการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาและผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมค่อนข้างสูงแต่ผู้เสียภาษีที่ยื่นผ่านอินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจสูงกว่ายื่นทางสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา โดยมีความพึงพอใจในด้านการเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ ความมีน้ำใจ น้อยกว่าด้านความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้เสียภาษี ความมั่นคงปลอดภัย การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก และความรู้ความเข้าใจ ทั้งนี้ เสนอให้กรมสรรพากรเร่งประชาสัมพันธ์ให้ผู้เสียภาษียื่นแบบฯ ผ่านอินเทอร์เน็ตให้เพิ่มมากขึ้น พร้อมกับพัฒนาการให้บริการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพิ่มช่องทางการรับชำระภาษีให้เข้าถึงผู้เสียภาษีให้มากที่สุด และง่ายต่อการเลือกใช้ โดยมีการแนะนำขั้นตอนการยื่นแบบฯ ที่ง่าย ชัดเจน ถูกต้อง เจ้าหน้าที่ให้บริการควรมีความรู้ความสามารถผ่านการอบรมและปฏิบัติด้วยความถูกต้องแม่นยำ มีมนุษยสัมพันธ์ดี กระตือรือร้นในการให้ความช่วยเหลือ ซื่อสัตย์สุจริต ไม่เลือกปฏิบัติ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน และเน้นโฆษณาประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาที่เข้าถึงผู้เสียภาษี (7.00 – 9.00, 17.00 – 20.00)

มธุรส สำราญ (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้เสียภาษีในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา: สำนักงานสรรพากรพื้นที่สระแก้ว ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เสียภาษีในการยื่นแบบฯ อยู่ในระดับมาก ซึ่งทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจโดยด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านพนักงาน ซึ่งผู้เสียภาษีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตถึงร้อยละ 97.88 แต่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้เสียภาษีในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ต

สาวิตรี นาคศรีม่วง (2557) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากร ภาค 4 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการ

Ref. code: 25616004010556XIA

ส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมาก และปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตมีอยู่ในระดับมาก

พรพิมล ศิริโชติอาภรณ์ (2551) ได้ทำการศึกษาเหตุผลการใช้บริการการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต: กรณีศึกษา สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 2 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการและด้านการบริการมากที่สุด ส่วนด้านระบบงานและด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญมากเช่นกัน

ตารางที่ 2.2

สรุปตัวแปรที่นำมาใช้ในการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา

ตัวแปร/ผู้ศึกษา	วินทนีย์ มงคลทรัพย์กุล (2559)	จุไรรัตน์ ครุธคำ (2558)	วัชรา โสรส (2558)	สืบพงษ์ ปัทมโยธิน (2556)	อุศนี กอจิตตานิจ (2553)	พิเชษฐ์พล ไทยประสงค์ (2550)	สมพร คำเงิน (2550)	ชนินภาน์ นุชประคอง (2550)	สุวัฒชัย นาคสีคร้าม (2552)	มธุรส สำราญ (2559)	สาวิตรี นาคศรีม่วง (2557)	พรพิมล ศิริโชติอาภรณ์ (2551)
ตัวแปรตาม												
ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ/ความตั้งใจใช้บริการ	*	*		*		*	*	*		*	*	*
ความพึงพอต่อการใช้บริการฯ			*		*				*			
ตัวแปรต้นหลัก												
<u>ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ</u>												
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	*	*		*								
- การชำระและขอคืนภาษี					*							
- การสมัครและการยื่นแบบ					*							
การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ	*		*	*								
- ความสะดวกและรวดเร็วของระบบ		*					*	*				
- ไม่ต้องแนบเอกสาร							*					
อิทธิพลทางสังคม/บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง			*	*		-						
การตระหนักถึงความสำคัญ				*								

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 2.2

สรุปตัวแปรที่นำมาใช้ในการศึกษาของงานวิจัยที่ผ่านมา (ต่อ)

ตัวแปร/ผู้ศึกษา	วันทนีย์ มงคลทรัพย์กุล (2559)	จุไรรัตน์ ครุธคำ (2558)	วัชรา โสรส (2558)	สิบพงษ์ ปัทมโยธิน (2556)	อุดมี กอจิตตานิจ (2553)	พิเชษฐ์พล ไทยประสงค์ (2550)	สมพร คำเงิน (2550)	ชนินกานต์ นุชประคอง (2550)	สุวัฒชัย นาคสีคร้าม (2552)	มธุรส สำราญ (2559)	สาวิตรี นาคศรีม่วง (2557)	พรพิมล ศิริโชติอาภรณ์ (2551)
- ช่วยรัฐลดต้นทุนการพิมพ์แบบ							*					
คุณภาพของการให้บริการ	*			*					*			
- ระยะเวลาการให้บริการ		*										
- ประสิทธิภาพของระบบ		*	*				*	*				
- รูปแบบการให้บริการ			–				*					
- ความปลอดภัยของระบบ		*			*				*			
ความเชื่อถือไว้วางใจ/ความเชื่อในสมรรถนะแห่งตน	*	*	*	*		*		*	*			
ทัศนคติของผู้ใช้			*	*		*						
พฤติกรรมของผู้ใช้			*	*								
- ความรู้ของผู้เสียภาษี					*				*			
<u>ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ</u>												
ค่าใช้จ่าย/ค่าธรรมเนียม										*	*	*
ผลิตภัณฑ์/รูปแบบเว็บไซต์/ระบบงาน					*		*			*	*	*
ช่องทางการให้บริการ									*	*	*	
การส่งเสริมการตลาด										*	*	
กระบวนการให้บริการ									*	*	*	*
การประชาสัมพันธ์									*		*	*
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ										*		
พนักงาน/ความรู้ของเจ้าหน้าที่									*	*		
- ความมีน้ำใจ									*			

หมายเหตุ. จากการรวบรวมโดยผู้ศึกษา.

* มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม และ – ไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม.

Ref. code: 25616004010556XIA

2.2.3 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตค่อนข้างหลากหลาย รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและปัญหาอุปสรรคในการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต โดยปัจจัยตามตารางที่ 2.2 ผู้ศึกษาพิจารณาจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบฯ ที่มีผู้นำมาศึกษาจำนวน 3 งานวิจัยขึ้นไป ซึ่งปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีบางปัจจัยที่มีความคล้ายคลึงกัน ประกอบกับผู้ศึกษาสนใจที่จะนำทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) มาใช้ในการศึกษา เนื่องจากเป็นทฤษฎีที่ครอบคลุมการยอมรับเทคโนโลยีด้านผู้บริโภค จึงสรุปได้ดังแสดงในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3

สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ที่สอดคล้องกับ UTAUT2

UTAUT2	ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
1) การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ	การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ คุณภาพการให้บริการ	
2) การคาดหวังการใช้งานง่าย	การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	กระบวนการให้บริการ
3) อิทธิพลทางสังคม	อิทธิพลทางสังคม ความเชื่อถือไว้วางใจ	
4) สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน		สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและพนักงาน/ความรู้ของเจ้าหน้าที่
5) แรงจูงใจด้านความบันเทิง	ทัศนคติของผู้ใช้	การประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์/รูปแบบเว็บไซต์/ระบบงาน
6) มูลค่าราคา		ค่าใช้จ่าย/ค่าธรรมเนียม
7) ความเคยชิน	พฤติกรรมของผู้ใช้	ช่องทางการให้บริการ

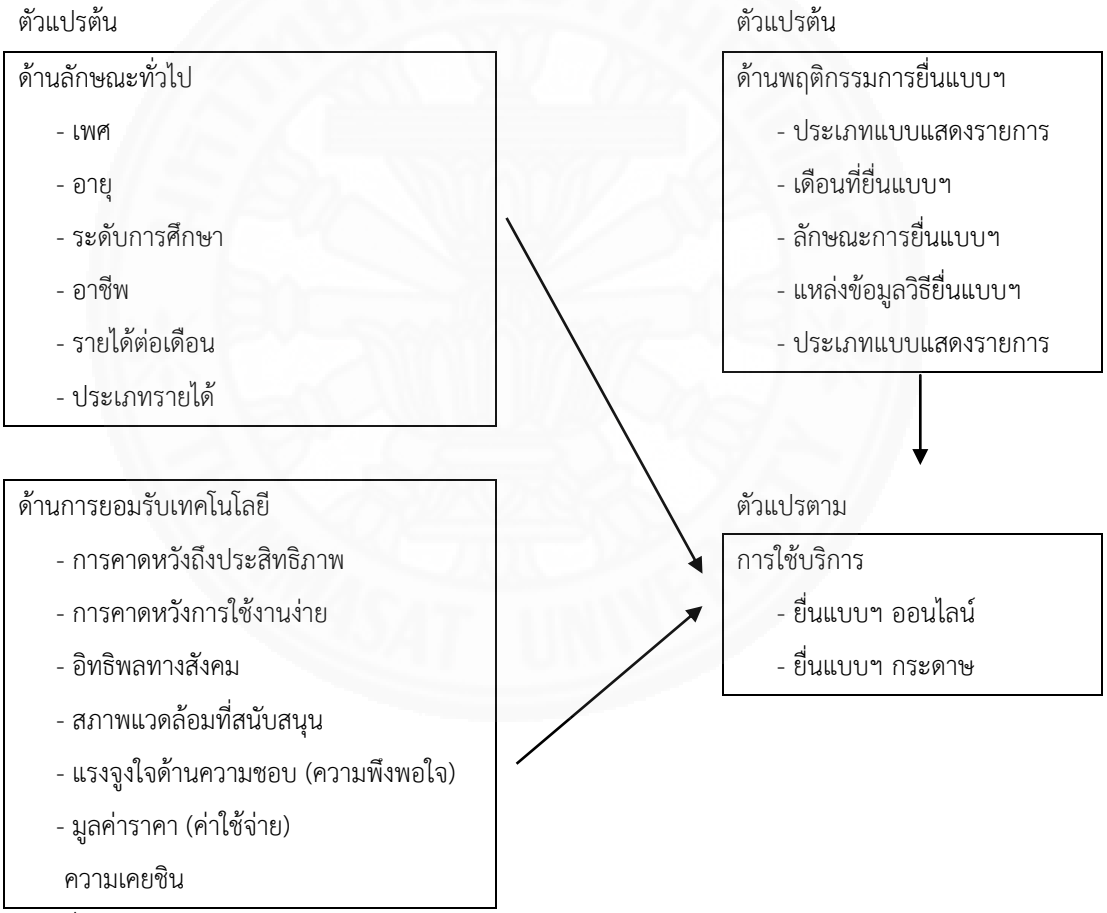
หมายเหตุ. จากการรวบรวมโดยผู้ศึกษา

นอกจากนี้ผู้ศึกษาได้มีการนำข้อมูล แนวความคิด ทฤษฎี วิธีการศึกษา รวมไปถึงตัวอย่างการออกแบบแบบสอบถามจากงานวิจัยที่ได้ศึกษามาประยุกต์ใช้กับการศึกษาในครั้งนี้ด้วย

Ref. code: 25616004010556XIA

เช่น วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล และการใช้สถิติต่าง ๆ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นต้น โดยส่วนใหญ่งานวิจัยที่ผ่านมาใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ Multiple Regression ส่วนในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำกรอบทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) มาเป็นกรอบในการศึกษา พร้อมทั้งใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic regression) ในการศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ทั้งนี้ ผู้ศึกษาคาดว่าผลที่ได้อาจมีความเหมือนหรือแตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมาได้

2.2.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา. จากการสรุปโดยผู้ศึกษา.

Ref. code: 25616004010556XIA

บทที่ 3
วิธีการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการศึกษา ดังนี้

3.1 สมมติฐานในการศึกษา

1) ความสัมพันธ์ระหว่างการคาดหวังถึงประสิทธิภาพ (PE) และการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

การคาดหวังถึงประสิทธิภาพในงานวิจัยนี้ เป็นปัจจัยที่ผู้ยื่นแบบฯ เชื่อว่าการใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการยื่นแบบฯ ให้ดียิ่งขึ้น เช่น การได้กรอกแบบ ภ.ง.ด. 90, 91 ด้วยตนเอง โดยที่ระบบมีโปรแกรมคำนวณภาษีให้อัตโนมัติ ทำให้เชื่อว่าการคำนวณภาษีเป็นไปอย่างถูกต้องแม่นยำ ดังนั้นหากผู้ยื่นแบบฯ มีความคาดหวังถึงประสิทธิภาพในการใช้งานสูง จะส่งผลให้เลือกยื่นแบบฯ ออนไลน์สูงตามไปด้วย จากความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: การคาดหวังถึงประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

2) ความสัมพันธ์ระหว่างการคาดหวังการใช้งานง่าย (EE) และการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

การคาดหวังการใช้งานง่าย เป็นระดับความสะดวกในการใช้งานโดยไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามมากนักหากระบบมีความสะดวกในการใช้งาน เช่น การกรอกข้อมูลไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการเรียงตามลำดับขั้นตอน และสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว จะช่วยให้ผู้ยื่นแบบฯ เกิดการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งผู้ยื่นแบบฯ ยินดีที่จะเลือกใช้งานระบบใหม่แทน หากระบบนั้นมีความสะดวกสบายในการใช้งานมากกว่ารูปแบบเดิมที่มีอยู่ จากความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 2: การคาดหวังการใช้งานง่ายส่งผลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

3) ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคม (SI) และการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

Ref. code: 25616004010556XIA

อิทธิพลทางสังคมเป็นระดับการรับรู้ว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความคิด รวมถึงคนรอบข้างที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ เมื่อได้ให้แนะนำว่าควรใช้เลือกบริการยื่นแบบฯ ระบบใหม่จะทำให้เลือกยื่นแบบฯ ออนไลน์มากขึ้น หากกรมสรรพากรมีการเพิ่มอิทธิพลทางสังคมเข้าไป เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะช่วยเพิ่มโอกาสในการยื่นแบบฯ มากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันจำนวนมาก จากความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 3: อิทธิพลทางสังคมส่งผลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

4) ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (FC) และการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน เป็นความเชื่อว่าระบบการยื่นแบบฯ ออนไลน์มีโปรแกรมคำนวณภาษีอัตโนมัติเป็นส่วนช่วยสนับสนุนต่อการยื่นแบบฯ รวมถึงคู่มือการยื่นแบบฯ ออนไลน์ที่ปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันและเผยแพร่ตามหน้าเวบไซต์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจของผู้ยื่นแบบฯ ในการกรอกแบบ ภ.ง.ด.90, 91 ยิ่งมีสิ่งสนับสนุนในการใช้งานมากขึ้นยิ่งส่งผลให้ผู้ยื่นแบบฯ เกิดความยินดีที่จะใช้งาน จากความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 4: สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนส่งผลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

5) คาดว่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ (HM) และการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

ความพึงพอใจจากการยื่นแบบฯ ออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับและใช้งาน นอกจากด้านประโยชน์ในการยื่นแบบฯ แล้วกรมสรรพากรควรคำนึงถึงความเพลิดเพลินในการยื่นแบบฯ เช่น รูปแบบของระบบ เมื่อระบบนั้นสามารถตอบสนองความรู้สึกของผู้ยื่นแบบฯ ได้อย่างพึงพอใจ ผู้ยื่นแบบฯ จะพร้อมใช้งานมากขึ้น จากความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 5: ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

6) ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่าย (PV) และการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

เป็นการคิดเปรียบเทียบเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับและค่าใช้จ่ายสำหรับการได้ประโยชน์นั้น เช่น การยื่นแบบฯ ออนไลน์สามารถยื่นแบบฯ หลังจากเกินกำหนดเวลาได้ภายใน 8 วัน โดยไม่เสียค่าปรับ รวมทั้งไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยื่นแบบฯ เมื่อระบบช่วยให้ค่าใช้จ่ายในการยื่นแบบฯ ลดลง ยิ่งทำให้ผู้ยื่นแบบฯ พร้อมที่จะยื่นแบบฯ ออนไลน์มากขึ้น จากความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 6: ค่าใช้จ่ายส่งผลเชิงลบต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

Ref. code: 25616004010556XIA

7) ความสัมพันธ์ระหว่างความเคยชิน (HB) และการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

ความเคยชินพัฒนามาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่กรมสรรพากรควรคำนึงถึง โดยผู้ยื่นแบบฯ อาจมีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันจึงมีความเคยชินกับการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ในด้านอื่น จากความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 7: ความเคยชินส่งผลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

8) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษะด้านประชากรศาสตร์และการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

สมมติฐานที่ 8: ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทรายได้ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

9) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

สมมติฐานที่ 9: พฤติกรรมการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่ ประเภทแบบฯ เดือนที่ยื่นแบบฯ ลักษณะการยื่นแบบฯ และแหล่งข้อมูลวิธียื่นแบบฯ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่ทำงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้สรุปผลการสำรวจภาวการณ์ทำงานของประชากร เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2561 พบว่าผู้มีงานทำในกรุงเทพมหานครจำแนกตามสถานภาพทำงาน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะผู้มีงานทำประเภท ลูกจ้างรัฐบาล ลูกจ้างเอกชน และทำงานส่วนตัว จำนวนทั้งสิ้น 4,669,500 คน สามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Krejcie and Morgan ดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่าง (n)} = \frac{x^2 Np(1-p)}{e^2(N-1)+x^2 p(1-p)} \qquad (3.1)$$

โดยที่ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

X^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df = 1 และระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (X^2 = 3.841)

Ref. code: 25616004010556XIA

P = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (กำหนดสัดส่วนประชากร 0.5)

e = สัดส่วนความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (ยอมรับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05)

แทนค่าในสมการ 3.1

$$n = \frac{3.841^2\ 4{,}669{,}500\ (0.05)\ (1 - 0.05)}{0.05^2\ (4{,}669{,}500 - 1)\ + 3.841^2\ (0.05)\ (1 - 0.05)} = 384 \qquad (3.2)$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่ต้องการศึกษามีจำนวนเท่ากับ 384 ตัวอย่าง โดยเพื่อให้การคำนวณข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างถูกต้องครบถ้วน ผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา 400 ตัวอย่าง

3.3 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non – Probability sampling) ด้วยวิธีการเลือกแบบโควตา (Quota sampling) โดยผู้ศึกษาได้แบ่งการแจกแบบสอบถามเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มยื่นแบบฯ ออนไลน์ และกลุ่มยื่นแบบฯ กระดาษ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเจาะจงตามวัตถุประสงค์ ผู้ศึกษาได้กำหนดให้เก็บข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ตามสัดส่วนปริมาณการยื่นแบบฯ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปี 2560 คือ กลุ่มยื่นแบบฯ ออนไลน์ ร้อยละ 74 คิดเป็นจำนวน 296 ตัวอย่าง และกลุ่มยื่นแบบฯ กระดาษ ร้อยละ 26 คิดเป็นจำนวน 104 ตัวอย่าง

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.4.1 ขั้นตอนและโครงสร้างการออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยชุดคำถามมีเนื้อหาครอบคลุมการใช้บริการ ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเรื่องการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ เป็นคำถามแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เรียงจากมากไปน้อย ดังนี้

Ref. code: 25616004010556XIA

เกณฑ์การประเมินความคิดเห็นแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
มีผลมากที่สุด	5
มีผลมาก	4
มีผลปานกลาง	3
มีผลน้อย	2
มีผลน้อยที่สุด	1

โดยกำหนดระดับความสำคัญ เท่ากับ 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ แล้วนำค่าที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก เพื่อให้ทราบถึงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพล และซึ่งมีช่วงคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักและเกณฑ์การพิจารณาเป็นช่วงคะแนนเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์กำหนดการแปรผลในแต่ละช่วงคะแนนจากระดับชั้น เท่ากับ 5 ชั้น (คะแนน) ดังสมการ 3.3

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{(5-1)}{5} = 0.8 \qquad (3.3)$$

เกณฑ์การแปลงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ ดังนี้

ระดับช่วงค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	ส่งผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด
3.41 – 4.20	ส่งผลต่อการเลือกใช้มาก
2.61 – 3.40	ส่งผลต่อการเลือกใช้ปานกลาง
1.81 – 2.60	ส่งผลต่อการเลือกใช้น้อย
1.00 – 1.80	ส่งผลต่อการเลือกใช้น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทรายได้ ดังนี้

1) เพศของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เพศชาย

กลุ่มที่ 2 เพศหญิง

2) อายุของกลุ่มตัวอย่าง

3) ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

กลุ่มที่ 2 ปริญญาตรี

Ref. code: 25616004010556XIA

กลุ่มที่ 3 ปริญญาโท

กลุ่มที่ 4 ปริญญาเอก

4) อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 ข้าราชการ/พนักงานราชการ/ลูกจ้างหน่วยรัฐ

กลุ่มที่ 2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ

กลุ่มที่ 3 พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน

กลุ่มที่ 4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มที่ 5 อื่น ๆ

5) รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 น้อยกว่า 20,000 บาท

กลุ่มที่ 2 20,001 – 40,000 บาท

กลุ่มที่ 3 40,001 – 60,000 บาท

กลุ่มที่ 4 60,001 – 80,000 บาท

กลุ่มที่ 5 80,001 บาทขึ้นไป

6) ประเภทรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เงินเดือน/ค่าจ้างอย่างเดียว

กลุ่มที่ 2 เงินเดือน/ค่าจ้างและเงินได้อื่น ๆ

กลุ่มที่ 3 เงินได้อื่น ๆ

3.4.2 การทดสอบเครื่องมือการศึกษา

การศึกษานี้ได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.4.2.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity Test)

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงของโครงสร้าง (Construct Validity) และความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นได้ปรับปรุงและแก้ไขข้อคำถามก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

3.4.2.2 การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability Test)

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามชุดทดสอบ (Pilot Test) ไปทดสอบเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง กับกลุ่มประชากรที่มีความใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงความต้องการ มีความเหมาะสม และมีความยากง่ายเพียงใด โดยนำมาทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ IBM SPSS

Ref. code: 25616004010556XIA

Statistic Version 22.0 ซึ่งผู้ศึกษาใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 และใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha มากกว่า 0.7 เป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้สำหรับงานศึกษานี้

3.5 การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

งานศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Google forms) และกระจายแบบสอบถามผ่านสื่อ Social Media ได้แก่ แอพพลิเคชั่นไลน์ (Line) และเฟซบุ๊ค (Facebook) ในช่วงเดือนมีนาคม 2562 ถึงเมษายน 2562 จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ IBM SPSS Statistic Version 22.0 รายละเอียด ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ (t-test และ One-way ANOVA)

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการยื่นแบบฯ และความคิดเห็นด้านการยอมรับเทคโนโลยีว่ามีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ผ่านทางออนไลน์หรือไม่

3.5.3 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายตัวแปรตาม โดยอาจมีประเด็นปัญหาในการศึกษาว่าตัวแปรอิสระใดบ้างที่สามารถใช้อธิบายโอกาสการเกิดหรือไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจของตัวแปรตาม พร้อมทั้งศึกษาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว และทำนายโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจจากสมการโลจิสติกที่เหมาะสม โดยเลือกตัวแปรอิสระที่เหมาะสมเพื่อทำให้การทำนายมีค่าเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องสูงสุด

ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก ดังนี้

1) ตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรที่ระดับข้อมูลอยู่ในระดับช่วง (Interval scale) เป็นอย่างต่ำ กรณีเป็นข้อมูลเชิงกลุ่มให้แปลงเป็นตัวแปรหุ่น (Dichotomous variable) ที่มีค่าเป็น 0 กับ 1 เท่านั้น ส่วนตัวแปรตามในกรณีการวิเคราะห์โลจิสติกแบบทวิ (Binary logistic regression) จะกำหนด 2 ค่า คือ 0 กับ 1

Ref. code: 25616004010556XIA

2) ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเป็น 0

3) ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งในงานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์ของ Stevens (1996: 341) ใช้ค่า r = 0.80 ขึ้นไปจะเกิดปัญหา multicollinearity

4) ต้องใช้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 30 เท่าของจำนวนตัวแปรอิสระ

โดยใช้การวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์โลจิสติกแบบทวิ (Binary logistic regression) เป็นกรณีที่มีตัวแปรตามจำนวน 2 ค่า (Dichotomous Variable) ดังนี้

Y = 1 การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

= 0 การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ

แบบจำลองการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก ดังสมการ 3.4

$$E(y) = y = \beta_0 + \beta_1 + e \quad (3.4)$$

โดยที่ E(y) = P(event) = P(การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์) และ P(no event) = P(การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ) แสดงในสมการ 3.5 และ 3.6

$$P(event) = \frac{e^{\beta_0+\beta_1 x_1+\cdots+\beta_p x_p}}{1+e^{\beta_0+\beta_1 x_1+\cdots+\beta_p x_p}} \quad (3.5)$$

$$P(no\ event) = 1 - P(event) \quad (3.6)$$

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระจะไม่ได้อยู่ในรูปเชิงเส้น จึงต้องปรับความสัมพันธ์ได้ดังสมการ 3.7

$$Odds = \frac{P(\text{การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์})}{P(\text{การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ})} \quad (3.7)$$

จากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามของการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกไม่เป็นรูปเชิงเส้น จึงต้องปรับให้ความสัมพันธ์อยู่ในรูปเชิงเส้น ดังสมการ 3.7 ในรูปแบบของ Odds หรือ Odd Ratio โดยค่า Odds แสดงถึงโอกาสที่จะเลือกยื่นแบบฯ ออนไลน์ เป็นกี่เท่าของโอกาสที่จะเลือกยื่นแบบฯ กระดาษ ถ้าค่า Odds มีค่าเท่ากับ 1 โอกาสที่จะเลือกยื่นแบบฯ ออนไลน์กับโอกาสที่จะเลือกยื่นแบบฯ กระดาษเท่ากัน นั่นคือ ถ้าค่า Odds มีค่ามากกว่า 1 โอกาสที่จะเลือก

Ref. code: 25616004010556XIA

ยื่นแบบฯ ออนไลน์มากกว่าโอกาสที่จะเลือกยื่นแบบฯ กระดาษ ในขณะเดียวกันถ้าค่า Odds มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าโอกาสที่จะเลือกยื่นแบบฯ ออนไลน์น้อยกว่าโอกาสที่จะเลือกยื่นแบบฯ กระดาษ

ดังนั้น แบบจำลองการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแสดงตัวแปรและสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับโอกาสที่จะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ ดังสมการ 3.8

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 Sex + \beta_2 Age + \beta_3 Edu + \beta_4 Occ + \beta_5 Sal + \beta_6 Inc + \beta_7 PE + \beta_8 EE + \beta_9 SI + \beta_{10} FC + \beta_{11} HM + \beta_{12} PV + \beta_{13} HB \quad (3.8)$$

โดยที่

1) เพศ (Sex) = 1 เพศชาย
= 0 เพศหญิง

2) อายุ (Age) กำหนดให้ อายุ 19 – 28 ปี เป็นฐาน

Age1 = 1 อายุ 29 – 38 ปี
= 0 อื่น ๆ

Age2 = 1 อายุ 39 – 46 ปี
= 0 อื่น ๆ

Age3 = 1 อายุ 47 – 54 ปี
= 0 อื่น ๆ

Age4 = 1 อายุ 55 ปีขึ้นไป
= 0 อื่น ๆ

3) ระดับการศึกษา (Edu) กำหนดให้ ต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นฐาน

Edu1 = 1 ปริญญาตรี
= 0 อื่น ๆ

Edu2 = 1 ปริญญาโท
= 0 อื่น ๆ

Edu3 = 1 ปริญญาเอก
= 0 อื่น ๆ

4) อาชีพ (Occ) กำหนดให้ ข้าราชการ เป็นฐาน

Occ1 = 1 รัฐวิสาหกิจ
= 0 อื่น ๆ

Ref. code: 25616004010556XIA

Occ2 = 1 พนักงานเอกชน

= 0 อื่น ๆ

Occ4 = 1 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

= 0 อื่น ๆ

Occ5 = 1 อาชีพอื่น ๆ

= 0 อื่น ๆ

5) รายได้ต่อเดือน (Sal) กำหนดให้ รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท เป็นฐาน

Sal1 = 1 รายได้ 20,001 – 40,000 บาท

= 0 อื่น ๆ

Sal2 = 1 รายได้ 40,001 – 60,000 บาท

= 0 อื่น ๆ

Sal3 = 1 รายได้ 60,001 – 80,000 บาท

= 0 อื่น ๆ

Sal4 = 1 รายได้ 80,000 บาทขึ้นไป

= 0 อื่น ๆ

6) ประเภทรายได้ (Inc) กำหนดให้ เงินเดือน/ค่าจ้าง อย่างเดียว เป็นฐาน

Inc1 = 1 เงินเดือน/ค่าจ้าง และเงินได้อื่น ๆ

= 0 อื่น ๆ

Inc2 = 1 เงินได้อื่น ๆ

= 0 อื่น ๆ

7) การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ (PE)

8) การคาดหวังการใช้งานง่าย (EE)

9) อิทธิพลทางสังคม (SI)

10) สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (FC)

11) ความพึงพอใจ (HM)

12) ค่าใช้จ่าย (PV) และ

13) ความเคยชิน (HB)

Ref. code: 25616004010556XIA

บทที่ 4
ผลการศึกษาและอภิปรายผล

4.1 ผลการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

4.1.1 ผลการทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability)

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ และใช้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha มากกว่า 0.7 เป็นเกณฑ์การพิจารณา โดยนำแบบสอบถามชุดทดสอบ (Pilot test) ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง จากนั้นนำไปทดสอบในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ IBM SPSS Statistic Version 22.0 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของแต่ละปัจจัยอยู่ในช่วง 0.720 ถึง 0.926 ดังแสดงในตารางที่ 4.1 สรุปได้ว่าเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้มีความเหมาะสม เชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

ตารางที่ 4.1

ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha

ตัวแปร	Cronbach's Alpha	จำนวนข้อ
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)	0.900	3
การคาดหวังการใช้งานง่าย (Effort Expectancy)	0.893	3
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	0.849	2
สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (Facilitating Condition)	0.761	3
ความพึงพอใจ (Hedonic Motivation)	0.926	2
ค่าใช้จ่าย (Price Value)	0.765	2
ความเคยชิน (Habit)	0.720	2
ผลรวมของทุกตัวแปร	0.942	17

หมายเหตุ. จากการคำนวณโดยผู้ศึกษา.

4.1.2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของข้อมูล (Pearson Correlation)

เป็นการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียรสัน (Pearson Correlation) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามไปทดสอบในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ IBM SPSS Statistic Version 22.0 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ที่ได้มีค่าต่ำกว่า 0.8 ดังนั้น สรุปได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ทำให้ไม่เกิดปัญหา multicollinearity ดังแสดงในตารางที่ 4.2

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ตัวแปร	PE1	PE2	PE3	EE1	EE2	EE3	SI1	SI2	FC1	FC2	FC3	HM1	HM2	PV1	PV2	HB1	HB2
PE1	1																
PE2	.406**	1															
PE3	.417**	.546**	1														
EE1	.369**	.514**	.439**	1													
EE2	.476**	.404**	.425**	.699**	1												
EE3	.359**	.466**	.437**	.730**	.680**	1											
SI1	.186**	.396**	.374**	.374**	.338**	.378**	1										
SI2	.196**	.454**	.405**	.340**	.316**	.361**	.737**	1									
FC1	.234**	.426**	.370**	.382**	.250**	.373**	.378**	.445**	1								
FC2	.261**	.330**	.301**	.331**	.305**	.359**	.266**	.298**	.479**	1							
FC3	.265**	.291**	.285**	.418**	.356**	.374**	.173**	.206**	.395**	.563**	1						
HM1	.253**	.361**	.343**	.383**	.317**	.401**	.297**	.329**	.511**	.538**	.481**	1					
HM2	.250**	.325**	.364**	.414**	.363**	.421**	.250**	.268**	.507**	.512**	.616**	.755**	1				
PV1	.446**	.297**	.280**	.274**	.353**	.321**	.203**	.160**	.173**	.281**	.258**	.235**	.215**	1			
PV2	.194**	.274**	.318**	.246**	.230**	.263**	.279**	.298**	.230**	.374**	.203**	.331**	.244**	.343**	1		
HB1	.323**	.289**	.359**	.306**	.397**	.348**	.263**	.269**	.238**	.332**	.294**	.269**	.292**	.458**	.407**	1	
HB2	.239**	.344**	.300**	.210**	.270**	.276**	.304**	.403**	.274**	.279**	.244**	.256**	.272**	.329**	.398**	.522**	1

หมายเหตุ. จากการคำนวณโดยผู้ศึกษา

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.2 ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

4.2.1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

จากตารางที่ 4.3 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้แบ่งการวิเคราะห์ ดังนี้

1) เพศ (Sex) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 256 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 64 และเพศชายจำนวน 144 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 36

ในจำนวนตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 256 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 196 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 76.56 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 60 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.44

Ref. code: 25616004010556XIA

ในจำนวนตัวอย่างเพศชายจำนวน 144 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 100 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 69.44 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 44 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.56

2) อายุ (Age) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 42 ปี โดยมีอายุสูงสุดคือ 63 ปี และมีอายุน้อยสุดคือ 22 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 29 – 38 ปี จำนวน 172 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมาคือ กลุ่มอายุในช่วง 39 – 46 ปี จำนวน 90 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 22.50 กลุ่มอายุในช่วงน้อยกว่า 28 ปี จำนวน 60 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15 กลุ่มอายุในช่วง 47 – 54 ปี จำนวน 49 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 12.25 และกลุ่มอายุในช่วง 55 ปีขึ้นไป จำนวน 29 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.25

ในจำนวนตัวอย่างช่วงอายุน้อยกว่า 28 ปี จำนวน 60 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 56 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 93.37 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.67

ในจำนวนตัวอย่างช่วงอายุ 29 – 38 ปี จำนวน 172 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 142 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 82.56 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.44

ในจำนวนตัวอย่างช่วงอายุ 39 – 46 ปี จำนวน 90 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 63 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 70 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 27 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30

ในจำนวนตัวอย่างช่วงอายุ 47 – 54 ปี จำนวน 49 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 23 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 46.94 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 26 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 53.06

ในจำนวนตัวอย่างช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 29 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 12 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 41.38 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 17 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 58.62

3) ระดับการศึกษา (Edu) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 231 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมาคือ กลุ่มระดับปริญญาโท จำนวน 130 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 32.50 กลุ่มระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.25 และกลุ่มระดับปริญญาเอก จำนวน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.50

ในจำนวนตัวอย่างระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 27.27 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 24 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 72.73

Ref. code: 25616004010556XIA

ในจำนวนตัวอย่างระดับปริญญาตรี จำนวน 231 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 183 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 79.12 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 48 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.78

ในจำนวนตัวอย่างระดับปริญญาโท จำนวน 130 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 98 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 75.38 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 32 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.62

ในจำนวนตัวอย่างระดับปริญญาเอก จำนวน 6 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ทั้งหมด

4) อาชีพ (Occ) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 146 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาคือ กลุ่มอาชีพข้าราชการ จำนวน 145 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 36.25 กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 49 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 12.25 กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 45 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 11.25 และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ เช่น งานฟรีแลนซ์ มัคคุเทศน์ และตัวแทนประกัน จำนวน 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.75

ในจำนวนตัวอย่างอาชีพข้าราชการ จำนวน 145 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 117 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 80.69 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 28 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 19.31

ในจำนวนตัวอย่างอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 49 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 33 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 67.25 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 16 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 32.65

ในจำนวนตัวอย่างอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 146 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 119 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 81.51 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 27 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.49

ในจำนวนตัวอย่างอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 45 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 21 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 46.67 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 24 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 53.33

ในจำนวนตัวอย่างอาชีพอื่น ๆ เช่น งานฟรีแลนซ์ มัคคุเทศน์ และตัวแทนประกัน จำนวน 15 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 40 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 60

5) รายได้ต่อเดือน (Sal) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 183 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมาคือ กลุ่มรายได้ต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท จำนวน 77 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 19.25 กลุ่มรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า

Ref. code: 25616004010556XIA

20,000 จำนวน 70 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.50 กลุ่มรายได้ต่อเดือนมากกว่า 80,000 บาท จำนวน 45 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 11.25 และกลุ่มรายได้ต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาท จำนวน 25 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.2

ในจำนวนตัวอย่างรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 จำนวน 70 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 62 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 88.57 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 8 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 11.43

ในจำนวนตัวอย่างรายได้ต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 183 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 137 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 74.86 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 46 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25.14

ในจำนวนตัวอย่างรายได้ต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท จำนวน 77 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 45 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 58.44 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 32 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 41.56

ในจำนวนตัวอย่างรายได้ต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาท จำนวน 25 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 17 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 68 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 8 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 32

ในจำนวนตัวอย่างรายได้ต่อเดือนมากกว่า 80,000 บาท จำนวน 45 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 35 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 77.78 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 10 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 22.22

6) ประเภทรายได้ (Inc) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้จากเงินเดือนหรือค่าจ้างอย่างเดียว จำนวน 275 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีรายได้จากเงินเดือนหรือค่าจ้าง และเงินได้อื่น ๆ จำนวน 122 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.50 และกลุ่มที่มีรายได้จากเงินได้อื่น ๆ จำนวน 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 0.75

ในจำนวนตัวอย่างมีรายได้จากเงินเดือนหรือค่าจ้างอย่างเดียว จำนวน 275 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 218 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 79.27 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 57 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.73

ในจำนวนตัวอย่างมีรายได้จากเงินเดือนหรือค่าจ้างและเงินได้อื่น ๆ จำนวน 122 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 75 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 61.48 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 47 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38.52

ในจำนวนตัวอย่างมีรายได้จากเงินได้อื่น ๆ จำนวน 3 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ทั้งหมด

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 4.3

การใช้บริการยื่นแบบฯ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ปัจจัย	กลุ่มยื่นแบบฯออนไลน์		กลุ่มยื่นแบบกระดาษ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
เพศ (Sex)						
หญิง	196	76.56%	60	23.44%	256	64.00%
ชาย	100	69.44%	44	30.56%	144	36.00%
อายุ (Age)						
ต่ำกว่า 28 ปี	56	93.33%	4	6.67%	60	15.00%
29 - 38 ปี	142	82.56%	30	17.44%	172	43.00%
39 - 46 ปี	63	70.00%	27	30.00%	90	22.50%
47 - 54 ปี	23	46.94%	26	53.06%	49	12.25%
55 ปีขึ้นไป	12	41.38%	17	58.62%	29	7.25%
ระดับการศึกษา (Edu)						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	9	27.27%	24	72.73%	33	8.25%
ปริญญาตรี	183	79.22%	48	20.78%	231	57.75%
ปริญญาโท	98	75.38%	32	24.62%	130	32.50%
ปริญญาเอก	6	100.00%	0	0.00%	6	1.50%
อาชีพ (Occ)						
ข้าราชการ	117	80.69%	28	19.31%	145	36.25%
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	33	67.35%	16	32.65%	49	12.25%
พนักงานเอกชน	119	81.51%	27	18.49%	146	36.50%
ธุรกิจส่วนตัว	21	46.67%	24	53.33%	45	11.25%
อื่น ๆ	6	40.00%	9	60.00%	15	3.75%
รายได้ต่อเดือน (Sal)						
น้อยกว่า 20,000 บาท	62	88.57%	8	11.43%	70	17.50%
20,001 - 40,000 บาท	137	74.86%	46	25.14%	183	45.75%
40,001 - 60,000 บาท	45	58.44%	32	41.56%	77	19.25%
60,001 - 80,000 บาท	17	68.00%	8	32.00%	25	6.25%
มากกว่า 80,000 บาท	35	77.78%	10	22.22%	45	11.25%
ประเภทรายได้ (Inc)						
เงินเดือน/ค่าจ้างอย่างเดียว	218	79.27%	57	20.73%	275	68.75%
เงินเดือน/ค่าจ้าง และเงินได้อื่น ๆ	75	61.48%	47	38.52%	122	30.50%
เงินได้อื่น ๆ	3	100.00%	0	0.00%	3	0.75%

หมายเหตุ. จากการคำนวณโดยผู้ศึกษา.

Ref. code: 25616004010556XIA

4.2.2 พฤติกรรมการใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เป็นผู้ยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74 และเป็นผู้ยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งการวิเคราะห์ในมิติต่าง ๆ ดังแสดงตารางที่ 4.4 มีรายละเอียดดังนี้

1) ช่องทางการยื่นแบบฯ (Via) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างยื่นแบบฯ ผ่านทางเว็บไซต์กรมสรรพากร www.rd.go.th จำนวน 266 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือ กลุ่มยื่นแบบฯ ผ่านสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา (ยื่นแบบฯ กระดาษ) จำนวน 104 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26 และกลุ่มยื่นแบบฯ ผ่านแอพพลิเคชั่น RD SMART TAX จำนวน 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.50

2) ประเภทแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (File) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.91 จำนวน 255 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 63.75 และกลุ่มยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.90 จำนวน 145 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 36.25

ในจำนวนตัวอย่างยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.91 จำนวน 255 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 204 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 80 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 51 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20

ในจำนวนตัวอย่างยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.90 จำนวน 145 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 92 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 63.45 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 53 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 36.55

3) เดือนที่ยื่นแบบฯ (Month) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างยื่นแบบฯ ในเดือนมีนาคม จำนวน 227 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมาคือ กลุ่มยื่นแบบฯ ในเดือนกุมภาพันธ์ จำนวน 100 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25 กลุ่มยื่นแบบฯ ในเดือนมกราคม จำนวน 42 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 10.50 และกลุ่มยื่นแบบฯ ในเดือนเมษายน (ภายในวันที่ 8 ของเดือนเมษายน) จำนวน 31 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.75

ในจำนวนตัวอย่างยื่นแบบฯ ในเดือนมกราคม จำนวน 42 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 71.43 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 12 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28.57

ในจำนวนตัวอย่างยื่นแบบฯ ในเดือนกุมภาพันธ์ จำนวน 100 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 77 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 77 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 23 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23

Ref. code: 25616004010556XIA

ในจำนวนตัวอย่างยื่นแบบฯ ในเดือนมีนาคม จำนวน 227 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 158 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 69.60 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 69 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.40

ในจำนวนตัวอย่างยื่นแบบฯ ในเดือนเมษายน จำนวน 31 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ทั้งหมด เนื่องจากการยื่นแบบฯ ออนไลน์ขยายเวลาการยื่นแบบฯ ออกไปอีก 8 วัน นับจากวันสุดท้ายของการยื่นแบบฯ

4) รูปแบบในการยื่นแบบฯ (Taxby) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างยื่นแบบฯ ด้วยตนเอง จำนวน 332 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 80.50 รองลงมาคือ กลุ่มยื่นแบบฯ โดยครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก จำนวน 54 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.50 และกลุ่มยื่นแบบฯ โดยนายจ้าง จำนวน 24 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6

ในจำนวนตัวอย่างยื่นแบบฯ ด้วยตนเอง จำนวน 332 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 296 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 79.50 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 66 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.50

ในจำนวนตัวอย่างยื่นแบบฯ โดยนายจ้าง จำนวน 24 ตัวอย่าง ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 37.50 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 62.50

ในจำนวนตัวอย่างยื่นแบบฯ โดยครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก จำนวน 54 ตัวอย่าง ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 31 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 57.41 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 23 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 42.59

5) แหล่งข้อมูลวิธียื่นแบบฯ (Ads) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างทราบวิธียื่นแบบฯ จากกรมสรรพากร จำนวน 113 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมาคือ กลุ่มทราบวิธียื่นแบบฯ จากการค้นหาด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 106 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26.50 กลุ่มทราบวิธียื่นแบบฯ จากสถานที่ทำงาน จำนวน 102 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25.50 และกลุ่มทราบวิธียื่นแบบฯ จากครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก จำนวน 79 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ19.75

ในจำนวนตัวอย่างทราบวิธียื่นแบบฯ จากกรมสรรพากร จำนวน 113 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 65 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 57.52 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 48 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 42.48

ในจำนวนตัวอย่างทราบวิธียื่นแบบฯ จากครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก จำนวน 79 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 65 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 82.28 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 14 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.72

Ref. code: 25616004010556XIA

ในจำนวนตัวอย่างทราบวิธียื่นแบบฯ จากสถานที่ทำงาน จำนวน 102 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 72 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 70.59 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 29.41

ในจำนวนตัวอย่างทราบวิธียื่นแบบฯ จากการค้นหาด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 106 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 94 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 88.68 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 12 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 11.32

6) ปริมาณการยื่นแบบฯ กระดาษ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (Paper10) พบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 142 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาคือ กลุ่มเคยยื่นแบบฯ กระดาษ 1 – 3 ครั้ง จำนวน 107 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26.75 กลุ่มเคยยื่นแบบฯ กระดาษ 7 – 10 ครั้ง จำนวน 80 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20 และกลุ่มเคยยื่นแบบฯ กระดาษ 4 – 6 ครั้ง จำนวน 71 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.75

ในจำนวนตัวอย่างไม่เคยยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 142 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ในปัจจุบันทั้งหมด

ในจำนวนตัวอย่างเคยยื่นแบบฯ กระดาษ 1 – 3 ครั้ง จำนวน 107 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 82 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 76.64 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 25 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.36

ในจำนวนตัวอย่างเคยยื่นแบบฯ กระดาษ 4 – 6 ครั้ง จำนวน 71 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 32 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 45.07 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 39 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 54.93

ในจำนวนตัวอย่างเคยยื่นแบบฯ กระดาษ 7 – 10 ครั้ง จำนวน 80 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 40 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 40 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50

7) วัตถุประสงค์ในการใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ (BP) พบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมากลุ่มที่เคยยื่นแบบฯ กระดาษส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่ายื่นแบบฯ กระดาษ เพราะมีเอกสารหลักฐาน จำนวน 143 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 34.62 รองลงมาคือ กลุ่มที่ให้เหตุผลว่ายื่นแบบฯ กระดาษ เพราะมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 128 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.99 กลุ่มที่ให้เหตุผลว่ายื่นแบบฯ กระดาษ เพราะมีความสะดวกรวดเร็ว จำนวน 128 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.99 กลุ่มที่ให้เหตุผลว่ายื่นแบบฯ กระดาษ เพราะมีความปลอดภัยสูง จำนวน 32 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.75 และกลุ่มที่ให้เหตุผลว่ายื่นแบบฯ กระดาษ เพราะเหตุผลอื่น ๆ เช่น ให้เจ้าหน้าที่ช่วยคำนวณภาษียื่นแบบฯ ผ่านบริษัทที่ทำงาน ใกล้บ้าน ไม่รู้การยื่นแบบฯ ออนไลน์ และต้องการข้อมูลเพิ่มเติมในการยื่นแบบฯ จำนวน 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.63

Ref. code: 25616004010556XIA

8) ปริมาณการยื่นแบบฯ ออนไลน์ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (Online10) พบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเคยยื่นแบบฯ ออนไลน์ 1 – 3 ครั้ง จำนวน 131 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมาคือ กลุ่มเคยยื่นแบบฯ ออนไลน์ 4 – 6 ครั้ง จำนวน 103 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25.75 กลุ่มเคยยื่นแบบฯ ออนไลน์ 7 – 10 ครั้ง จำนวน 100 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25 และกลุ่มที่ไม่เคยยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 66 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 16.50

ในจำนวนตัวอย่างไม่เคยยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 66 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ในปัจจุบัน จำนวน 12 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.18 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 54 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 81.82

ในจำนวนตัวอย่างเคยยื่นแบบฯ ออนไลน์ 1 – 3 ครั้ง จำนวน 131 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 110 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 83.97 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 21 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 16.03

ในจำนวนตัวอย่างเคยยื่นแบบฯ ออนไลน์ 4 – 6 ครั้ง จำนวน 100 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 81 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 81 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 19 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 19

ในจำนวนตัวอย่างเคยยื่นแบบฯ ออนไลน์ 7 – 10 ครั้ง จำนวน 103 ตัวอย่าง ได้ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 93 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 90.29 และยังใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ จำนวน 10 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.71

9) วัตถุประสงค์ในการใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (BO) พบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมากลุ่มที่เคยยื่นแบบฯ ออนไลน์ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่ายื่นแบบฯ ออนไลน์ เพราะมีความสะดวกรวดเร็ว จำนวน 317 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 60.38 รองลงมาคือ กลุ่มที่ให้เหตุผลว่ายื่นแบบฯ ออนไลน์ เพราะมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 128 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.99 กลุ่มที่ให้เหตุผลว่ายื่นแบบฯ ออนไลน์ เพราะมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 128 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.99 กลุ่มที่ให้เหตุผลว่ายื่นแบบฯ ออนไลน์ เพราะมีความปลอดภัยสูง จำนวน 32 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.75 และกลุ่มที่ให้เหตุผลว่ายื่นแบบฯ ออนไลน์ เพราะเหตุผลอื่น ๆ เช่น การกรอกแบบได้ง่ายและช่วยในการคำนวณภาษี ประหยัดกระดาษ สะดวกในการอัพโหลดไฟล์เอกสาร และได้คืนภาษีอย่างรวดเร็ว จำนวน 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 0.57

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 4.4

การใช้บริการยื่นแบบฯ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการยื่นแบบฯ

ปัจจัย	กลุ่มยื่นแบบฯ ออนไลน์		กลุ่มยื่นแบบฯ กระดาษ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ปัจจุบันยื่นแบบฯ	296	74.00%	104	26.00%	400	100.00%
ยื่นแบบฯ ผ่านช่องทาง (Via)						
เว็บไซต์กรมสรรพากร	266	100.00%	0	0.00%	266	66.50%
แอพพลิเคชั่น RD SMART TAX	30	100.00%	0	0.00%	30	7.50%
สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา	0	0.00%	104	100.00%	104	26.00%
ประเภทแบบฯ						
ภ.ง.ด.91	204	80.00%	51	20.00%	255	63.75%
ภ.ง.ด.90	92	63.45%	53	36.55%	145	36.25%
เดือนที่ยื่นแบบฯ						
มกราคม	30	71.43%	12	28.57%	42	10.50%
กุมภาพันธ์	77	77.00%	23	23.00%	100	25.00%
มีนาคม	158	69.60%	69	30.40%	227	56.75%
เมษายน	31	100.00%	0	0.00%	31	7.75%
ยื่นแบบฯ โดย						
ตนเอง	256	79.50%	66	20.50%	322	80.50%
นายจ้าง	9	37.50%	15	62.50%	24	6.00%
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	31	57.41%	23	42.59%	54	13.50%
แหล่งข้อมูลวิธียื่นแบบฯ						
กรมสรรพากร	65	57.52%	48	42.48%	113	28.25%
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	65	82.28%	14	17.72%	79	19.75%
สถานที่ทำงาน	72	70.59%	30	29.41%	102	25.50%
ค้นหาด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ต	94	88.68%	12	11.32%	106	26.50%

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 4.4

การใช้บริการยื่นแบบฯ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านพฤติกรรม (ต่อ)

ปัจจัย	กลุ่มยื่นแบบฯ ออนไลน์		กลุ่มยื่นแบบฯ กระดาษ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา เคยยื่นแบบฯ กระดาษที่ผ่านมา						
ไม่เคยยื่นแบบฯ กระดาษ	142	100.00%	0	0.00%	142	35.50%
1 - 3 ครั้ง	82	76.64%	25	23.36%	107	26.75%
4 - 6 ครั้ง	32	45.07%	39	54.93%	71	17.75%
7 - 10 ครั้ง	40	50.00%	40	50.00%	80	20.00%
วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ						
มีความน่าเชื่อถือ	62	48.44%	66	51.56%	128	30.99%
มีเอกสารหลักฐาน	69	48.25%	74	51.75%	143	34.62%
มีความปลอดภัยสูง	14	43.75%	18	56.25%	32	7.75%
มีความสะดวก รวดเร็ว	60	63.16%	35	36.84%	95	23.00%
อื่น ๆ	8	53.33%	7	46.67%	15	3.63%
ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา เคยยื่นแบบฯ ออนไลน์ที่ผ่านมา						
ไม่เคยยื่นแบบฯ ออนไลน์	12	18.18%	54	81.82%	66	16.50%
1 - 3 ครั้ง	110	83.97%	21	16.03%	131	32.75%
4 - 6 ครั้ง	81	81.00%	19	19.00%	100	25.00%
7 - 10 ครั้ง	93	90.29%	10	9.71%	103	25.75%
วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์						
มีความน่าเชื่อถือ	65	84.42%	12	15.58%	77	14.67%
มีเอกสารหลักฐาน	68	86.08%	11	13.92%	79	15.05%
มีความปลอดภัยสูง	43	87.76%	6	12.24%	49	9.33%
มีความสะดวก รวดเร็ว	268	84.54%	49	15.46%	317	60.38%
อื่น ๆ	3	100.00%	0	0.00%	3	0.57%

หมายเหตุ. จากการคำนวณโดยผู้ศึกษา.

Ref. code: 25616004010556XIA

4.2.3 ความคิดเห็นด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

ระดับความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ผ่านทางออนไลน์ ดังแสดงในตารางที่ 4.5

1) การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ (PE) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของประโยชน์ในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบฯ มากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.70 รองลงมาคือ คำนึงถึงความสำคัญของการช่วยให้ชำระภาษีหรือคืนภาษีทำได้รวดเร็วอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.13 และคำนึงถึงความสำคัญของการช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.04 โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของการคาดหวังถึงประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.29

2) การคาดหวังการใช้งานง่าย (EE) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของขั้นตอนการยื่นแบบฯ ที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็วมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ คำนึงถึงความสำคัญของขั้นตอนการยื่นแบบฯ ที่มีความชัดเจนและเข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.09 และคำนึงถึงความสำคัญของความสามารถในการทำความเข้าใจและเรียนรู้การยื่นแบบฯ ได้ด้วยตนเองอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.02 โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของการคาดหวังการใช้งานง่ายอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.14

3) อิทธิพลทางสังคม (SI) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของอิทธิพลของคนรอบข้าง (ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก) มาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.57 และคำนึงถึงความสำคัญของการช่วยเพิ่มภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.54 โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของอิทธิพลทางสังคมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.55

4) สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (FC) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของหลักฐานแสดงการยื่นแบบฯ มาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ คำนึงถึงความสำคัญของการป้องกันความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.96 และคำนึงถึงความสำคัญของการให้คำแนะนำและคู่มือการยื่นแบบฯ อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.66 โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.94

5) ความพึงพอใจ (HM) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของรูปแบบที่ใช้งานง่าย อ่านง่ายของระบบยื่นแบบฯ ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.88 และคำนึงถึงความสำคัญของรูปแบบสวยงาม น่าใช้งานของระบบยื่นแบบฯ อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.84 โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.86

Ref. code: 25616004010556XIA

6) ค่าใช้จ่าย (PV) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.56 และคำนึงถึงความสำคัญของการได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมยื่นแบบล่าช้ามาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.86 โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของค่าใช้จ่ายมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.21

7) ความเคยชิน (HB) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของการยื่นแบบฯ ออนไลน์ต่อเนื่อง 3 ปีมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.33 และคำนึงถึงความสำคัญของการใช้สื่อออนไลน์ในชีวิตประจำวันมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.07 โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความสำคัญของความเคยชินมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.20

ตารางที่ 4.5

ระดับความคิดเห็นต่อการใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ผลการตัดสินใจ
การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ (PE)	4.29	0.716	ส่งผลมากที่สุด
การยื่นแบบฯ ออนไลน์มีประโยชน์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการยื่นแบบฯ (เช่น ประหยัดเวลาในการเดินทาง)	4.70	0.640	ส่งผลมากที่สุด
การยื่นแบบฯ ออนไลน์ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบฯ (เช่น ไม่ต้องพกเงินสด)	4.04	1.013	ส่งผลมาก
การยื่นแบบฯ ออนไลน์ช่วยให้การชำระภาษี/คืนภาษีสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	4.13	0.969	ส่งผลมาก
การคาดหวังการใช้งานง่าย (Effort Expectancy)	4.14	0.766	ส่งผลมาก
ขั้นตอนการยื่นแบบฯ ออนไลน์มีความชัดเจน และเข้าใจง่าย	4.09	0.868	ส่งผลมาก
ขั้นตอนการยื่นแบบฯ ออนไลน์สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	4.31	0.800	ส่งผลมากที่สุด
สามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้การยื่นแบบฯ ออนไลน์ได้ด้วยตนเอง	4.02	0.891	ส่งผลมาก
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	3.55	1.136	ส่งผลมาก
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก มีอิทธิพลทำให้เลือกยื่นแบบฯ ออนไลน์	3.57	1.226	ส่งผลมาก
การยื่นแบบฯ ออนไลน์ช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ของท่าน (เช่น ดูเป็นคนยุคใหม่ก้าวทันเทคโนโลยี)	3.54	1.218	ส่งผลมาก

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 4.5

ระดับความคิดเห็นต่อการใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ผลการตัดสินใจ
สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (Facilitating Condition)	3.94	0.739	ส่งผลมาก
กรมสรรพากรมีการให้คำแนะนำและคู่มือการยื่นแบบฯ ออนไลน์ที่เหมาะสม	3.66	1.004	ส่งผลมาก
การยื่นแบบฯ ออนไลน์มีการป้องกันความปลอดภัย (เช่น การเข้ารหัสก่อนใช้งาน)	3.96	0.838	ส่งผลมาก
ความพึงพอใจ (Hedonic Motivation)	3.86	0.753	ส่งผลมาก
เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่น มีรูปแบบสวยงาม น่าใช้งาน	3.84	0.795	ส่งผลมาก
เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่น มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย อ่านง่าย	3.88	0.803	ส่งผลมาก
ค่าใช้จ่าย (Price Value)	4.21	0.791	ส่งผลมากที่สุด
การยื่นแบบฯ ออนไลน์ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	4.56	0.779	ส่งผลมากที่สุด
การยื่นแบบฯ ออนไลน์ทำให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมยื่นแบบล่าช้า	3.86	1.140	ส่งผลมาก
ความเคยชิน (Habit)	4.20	0.781	ส่งผลมาก
หากยื่นแบบฯ ออนไลน์ต่อเนื่อง 3 ปี จะทำให้อยากยื่นแบบฯ ออนไลน์ต่อเนื่องไปอีก	4.33	0.822	ส่งผลมากที่สุด
การใช้เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่นอื่นในชีวิตประจำวัน จะทำให้ท่านอยากยื่นแบบฯ ออนไลน์ (เช่น การโอนเงินผ่าน Internet banking, การซื้อสินค้าออนไลน์)	4.07	0.949	ส่งผลมาก

หมายเหตุ. จากการคำนวณโดยผู้ศึกษา.

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.3.1 ผลทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ (t-test และ One-way ANOVA)

จากสมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทรายได้ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ดังแสดงในตารางที่ 4.6 ดังนี้

Ref. code: 25616004010556XIA

1) เพศ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.134 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีเพศต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) อายุ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีอายุต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงตรวจสอบว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยใช้วิธีจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons Test) ด้วยค่าสถิติ LSD สรุปได้ว่า กลุ่มที่มีอายุ 19 – 46 ปี มีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 47 ปีขึ้นไป และกลุ่มที่มีอายุ 47 – 54 ปี มีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ส่วนกลุ่มที่มีอายุอื่นไม่แตกต่างกัน

3) ระดับการศึกษา พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงตรวจสอบว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยใช้วิธีจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons Test) ด้วยค่าสถิติ LSD สรุปได้ว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ส่วนกลุ่มที่มีระดับการศึกษาอื่นไม่แตกต่างกัน

4) อาชีพ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีอาชีพต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงตรวจสอบว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยใช้วิธีจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons Test) ด้วยค่าสถิติ LSD สรุปได้ว่า 1.กลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์น้อยกว่าพนักงานเอกชน แต่มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่น ๆ 2.กลุ่มที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานเอกชนมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์มากกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่น ๆ และ 3.ส่วนกลุ่มที่มีอาชีพอื่นไม่แตกต่างกัน

5) รายได้ต่อเดือน พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงตรวจสอบว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยใช้วิธีจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons Test) ด้วยค่าสถิติ LSD สรุปได้ว่า 1.กลุ่มที่มี

Ref. code: 25616004010556XIA

รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาทมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 60,000 บาท 2.กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาทมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์น้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 80,000 ขึ้นไป และ 3.ส่วนกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนอื่นไม่แตกต่างกัน

6) ประเภทรายได้ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีประเภทรายได้ต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงตรวจสอบว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยใช้วิธีจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons Test) ด้วยค่าสถิติ LSD สรุปได้ว่า กลุ่มที่มีเงินเดือน/ค่าจ้างอย่างเดียวมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์มากกว่ากลุ่มที่มีเงินเดือน/ค่าจ้างและเงินได้อื่น ๆ ส่วนกลุ่มที่มีประเภทรายได้อื่นไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกในส่วนนี้โดยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกในลำดับต่อไป

ตารางที่ 4.6

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

เพศ					
ค่า t-test	1.503				
ค่านัยสำคัญ (Sig. 2 tailed)	0.134				
อายุ					
ค่า F-test	24.759				
ค่านัยสำคัญ (Sig. 2 tailed)	0.000				
ผลต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม	ต่ำกว่า 28 ปี	29 – 38 ปี	39 – 46 ปี	47 – 54 ปี	55 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 28 ปี	-	0.019	0.089	0.293*	0.553*
29 – 38 ปี		-	0.070	0.274*	0.534*
39 – 46 ปี			-	0.204*	0.464*
47 – 54 ปี				-	0.260*
55 ปีขึ้นไป					-
ระดับการศึกษา					
ค่า F-test	19.526				
ค่านัยสำคัญ (Sig. 2 tailed)	0.000				

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 4.6

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ (ต่อ)

ผลต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-		-0.433*	-0.461*	-0.545*
ปริญญาตรี			-	-0.028	-0.113
ปริญญาโท				-	-0.085
ปริญญาเอก					-
อาชีพ					
ค่า F-test	30.297				
ค่านัยสำคัญ (Sig. 2 tailed)	0.000				
ผลต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
ข้าราชการ	-	-0.090	-0.110*	0.402*	0.336*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ		-	-0.020	0.493*	0.426*
พนักงานเอกชน			-	0.513*	0.446*
ธุรกิจส่วนตัว				-	-0.067
อื่น ๆ					-
รายได้ต่อเดือน					
ค่า F-test	2.841				
ค่านัยสำคัญ (Sig. 2 tailed)	0.024				
ผลต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม	น้อยกว่า 20,000 บาท	20,001 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 – 80,000 บาท	80,000 บาทขึ้นไป
น้อยกว่า 20,000 บาท	-	0.116*	0.165*	0.117	0.024
20,001 – 40,000 บาท		-	0.049	0.002	-0.092
40,001 – 60,000 บาท			-	-0.048	-0.141*
60,001 – 80,000 บาท				-	-0.093
80,000 บาทขึ้นไป					-
ประเภทรายได้					
ค่า F-test	17.945				
ค่านัยสำคัญ (Sig. 2 tailed)	0.000				
ผลต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม	เงินเดือน/ค่าจ้างอย่างเดียว		เงินเดือน/ค่าจ้างและเงินได้อื่น		เงินได้อื่น ๆ
เงินเดือน/ค่าจ้างอย่างเดียว	-		0.214*		-0.073
เงินเดือน/ค่าจ้าง และเงินได้อื่นๆ			-		-0.287
เงินได้อื่น ๆ					-

หมายเหตุ. จากการคำนวณโดยผู้ศึกษา.

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Ref. code: 25616004010556XIA

จากสมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่ ประเภทแบบแสดงรายการ เดือนที่ยื่นแบบฯ ลักษณะการยื่นแบบฯ และแหล่งข้อมูลวิธียื่นแบบฯ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำแนกตามพฤติกรรมการยื่นแบบฯ ดังแสดงในตารางที่ 4.7 ดังนี้

7) ประเภทแบบฯ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีประเภทแบบฯ ต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้ยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.90 มีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์น้อยกว่าผู้ยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.91

8) เดือนที่ยื่นแบบฯ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.076 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มียื่นแบบฯ ในเดือนที่ต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9) ลักษณะการยื่นแบบฯ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าลักษณะการยื่นแบบฯ ต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงตรวจสอบว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยใช้วิธีจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons Test) ด้วยค่าสถิติ LSD สรุปได้ว่า กลุ่มที่ยื่นแบบฯ ด้วยตนเองมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ มากกว่ากลุ่มที่ยื่นแบบฯ ด้วยลักษณะอื่น ส่วนกลุ่มที่มีลักษณะยื่นแบบฯ อื่นไม่แตกต่างกัน

10) แหล่งข้อมูลการยื่นแบบฯ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่ทราบข้อมูลวิธียื่นแบบฯ ต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงตรวจสอบว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยใช้วิธีจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons Test) ด้วยค่าสถิติ LSD สรุปได้ว่ากลุ่มที่ทราบวิธียื่นแบบฯ จากกรมสรรพากรมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์น้อยกว่ากลุ่มที่ทราบวิธียื่นแบบฯ จากแหล่งอื่น ๆ ส่วนกลุ่มที่ทราบวิธียื่นแบบฯ อื่นไม่แตกต่างกัน

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 4.7

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำแนกตามพฤติกรรมการยื่นแบบฯ

ประเภทแบบฯ				
ค่า t-test	-4.646			
ค่านัยสำคัญ (Sig. 2 tailed)	0.000			
ผลต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม	-0.185			
เดือนที่ยื่นแบบฯ				
ค่า F-test	2.313			
ค่านัยสำคัญ (Sig. 2 tailed)	0.076			
ลักษณะผู้ยื่นแบบฯ				
ค่า F-test	10.226			
ค่านัยสำคัญ (Sig. 2 tailed)	0.000			
ผลต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม	ตนเอง	นายจ้าง	ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	
ตนเอง	-	0.273*	0.138*	
นายจ้าง		-	-0.134	
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก			-	
แหล่งข้อมูลวิธียื่นแบบฯ				
ค่า F-test	16.628			
ค่านัยสำคัญ (Sig. 2 tailed)	0.000			
ผลต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม	กรมสรรพากร	ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	สถานที่ทำงาน	ค้นหาด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ต
กรมสรรพากร	-	-0.243*	-0.230*	-0.281*
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก		-	0.012	-0.038
สถานที่ทำงาน			-	0.050
ค้นหาด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ต				-

หมายเหตุ. จากการคำนวณโดยผู้ศึกษา.

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ดังนี้

1) การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานรายละเอียดในแต่ละข้อของการคาดหวังถึงประสิทธิภาพด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีการคาดหวังถึงประสิทธิภาพต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Ref. code: 25616004010556XIA

2) การคาดหวังการใช้งานง่าย พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานรายละเอียดในแต่ละข้อของการคาดหวังการใช้งานง่ายด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีการคาดหวังการใช้งานง่ายต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) อิทธิพลทางสังคม พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานรายละเอียดในแต่ละข้อของอิทธิพลทางสังคมด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีอิทธิพลทางสังคมต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานรายละเอียดในแต่ละข้อของสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน ด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.042 ,0.001 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5) ความพึงพอใจ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานรายละเอียดในแต่ละข้อของความพึงพอใจ ด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีความพึงพอใจต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6) ค่าใช้จ่าย พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานรายละเอียดในแต่ละข้อของค่าใช้จ่ายด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีค่าใช้จ่ายต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7) ความเคยชิน พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานรายละเอียดในแต่ละข้อของความเคยชินด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีความเคยชินต่างกันมีการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกในส่วนนี้โดยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกในลำดับต่อไป

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 4.8

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยี

รายละเอียด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ			
	ค่าแตกต่างของ Mean	ค่าแตกต่างของ S.D.	ค่า t-test	ค่านัยสำคัญ (Sig. 2 tailed)
การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ (PE)				
ประโยชน์ในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบฯ	0.793	0.143	5.543	0.000
ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบฯ	1.010	0.138	7.305	0.000
ช่วยให้การชำระภาษี/คืนภาษี สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	0.865	0.134	6.452	0.000
การคาดหวังการใช้งานง่าย (EE)				
ขั้นตอนการยื่นแบบฯ ออนไลน์มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	0.948	0.137	6.895	0.000
ขั้นตอนการยื่นแบบฯ ออนไลน์สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	1.055	0.129	8.202	0.000
สามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้การยื่นแบบฯ ออนไลน์ได้ด้วยตนเอง	0.911	0.121	7.520	0.000
อิทธิพลทางสังคม (SI)				
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก มีอิทธิพล	0.622	0.176	3.542	0.000
ช่วยเพิ่มภาพลักษณ์	0.599	0.153	3.905	0.000
สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (FC)				
มีการให้คำแนะนำและคู่มือที่เหมาะสม	0.296	0.145	2.036	0.042
มีการป้องกันความปลอดภัย	0.414	0.120	3.452	0.001
มีหลักฐานแสดงการยื่นแบบฯ	0.666	0.114	5.820	0.000
ความพึงพอใจ (Hedonic Motivation)				
เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่น มีรูปแบบสวยงาม น่าใช้งาน	0.528	0.113	4.694	0.000
เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่น มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย อ่านง่าย	0.617	0.112	5.483	0.000
ค่าใช้จ่าย (Price Value)				
ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	0.694	0.155	4.468	0.000
ทำให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมยื่นแบบล่าช้า	0.618	0.163	3.795	0.000
ยื่นแบบฯ ออนไลน์ต่อเนื่อง 3 ปี	0.904	0.111	8.171	0.000
การใช้เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่นอื่นในชีวิตประจำวัน	0.690	0.134	5.164	0.000

หมายเหตุ. จากการคำนวณโดยผู้ศึกษา.

Ref. code: 25616004010556XIA

4.3.2 ผลวิเคราะห์ความน่าจะเป็นในการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ด้วยวิธีถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis)

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ผ่านทางออนไลน์ของกลุ่มยื่นแบบฯ ออนไลน์ และกลุ่มยื่นแบบฯ กระดาษ โดยใช้วิธี Binary Logistic Regression และประมวลผลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ตามรายละเอียด ดังนี้

4.3.2.1 แบบจำลองการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก

$$Y = \beta_0 + \beta_1 Sex + \beta_2 Age1 + \beta_3 Age2 + \beta_4 Age3 + \beta_5 Age4 + \beta_6 Edu1 + \beta_7 Edu2 + \beta_8 Edu3 + \beta_9 Occ1 + \beta_{10} Occ2 + \beta_{11} Occ3 + \beta_{12} Occ4 + \beta_{13} Sal1 + \beta_{14} Sal2 + \beta_{15} Sal3 + \beta_{16} Sal4 + \beta_{17} Inc1 + \beta_{18} Inc2 + \beta_{19} PE1 + \beta_{20} PE2 + \beta_{21} PE3 + \beta_{22} EE1 + \beta_{23} EE2 + \beta_{24} EE3 + \beta_{25} SI1 + \beta_{26} SI2 + \beta_{27} FC1 + \beta_{28} FC2 + \beta_{29} FC3 + \beta_{30} HM1 + \beta_{31} HM2 + \beta_{32} PV1 + \beta_{33} PV2 + \beta_{34} HB1 + \beta_{35} HB2 \quad (4.1)$$

4.3.2.2 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของสมการโลจิสติก

การตรวจสอบแบบจำลองสมการ 4.1 ในรูป สมการ 3.5 ดังนี้

1) ผลการทดสอบความเหมาะสมของ Hosmer and Lemeshow จะใช้ทดสอบความเหมาะสมแบบจำลอง โดยมีสมมติฐานของการทดสอบ คือ

H_0 : model เหมาะสม

H_1 : model ไม่เหมาะสม

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ค่าสถิติทดสอบ Chi-square ได้ค่า Chi-square เท่ากับ 13.137 และค่า Sig. เท่ากับ 0.107 > 0.05 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติหรือยอมรับ H_0 แสดงว่า model มีความเหมาะสม และสรุปได้ว่าสมการถดถอยโลจิสติกที่นำมาใช้ในการทดลองเหมาะสม

ตารางที่ 4.9

ผลการทดสอบความเหมาะสมของสมการพิจารณาจากค่า Chi-square

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	df	Sig.
1	13.137	8	.107

หมายเหตุ. จากการคำนวณโดยผู้ศึกษา.

Ref. code: 25616004010556XIA

2) ผลการทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองด้วยการพิจารณาจากค่า R^2 ของ Nagelkerke เป็นค่า R^2 เทียม (Pseudo R^2) ซึ่งเป็นค่าเปอร์เซ็นต์ที่สามารถอธิบายความผันแปรในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่า Nagelkerke R^2 เท่ากับ 0.802 กล่าวได้ว่าเมื่อคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ที่สามารถอธิบายความผันแปรในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกได้ 80.20%

ตารางที่ 4.10

ผลการทดสอบความแม่นยำของสมการพิจารณาจากค่า Nagelkerke R^2

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	87.067[a]	.442	.802

หมายเหตุ. จากการคำนวณโดยผู้ศึกษา.

3) ผลการทดสอบความเชื่อถือได้ของสมการถดถอยโลจิสติก จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ยื่นแบบฯ ออนไลน์เลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 345 คน (Step 0) แต่เมื่อนำตัวแปรเข้าสมการและแยกกลุ่มโดยใช้จุดตัด 0.5 แล้ว คำทำนายของผู้ยื่นแบบฯ ออนไลน์เลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ เท่ากับ 339 คน (Step 1) การทำนายจึงถูกต้องร้อยละ 98.30 ในขณะที่ผู้ยื่นแบบฯ กระดาษเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 55 คน (Step 0) แต่คำทำนายพบว่าผู้ยื่นแบบฯ กระดาษ เลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ เท่ากับ 7 คน ดังนั้น ทำนายถูกต้องร้อยละ 87.30 โดยในภาพรวมมีการทำนายถูกต้อง ร้อยละ 96.80

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 4.11

ผลการทดสอบความเชื่อถือได้ของสมการพิจารณาจาก Classification table

1. ยังไม่มีการนำตัวแปรอิสระเข้าสมการ (Step 0)				
Observed		Predicted		
		เลือกใช้บริการยื่นแบบฯ		Percentage Correct
		กระดาษ	ออนไลน์	
เลือกใช้บริการยื่นแบบฯ	กระดาษ	0	55	.0
	ออนไลน์	0	345	100.0
Overall Percentage				86.3
2. นำตัวแปรอิสระเข้าสมการ (Step1)				
เลือกใช้บริการยื่นแบบฯ	กระดาษ	48	7	87.3
	ออนไลน์	6	339	98.3
Overall Percentage				96.8

หมายเหตุ. จากการคำนวณโดยผู้ศึกษา.

4.3.2.3 ผลการทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์ถดถอยโลจิสติก

ผลการทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์ถดถอยโลจิสติกของตัวแปรทำนายแต่ละตัว ด้วยสถิติทดสอบของวอลด์ (Wald statistic) โดยเป็นการทดสอบสมมติฐาน 1 ถึง 8 ดังนี้

H_0: ตัวแปรอิสระไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของ Odds Ratio

หรือ H_0: $\beta_i = 0$; i = 1, 2, ..., p

H_1: มี $\beta_i \neq 0$

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบค่านัยสำคัญ (Sig.) ของค่าสัมประสิทธิ์ในสมการพบว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

1) อายุ (Age) พบว่า มีปัจจัยด้านอายุ ในช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เมื่อผู้ยื่นแบบฯ มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ก็ยิ่งมีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์ลดลง 0.009 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ยื่นแบบที่มีอายุ 19 – 28 ปี

Ref. code: 25616004010556XIA

2) ระดับการศึกษา (Edu) พบว่า มีปัจจัยด้านระดับการศึกษา ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโท มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เมื่อผู้ยื่นแบบฯ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโทก็ยิ่งมีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์มากขึ้น 21.849 และ 27.593 เท่า ตามลำดับ เมื่อเทียบกับผู้ยื่นแบบที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

3) ประเภทรายได้ (Inc) พบว่า มีปัจจัยด้านประเภทรายได้ที่มีเงินเดือนหรือค่าจ้างและเงินได้อื่น ๆ มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เมื่อผู้ยื่นแบบฯ มีเงินเดือนหรือค่าจ้างและเงินได้อื่น ๆ ก็ยิ่งมีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์ลดลง 0.124 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ยื่นแบบฯ ที่มีเงินเดือนหรือค่าจ้างอย่างเดียว

4) การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ (PE) พบว่า มีปัจจัยการคาดหวังถึงประสิทธิภาพจำนวน 2 ข้อ คือ ประโยชน์ในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบฯ และประโยชน์ในการช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบฯ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เมื่อผู้ยื่นแบบฯ เชื่อว่าการยื่นแบบฯ ออนไลน์มีประโยชน์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบฯ มากเท่าไหร่ก็ยิ่งมีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์มากขึ้น 4.060 เท่า และ 5.776 เท่า ตามลำดับ

5) สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (FC) พบว่า มีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนจำนวน 1 ข้อ คือ กรมสรรพากรมีการให้คำแนะนำและคู่มือที่เหมาะสม มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ คำแนะนำและคู่มือการยื่นแบบฯ ออนไลน์ยังไม่มีความเหมาะสมทำให้มีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์ลดลง 0.144 เท่า

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ 4.12

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.)	ค่านัยสำคัญ (Sig.)	ค่า Odds (Exp(B))
1) อายุ (Age)				
อายุ 55 ปีขึ้นไป (Age4)	-4.738	1.856	0.011	0.009
2) ระดับการศึกษา (Edu)			0.041	
ปริญญาตรี (Edu1)	3.084	1.140	0.007	21.849
ปริญญาโท (Edu2)	3.318	1.418	0.019	27.593
3) รายได้ต่อเดือน (Inc)				
เงินเดือน/ค่าจ้าง และเงินได้อื่นๆ (Inc1)	-2.091	1.010	0.038	0.124
4) การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ (PE)				
ประโยชน์ในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบฯ (PE1)	1.401	.632	0.027	4.060
ประโยชน์ในการช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบฯ (PE2)	1.754	.716	0.014	5.776
5) สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (FC)				
มีการให้คำแนะนำและคู่มือที่เหมาะสม (FC1)	-1.938	0.907	0.033	0.144

หมายเหตุ. จากการคำนวณโดยผู้ศึกษา

4.4 อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีส่งผลต่อการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

1) อายุ จากการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ F-test และด้วยวิธีถดถอยโลจิสติก พบว่าผู้ยื่นแบบที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ยิ่งมีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการยื่นแบบฯ ออนไลน์เริ่มให้บริการในช่วงปี 2545 และผู้ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ยังมีความเคยชินกับการยื่นแบบฯ กระดาษ รวมทั้งอาจจะยังไม่เปิดรับการเรียนรู้การใช้งานอินเทอร์เน็ตมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิชานันท์ ชาวนา ศุขจี มูลทองน้อย ชนนิกานต์ นุชประคอง และพรพิมล ศิริโชติอาภรณ์ ที่ผลการศึกษาพบว่าอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ

Ref. code: 25616004010556XIA

แต่ได้ผลตรงกันข้ามกับงานวิจัยของชนนิกานต์ นุชประคอง ที่พบว่าผู้ยื่นแบบฯ อายุมากมีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์มากกว่าผู้ยื่นแบบฯ อายุน้อยกว่า

2) ระดับการศึกษา จากการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ F-test และด้วยวิธีถดถอยโลจิสติก พบว่า ผู้ยื่นแบบฯ ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโทมีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์มากกว่าผู้ยื่นแบบฯ ออนไลน์ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาวิตรี นาคศรีม่วง อุศณี กอจิตตวนิจ และศุขจี มูลทองน้อย ที่พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการปัญหาอุปสรรค และความพึงพอใจในการยื่นแบบฯ ที่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้จบการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลการยื่นแบบฯ และเรียนรู้การยื่นแบบฯ ได้รวดเร็ว

3) ประเภทรายได้ จากการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ F-test และด้วยวิธีถดถอยโลจิสติก พบว่า ผู้ยื่นแบบฯ ที่มีเงินเดือนหรือค่าจ้างเพียงอย่างเดียวมีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์มากกว่าผู้ยื่นแบบฯ ที่มีเงินเดือนหรือค่าจ้างและเงินได้อื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้ที่มีเงินได้ที่หลากหลายต้องกรอกแบบแสดงรายการภาษีอย่างละเอียดจึงทำให้ไม่ค่อยยื่นแบบฯ ออนไลน์ ทั้งนี้ การยื่นแบบฯ ออนไลน์ผ่านแอพพลิเคชั่นยังเปิดให้ยื่นแบบฯ ได้เฉพาะผู้ที่มีค่าจ้างหรือเงินเดือนเพียงอย่างเดียว ซึ่งจากการทบทวนงานวิจัยยังไม่มีงานวิจัยที่นำตัวแปรนี้มาทำการศึกษา

4) ปัจจัยด้านการคาดหวังถึงประสิทธิภาพ จากการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ F-test และด้วยวิธีถดถอยโลจิสติก พบว่า ผู้ยื่นแบบฯ ที่เชื่อว่าปัจจัยด้านการคาดหวังถึงประสิทธิภาพได้แก่ ประโยชน์ในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบฯ และประโยชน์ในการช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบฯ มากเท่าไรยิ่งมีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เมื่อผู้ยื่นแบบฯ รับรู้ถึงประโยชน์ของระบบยื่นแบบฯ ออนไลน์ที่สามารถทำให้การยื่นแบบฯ มีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัยในการยื่นแบบฯ จะทำให้ผู้ยื่นแบบฯ ยอมรับและยื่นแบบฯ ออนไลน์มากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และงานวิจัยเกี่ยวกับทฤษฎี UTAUT2 ของ สิงหะ ฉวีสุข ที่กล่าวว่าปัจจัยด้านการคาดหวังถึงประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำนายการใช้งาน

5) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน จากการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ F-test และด้วยวิธีถดถอยโลจิสติก พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน ได้แก่ กรมสรรพากรมีการให้คำแนะนำและคู่มือที่เหมาะสมมากเท่าไหร่ยิ่งมีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ในปัจจุบันคำแนะนำและคู่มือการยื่นแบบฯ ออนไลน์ยังไม่เหมาะสมจึงทำให้การยื่นแบบฯ ออนไลน์ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒชัย

Ref. code: 25616004010556XIA

นาคสีคร้าม ที่พบว่าผู้ยื่นแบบฯ มีความพึงพอใจในด้านการเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ และความมีน้ำใจน้อยกว่าด้านอื่นที่ศึกษา

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ t-test และ F-test ในด้านพฤติกรรมการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเพิ่มเติมขึ้นมา พบว่า ประเภทแบบฯ ลักษณะการยื่นแบบฯ และแหล่งข้อมูลการยื่นแบบฯ มีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้ยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.90 มีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์น้อยกว่าผู้ยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.91 ซึ่งสอดคล้องกับการทดสอบตัวแปรประเภทรายได้ข้างต้น ส่วนลักษณะการยื่นแบบฯ ที่ยื่นแบบฯ ด้วยตนเองมีผลต่อการยื่นแบบฯ ออนไลน์มากกว่าลักษณะการยื่นแบบฯ อื่น แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลทางสังคมไม่มีผลต่อการยื่นแบบฯ เนื่องจากผู้ยื่นแบบฯ ส่วนใหญ่เชื่อมั่นในการทำธุรกรรม (ยื่นแบบฯ) ด้วยตนเอง รวมทั้งแหล่งข้อมูลการยื่นแบบฯ ที่พบว่าข้อมูลการยื่นแบบฯ ออนไลน์จากสรรพากรทำให้ผู้ยื่นแบบฯ ออนไลน์น้อยกว่าแหล่งข้อมูลอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลแนะนำวิธีการยื่นแบบฯ ออนไลน์ของกรมสรรพากรยังมีความไม่เหมาะสมหรือไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้การยื่นแบบฯ ออนไลน์เป็นไปได้ง่าย

Ref. code: 25616004010556XIA

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ สามารถสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ในกลุ่มผู้มีงานทำในกรุงเทพมหานครที่เคยยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มยื่นแบบฯ ออนไลน์มากกว่ากลุ่มยื่นแบบฯ กระดาษ โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุอยู่ในช่วง 29 – 38 ปี (ช่วงต้นของ Generation Y) มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนและข้าราชการมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท และมีรายได้เป็นเงินเดือนหรือค่าจ้างเพียงอย่างเดียว เมื่อนำไปทดสอบสถิติ t-test/F-test และด้วยวิธี Binary Logistic Regression พบว่า

1) ปัจจัยด้านอายุ ได้แก่ ผู้ยื่นแบบฯ ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ในเชิงลบเมื่อเทียบกับผู้ยื่นแบบฯ ที่มีอายุ 19 – 28 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2) ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ได้แก่ ผู้ยื่นแบบฯ ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและปริญญาโทมีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ในเชิงบวกเมื่อเทียบกับผู้ยื่นแบบฯ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3) ปัจจัยด้านประเภทรายได้ ได้แก่ ผู้ยื่นแบบฯ ที่มีเงินเดือนหรือค่าจ้างและเงินได้อื่นมีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ในเชิงลบเมื่อเทียบกับผู้ยื่นแบบฯ ที่มีเงินเดือนหรือค่าจ้างอย่างเดียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนข้อมูลด้านพฤติกรรมการยื่นแบบฯ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ยื่นแบบฯ ผ่านทางเว็บไซต์กรมสรรพากร โดยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด.91) ด้วยตนเองในช่วงเดือนมีนาคม ซึ่งทราบวิธีการยื่นแบบฯ ออนไลน์จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เช่น กรมสรรพากร ค้นหาด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ต และสถานที่ทำงาน ทั้งนี้ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเคยยื่นแบบฯ ออนไลน์ จำนวน 1 – 3 ครั้ง เนื่องจากการยื่นแบบฯ ออนไลน์มีความ

Ref. code: 25616004010556XIA

สะดวกรวดเร็วในการยื่นแบบฯ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่ส่วนใหญ่เคยยื่นแบบฯ กระดาษจำนวน 1 – 3 ครั้ง และ 7 – 10 ครั้ง เนื่องจากการยื่นแบบฯ กระดาษมีเอกสารหลักฐานและมีความน่าเชื่อถือ เมื่อนำไปทดสอบสถิติ t-test/F-test พบว่า ประเภทแบบฯ ลักษณะการยื่นแบบฯ และแหล่งข้อมูลวิธียื่นแบบฯ ออนไลน์ มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

และในส่วนของความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มยื่นแบบฯ ออนไลน์ และกลุ่มยื่นแบบฯ กระดาษคำนึงความสำคัญของการคาดหวังถึงประสิทธิภาพและค่าใช้จ่ายมีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์มากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ในระดับมาก เมื่อนำไปทดสอบสถิติ F-test และด้วยวิธี Binary Logistic Regression พบว่า

1) ปัจจัยด้านการคาดหวังถึงประสิทธิภาพ ได้แก่ ประโยชน์ในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบฯ และประโยชน์ในการช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบฯ มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน ได้แก่ กรมสรรพากรมีการให้คำแนะนำและคู่มือที่เหมาะสมมีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการพัฒนา โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะด้านบริหาร

ผลจากการศึกษาพบว่าสิ่งที่ควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยการคาดหวังถึงประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน และปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย เพราะการยื่นแบบฯ ผ่านทางออนไลน์เป็นระบบสารสนเทศที่มีประโยชน์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบฯ ทำให้มีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ยื่นแบบฯ ผ่านทางออนไลน์ในปัจจุบันให้ความสำคัญในด้านดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า หากต้องการให้กลุ่มที่ปัจจุบันยื่นแบบฯ กระดาษหันมาใช้บริการยื่นแบบฯ ผ่านออนไลน์ต้องทำการประชาสัมพันธ์เน้นให้เห็นถึงประโยชน์ในด้านดังกล่าวเปรียบเทียบให้ชัดเจนกับการยื่นแบบฯ กระดาษ และมีการเรียบเรียงข้อมูลต่าง ๆ ในมุมมองของผู้ใช้งานมากขึ้น รวมทั้งจัดทำคู่มือแนะนำการใช้งานในมุมมองของผู้ยื่นแบบฯ ที่สามารถตอบโจทย์การยื่นแบบฯ ให้เข้าใจง่ายเผยแพร่ตามสื่อออนไลน์ หน่วยงานต่าง ๆ และตามสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา โดยขอความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ให้ประชาสัมพันธ์ไปยัง

Ref. code: 25616004010556XIA

เจ้าหน้าที่หรือพนักงาน ซึ่งในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคมเป็นช่วงที่มีปริมาณการยื่นแบบฯ เป็นจำนวนมาก การประชาสัมพันธ์ในช่วงนี้ทำให้ผู้ยื่นแบบฯ ไม่ต้องค้นหาวิธีการยื่นแบบฯ ย้อนหลังและง่ายในการเข้าถึงข้อมูล และเป็นการแจ้งเตือนให้ผู้ยื่นแบบฯ มีความกระตือรือร้นในการยื่นแบบฯ มากขึ้น เนื่องจากส่วนใหญ่ยื่นแบบฯ ด้วยตนเองและค้นหาวิธีการยื่นแบบฯ ด้วยตนเอง

5.2.2 ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครนี้ เป็นการศึกษาถึงความแตกต่างของปัจจัยแต่ละด้านของกลุ่มยื่นแบบฯ ออนไลน์ และกลุ่มยื่นแบบฯ กระดาษ การต่อยอดงานวิจัยในอนาคตผู้ศึกษาสามารถพิจารณาในการวิจัยตัวแปรเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น และสามารถนำตัวแปรหรือปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีไปใช้ในการศึกษาในภาษีอื่น ๆ เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ต่อไป

Ref. code: 25616004010556XIA

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร. (2560). *ภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร 2560.*

ยุทธ ไกยวรรณ์ (2557). *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทความวารสาร

มธุรส สำราญ. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้เสียภาษีในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา สำนักงานสรรพากรพื้นที่สระแก้ว. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 2*(1).

วัชรา โสรส. (2558). การประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ กรณีศึกษา การใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ของกรมสรรพากร. *วารสารเศรษฐศาสตร์รามคำแหง, 1*(1).

วันทนีย์ มงคลทรัพย์กุล. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ กรณีศึกษาการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจธ., 39*(1).

สาวิตรี นาคศรีม่วง. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากร ภาค 4. *วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *9*(3), 127-138.

สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง, 1*(1).

วิทยานิพนธ์

ชนนิกานต์ นุชประคอง. (2550). *ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่สรรพากร และผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีผลต่อการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตในจังหวัดเพชรบุรี.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป.

Ref. code: 25616004010556XIA

นิชานันท์ ชาวนา. (2559). *ปัญหาและอุปสรรคของการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 1*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร.

พรพิมล ศิริโชติอาภรณ์. (2551). *เหตุผลการใช้บริการการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต: กรณีศึกษา สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 2.* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป.

พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์. (2559) *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์.* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ.

พิเชษฐ์พล ไทยประสงค์. (2550). *ปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจที่จะชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเตอร์เน็ต*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร.

ศุขจี มูลทองน้อย. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 2*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, สาขาวิชาการบัญชี.

สมพร คำเงิน. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้มีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีที่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป.

สุวัฒชัย นาคสีคร้าม. (2552) *การวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนและความพึงพอใจของการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาและผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.

สืบพงษ์ ปัทมโยธิน. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีออนไลน์ (E filing) สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรม, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี.

Ref. code: 25616004010556XIA

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมสรรพากร. (2560). *แผนปฏิบัติราชการกรมสรรพากร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 - 2563 (Digital RD 2020)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2561, จาก http://download.rd.go.th/fileadmin/download/plan/RD2020.pdf

กรมสรรพากร. (1 มิถุนายน 2561). อธิบดีกรมสรรพากรมอบนโยบายเน้นนำดิจิทัลมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพจัดเก็บภาษีและบริการประชาชน พร้อมตั้งเป้าเป็นกรมสรรพากรดิจิทัลภายในปี 2563 [แถลงข่าวสรรพากร]. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2561, จาก http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/news/news34_2561.pdf

กรมสรรพากร. (กันยายน 2561). *คู่มือภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา*. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2561, จาก http://download.rd.go.th/fileadmin/download/insight_pasi/PersonalIncomeTax.pdf

กระทรวงการคลัง. (29 ตุลาคม 2561). ผลการจัดเก็บรายได้รัฐบาลปีงบประมาณ 2561 [แถลงข่าวกระทรวง]. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2561, จาก http://www.mof.go.th/home/Press_release/News2018/158.pdf

กรมสรรพากร. (5 พฤศจิกายน 2561). อันดับความยาก-ง่ายในการชาระภาษีไทยปี 62 ปรับดีขึ้นมาอยู่ที่อันดับที่ 59 จาก 190 ประเทศ [แถลงข่าวสรรพากร]. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2561, จาก http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/news/news06_2562.pdf

กรมสรรพากร. (29 พฤศจิกายน 2561). สรรพากรประกาศยุทธศาสตร์ D^2RIVE ยกระดับการเก็บภาษีและบริการประชาชนให้ทันสมัย รวดเร็ว และเป็นธรรม [แถลงข่าวสรรพากร]. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2561, จาก http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/news/news09_2562_edit.pdf

กรมสรรพากร. (2562). ผลการจัดเก็บภาษี. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2561, จาก https://www.rd.go.th/publish/310.0.html

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2561). *สรุปผลการสำรวจภาวการณ์ทำงานของประชากร เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2561*. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2561, จาก www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขาแรงงาน/ภาวะการทำงานของประชากร/ภาวะการทำงานของประชากร61/Report_Aug18.pdf

Ref. code: 25616004010556XIA

ภาคผนวก

Ref. code: 25616004010556XIA

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม
เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร โครงการเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยข้อมูลที่ได้นี้จะไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น

2. แบบสอบถามชุดนี้ ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเรื่องการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบถาม

คำนิยาม

1. การยื่นแบบฯ ออนไลน์ หมายถึง การยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ โดยมี 2 ช่องทาง คือ เว็บไซต์กรมสรรพากร และ แอพพลิเคชั่น RD SMART TAX

2. การยื่นแบบฯ กระดาษ หมายถึง การยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา

<u>คำถามคัดกรอง</u>

ท่านเคยยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาหรือไม่

☐ เคยยื่นแบบฯ ☐ ไม่เคยยื่นแบบฯ (จบแบบสอบถาม)

Ref. code: 25616004010556XIA

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความคิดเห็นและข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

1. ปัจจุบันท่านยื่นแบบฯ ด้วยวิธีใด

☐ ออนไลน์ ☐ กระดาษ

2. ท่านใช้บริการยื่นแบบฯ ผ่านช่องทางใด

☐ เว็บไซต์กรมสรรพากร ☐ แอพพลิเคชั่น RD SMART TAX

☐ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา

3. ปัจจุบันท่านยื่นแบบฯ ประเภทใด

☐ ภ.ง.ด.90 ☐ ภ.ง.ด.91

4. ท่านใช้บริการยื่นแบบฯ ในเดือนใด

☐ มกราคม ☐ กุมภาพันธ์

☐ มีนาคม ☐ เมษายน

5. ท่านใช้บริการยื่นแบบฯ โดย

☐ ตนเอง ☐ นายจ้าง ☐ เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก

6. ท่านทราบวิธีการยื่นแบบฯ จากแหล่งใด

☐ กรมสรรพากร ☐ ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก

☐ สถานที่ทำงาน ☐ ค้นหาด้วยตนเองทาง Internet

7. ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา ท่านเคย "ยื่นแบบฯ กระดาษ" กี่ครั้ง

☐ 0 ครั้ง ☐ 1 – 3 ครั้ง ☐ 4 – 6 ครั้ง ☐ 7 – 10 ครั้ง

8. วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการยื่นแบบฯ กระดาษ <u>กรณี</u>ไม่เคยยื่นแบบฯ กระดาษ ข้ามไปตอบข้อถัดไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ มีความน่าเชื่อถือ ☐ มีเอกสารหลักฐาน ☐ มีความปลอดภัยสูง

☐ มีความสะดวก รวดเร็ว ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. แล้วในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ท่านเคย"ยื่นแบบฯ ออนไลน์" กี่ครั้ง

☐ 0 ครั้ง ☐ 1 – 3 ครั้ง ☐ 4 – 6 ครั้ง ☐ 7 – 10 ครั้ง

10.วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ กรณีไม่เคยยื่นแบบฯ ออนไลน์ ข้ามไปตอบข้อถัดไป (ตอบได้มากกว่า **1** ข้อ)

☐ มีความน่าเชื่อถือ ☐ มีเอกสารหลักฐาน ☐ มีความปลอดภัยสูง

☐ มีความสะดวก รวดเร็ว ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเรื่องการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์

คำอธิบาย ขอให้ผู้ที่ยื่นแบบฯ กระดาษ และออนไลน์แสดงความคิดเห็นว่า "ถ้าท่านจะใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ท่านคิดว่าปัจจัยใดเป็นสิ่งที่สำคัญในการใช้บริการดังกล่าว" กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความคิดเห็นและข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

ท่านคิดว่า		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การคาดหวังถึงประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)						
1	การยื่นแบบฯ ออนไลน์มีประโยชน์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการยื่นแบบฯ (เช่น ประหยัดเวลาในการเดินทาง)	5	4	3	2	1
2	การยื่นแบบฯ ออนไลน์ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบฯ (เช่น ไม่ต้องพกเงินสด)	5	4	3	2	1
3	การยื่นแบบฯ ออนไลน์ช่วยให้การชำระภาษี/คืนภาษีสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	5	4	3	2	1
การคาดหวังการใช้งานง่าย (Effort Expectancy)						
4	ขั้นตอนการยื่นแบบฯ ออนไลน์มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1

Ref. code: 25616004010556XIA

ท่านคิดว่า		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5	ขั้นตอนการยื่นแบบฯ ออนไลน์สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	5	4	3	2	1
6	สามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้การยื่นแบบฯ ออนไลน์ได้ด้วยตนเอง	5	4	3	2	1
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)						
7	ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก มีอิทธิพลทำให้เลือกยื่นแบบฯ ออนไลน์	5	4	3	2	1
8	การยื่นแบบฯ ออนไลน์ช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ของท่าน (เช่น ดูเป็นคนยุคใหม่ก้าวทันเทคโนโลยี)	5	4	3	2	1
สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (Facilitating Condition)						
9	กรมสรรพากรมีการให้คำแนะนำและคู่มือการยื่นแบบฯ ออนไลน์ที่เหมาะสม	5	4	3	2	1
10	การยื่นแบบฯ ออนไลน์มีการป้องกันความปลอดภัยที่ดี (เช่น การเข้ารหัสก่อนใช้งาน)	5	4	3	2	1
11	การยื่นแบบฯ ออนไลน์มีหลักฐานแสดงการยื่นแบบฯ	5	4	3	2	1
ความพึงพอใจ (Hedonic Motivation)						
12	เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่น การยื่นแบบฯ ออนไลน์มีรูปแบบที่สวยงาม น่าใช้งาน	5	4	3	2	1
13	เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่นการยื่นแบบฯ ออนไลน์มีรูปแบบการจัดเรียงเนื้อหาอย่างเหมาะสมและอ่านง่าย	5	4	3	2	1
ค่าใช้จ่าย (Price Value)						
14	การยื่นแบบฯ ออนไลน์ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	5	4	3	2	1
15	การยื่นแบบฯ ออนไลน์ทำให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมยื่นแบบฯ ล่าช้า	5	4	3	2	1

Ref. code: 25616004010556XIA

ท่านคิดว่า		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความเคยชิน (Habit)						
16	หากยื่นแบบฯ ออนไลน์ต่อเนื่อง 3 ปี จะทำให้ท่านอยากยื่นแบบฯ ออนไลน์ต่อเนื่องไปอีก	5	4	3	2	1
17	การใช้เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่นอื่นในชีวิตประจำวันจะทำให้ท่านอยากยื่นแบบฯ ออนไลน์ (เช่น การโอนเงินผ่าน Internet banking, การซื้อสินค้าออนไลน์)	5	4	3	2	1

18. ในปีภาษีถัดไป ท่านจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ หรือไม่

☐ ใช้ ☐ ไม่ใช้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความคิดเห็นและข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ .....ปี
3. ระดับการศึกษา
   ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี
   ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก
4. อาชีพ ☐ ข้าราชการ ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานเอกชน
   ☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....
5. รายได้ต่อเดือน
   ☐ น้อยกว่า 20,000 บาท ☐ 20,001 – 40,000 บาท
   ☐ 40,001 – 60,000 บาท ☐ 60,001 – 80,000 บาท
   ☐ 80,001 บาทขึ้นไป
6. ประเภทรายได้
   ☐ เงินเดือน/ค่าจ้างอย่างเดียว ☐ เงินเดือน/ค่าจ้าง และเงินได้อื่น ๆ
   ☐ เงินได้อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

Ref. code: 25616004010556XIA

ภาคผนวก ข

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ (t-test และ One-way ANOVA)

ตารางที่ ข1

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (T–test)

Group Statistics

	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์	หญิง	256	.88	.322	.020
	ชาย	144	.83	.380	.032

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์	Equal variances assumed	9.657	.002	1.574	398	.116	.056	.036	-.014	.127
	Equal variances not assumed			1.503	258.344	.134	.056	.038	-.017	.130

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข2

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One-way ANOVA)

Descriptives

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่า 28 ปี	60	.97	.181	.023	.92	1.01	0	1
29 - 38 ปี	172	.95	.223	.017	.91	.98	0	1
39 - 46 ปี	90	.88	.329	.035	.81	.95	0	1
47 - 54 ปี	49	.67	.474	.068	.54	.81	0	1
55 ปีขึ้นไป	29	.41	.501	.093	.22	.60	0	1
Total	400	.86	.345	.017	.83	.90	0	1

Test of Homogeneity of Variances

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
50.857	4	395	.000

ANOVA

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	9.510	4	2.377	24.759	.000
Within Groups	37.928	395	.096		
Total	47.438	399			

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข2

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One-way ANOVA) (ต่อ)

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ต่ำกว่า 28 ปี	29 - 38 ปี	.019	.046	.683	-.07	.11
	39 - 46 ปี	.089	.052	.086	-.01	.19
	47 - 54 ปี	.293*	.060	.000	.18	.41
	55 ปีขึ้นไป	.553*	.070	.000	.42	.69
29 - 38 ปี	ต่ำกว่า 28 ปี	-.019	.046	.683	-.11	.07
	39 - 46 ปี	.070	.040	.084	-.01	.15
	47 - 54 ปี	.274*	.050	.000	.18	.37
	55 ปีขึ้นไป	.534*	.062	.000	.41	.66
39 - 46 ปี	ต่ำกว่า 28 ปี	-.089	.052	.086	-.19	.01
	29 - 38 ปี	-.070	.040	.084	-.15	.01
	47 - 54 ปี	.204*	.055	.000	.10	.31
	55 ปีขึ้นไป	.464*	.066	.000	.33	.59
47 - 54 ปี	ต่ำกว่า 28 ปี	-.293*	.060	.000	-.41	-.18
	29 - 38 ปี	-.274*	.050	.000	-.37	-.18
	39 - 46 ปี	-.204*	.055	.000	-.31	-.10
	55 ปีขึ้นไป	.260*	.073	.000	.12	.40
55 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า 28 ปี	-.553*	.070	.000	-.69	-.42
	29 - 38 ปี	-.534*	.062	.000	-.66	-.41
	39 - 46 ปี	-.464*	.066	.000	-.59	-.33
	47 - 54 ปี	-.260*	.073	.000	-.40	-.12

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข3

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA)

Descriptives

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	33	.45	.506	.088	.28	.63	0	1
ปริญญาตรี	231	.89	.317	.021	.85	.93	0	1
ปริญญาโท	130	.92	.279	.025	.87	.96	0	1
ปริญญาเอก	6	1.00	.000	.000	1.00	1.00	1	1
Total	400	.86	.345	.017	.83	.90	0	1

Test of Homogeneity of Variances

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
21.348	3	396	.000

ANOVA

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6.113	3	2.038	19.526	.000
Within Groups	41.325	396	.104		
Total	47.438	399			

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

LSD

(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	-.433*	.060	.000	-.55	-.31
	ปริญญาโท	-.461*	.063	.000	-.58	-.34
	ปริญญาเอก	-.545*	.143	.000	-.83	-.26
ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	.433*	.060	.000	.31	.55
	ปริญญาโท	-.028	.035	.431	-.10	.04
	ปริญญาเอก	-.113	.134	.400	-.38	.15
ปริญญาโท	ต่ำกว่าปริญญาตรี	.461*	.063	.000	.34	.58
	ปริญญาตรี	.028	.035	.431	-.04	.10
	ปริญญาเอก	-.085	.135	.531	-.35	.18
ปริญญาเอก	ต่ำกว่าปริญญาตรี	.545*	.143	.000	.26	.83
	ปริญญาตรี	.113	.134	.400	-.15	.38
	ปริญญาโท	.085	.135	.531	-.18	.35

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข4

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA)

Descriptives

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ข้าราชการ	145	.87	.339	.028	.81	.92	0	1
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	49	.96	.200	.029	.90	1.02	0	1
พนักงานเอกชน	146	.98	.142	.012	.96	1.00	0	1
ธุรกิจส่วนตัว	45	.47	.505	.075	.32	.62	0	1
อื่นๆ	15	.53	.516	.133	.25	.82	0	1
Total	400	.86	.345	.017	.83	.90	0	1

Test of Homogeneity of Variances

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
71.951	4	395	.000

ANOVA

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	11.137	4	2.784	30.297	.000
Within Groups	36.300	395	.092		
Total	47.438	399			

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข4

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA) (ต่อ)

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

LSD

(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.090	.050	.072	-.19	.01
	พนักงานเอกชน	-.110*	.036	.002	-.18	-.04
	ธุรกิจส่วนตัว	.402*	.052	.000	.30	.50
	อื่นๆ	.336*	.082	.000	.17	.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	.090	.050	.072	-.01	.19
	พนักงานเอกชน	-.020	.050	.686	-.12	.08
	ธุรกิจส่วนตัว	.493*	.063	.000	.37	.62
	อื่นๆ	.426*	.089	.000	.25	.60
พนักงานเอกชน	ข้าราชการ	.110*	.036	.002	.04	.18
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.020	.050	.686	-.08	.12
	ธุรกิจส่วนตัว	.513*	.052	.000	.41	.61
	อื่นๆ	.446*	.082	.000	.28	.61
ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ	-.402*	.052	.000	-.50	-.30
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.493*	.063	.000	-.62	-.37
	พนักงานเอกชน	-.513*	.052	.000	-.61	-.41
	อื่นๆ	-.067	.090	.461	-.24	.11
อื่นๆ	ข้าราชการ	-.336*	.082	.000	-.50	-.17
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.426*	.089	.000	-.60	-.25
	พนักงานเอกชน	-.446*	.082	.000	-.61	-.28
	ธุรกิจส่วนตัว	.067	.090	.461	-.11	.24

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข5

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA)

Descriptives

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
น้อยกว่า 20,000 บาท	70	.96	.204	.024	.91	1.01	0	1
20,001 - 40,000 บาท	183	.84	.366	.027	.79	.89	0	1
40,001 - 60,000 บาท	77	.79	.408	.047	.70	.88	0	1
60,001 - 80,000 บาท	25	.84	.374	.075	.69	.99	0	1
มากกว่า 80,000 บาท	45	.93	.252	.038	.86	1.01	0	1
Total	400	.86	.345	.017	.83	.90	0	1

Test of Homogeneity of Variances

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
13.952	4	395	.000

ANOVA

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.326	4	.332	2.841	.024
Within Groups	46.111	395	.117		
Total	47.438	399			

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข5

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA) (ต่อ)

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

LSD

(I) รายได้ต่อเดือน	(J) รายได้ต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
น้อยกว่า 20,000 บาท	20,001 - 40,000 บาท	.116*	.048	.017	.02	.21
	40,001 - 60,000 บาท	.165*	.056	.004	.05	.28
	60,001 - 80,000 บาท	.117	.080	.142	-.04	.27
	มากกว่า 80,000 บาท	.024	.065	.716	-.10	.15
20,001 - 40,000 บาท	น้อยกว่า 20,000 บาท	-.116*	.048	.017	-.21	-.02
	40,001 - 60,000 บาท	.049	.046	.289	-.04	.14
	60,001 - 80,000 บาท	.002	.073	.983	-.14	.14
	มากกว่า 80,000 บาท	-.092	.057	.107	-.20	.02
40,001 - 60,000 บาท	น้อยกว่า 20,000 บาท	-.165*	.056	.004	-.28	-.05
	20,001 - 40,000 บาท	-.049	.046	.289	-.14	.04
	60,001 - 80,000 บาท	-.048	.079	.544	-.20	.11
	มากกว่า 80,000 บาท	-.141*	.064	.028	-.27	-.02
60,001 - 80,000 บาท	น้อยกว่า 20,000 บาท	-.117	.080	.142	-.27	.04
	20,001 - 40,000 บาท	-.002	.073	.983	-.14	.14
	40,001 - 60,000 บาท	.048	.079	.544	-.11	.20
	มากกว่า 80,000 บาท	-.093	.085	.274	-.26	.07
มากกว่า 80,000 บาท	น้อยกว่า 20,000 บาท	-.024	.065	.716	-.15	.10
	20,001 - 40,000 บาท	.092	.057	.107	-.02	.20
	40,001 - 60,000 บาท	.141*	.064	.028	.02	.27
	60,001 - 80,000 บาท	.093	.085	.274	-.07	.26

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ตารางที่ ข6

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านประเภทรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA)

Descriptives

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
เงินเดือน/ค่าจ้างอย่างเดียว	275	.93	.260	.016	.90	.96	0	1
เงินเดือน/ค่าจ้าง และเงินได้อื่น ๆ	122	.71	.454	.041	.63	.79	0	1
เงินได้อื่น ๆ	3	1.00	.000	.000	1.00	1.00	1	1
Total	400	.86	.345	.017	.83	.90	0	1

Test of Homogeneity of Variances

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
71.385	2	397	.000

ANOVA

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.933	2	1.967	17.945	.000
Within Groups	43.504	397	.110		
Total	47.437	399			

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

LSD

(I) ประเภทรายได้	(J) ประเภทรายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
เงินเดือน/ค่าจ้างอย่างเดียว	เงินเดือน/ค่าจ้าง และเงินได้อื่น ๆ	.214*	.036	.000	.14	.28
	เงินได้อื่น ๆ	-.073	.192	.705	-.45	.31
เงินเดือน/ค่าจ้าง และเงินได้อื่น ๆ	เงินเดือน/ค่าจ้างอย่างเดียว	-.214*	.036	.000	-.28	-.14
	เงินได้อื่น ๆ	-.287	.193	.139	-.67	.09
เงินได้อื่น ๆ	เงินเดือน/ค่าจ้างอย่างเดียว	.073	.192	.705	-.31	.45
	เงินเดือน/ค่าจ้าง และเงินได้อื่น ๆ	.287	.193	.139	-.09	.67

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข7

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านพฤติกรรม (ประเภทแบบฯ) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (T – test)

Group Statistics

	ปัจจุบันท่านยื่นแบบฯ ประเภท	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์	ภ.ง.ด.90	145	.74	.437	.036
	ภ.ง.ด.91	255	.93	.257	.016

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์	Equal variances assumed	120.302	.000	-5.320	398	.000	-.185	.035	-.253	-.116
	Equal variances not assumed			-4.646	201.500	.000	-.185	.040	-.263	-.106

ตารางที่ ข8

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านพฤติกรรม (เดือนที่ยื่นแบบ) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA)

Descriptives

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
มกราคม	41	.88	.331	.052	.77	.98	0	1
กุมภาพันธ์	99	.90	.303	.030	.84	.96	0	1
มีนาคม	226	.83	.379	.025	.78	.88	0	1
เมษายน	34	.97	.171	.029	.91	1.03	0	1
Total	400	.86	.345	.017	.83	.90	0	1

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข8

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านพฤติกรรม (เดือนที่ยื่นแบบ) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA) (ต่อ)

Test of Homogeneity of Variances

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
11.240	3	396	.000

ANOVA

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.817	3	.272	2.313	.076
Within Groups	46.621	396	.118		
Total	47.437	399			

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

LSD

(I) ท่านใช้บริการยื่นแบบฯ ในเดือน	(J) ท่านใช้บริการยื่นแบบฯ ในเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
มกราคม	กุมภาพันธ์	-.021	.064	.743	-.15	.10
	มีนาคม	.051	.058	.385	-.06	.17
	เมษายน	-.093	.080	.246	-.25	.06
กุมภาพันธ์	มกราคม	.021	.064	.743	-.10	.15
	มีนาคม	.072	.041	.084	-.01	.15
	เมษายน	-.072	.068	.294	-.21	.06
มีนาคม	มกราคม	-.051	.058	.385	-.17	.06
	กุมภาพันธ์	-.072	.041	.084	-.15	.01
	เมษายน	-.143*	.063	.024	-.27	-.02
เมษายน	มกราคม	.093	.080	.246	-.06	.25
	กุมภาพันธ์	.072	.068	.294	-.06	.21
	มีนาคม	.143*	.063	.024	.02	.27

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข9

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านพฤติกรรม (ลักษณะผู้ยื่นแบบ) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA)

Descriptives

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ตนเอง	322	.90	.304	.017	.86	.93	0	1
นายจ้าง	24	.63	.495	.101	.42	.83	0	1
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	54	.76	.432	.059	.64	.88	0	1
Total	400	.86	.345	.017	.83	.90	0	1

Test of Homogeneity of Variances

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
27.730	2	397	.000

ANOVA

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.324	2	1.162	10.226	.000
Within Groups	45.113	397	.114		
Total	47.437	399			

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

LSD

(I) ท่านใช้บริการยื่นแบบฯ โดย	(J) ท่านใช้บริการยื่นแบบฯ โดย	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ตนเอง	นายจ้าง	.273*	.071	.000	.13	.41
	ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	.138*	.050	.006	.04	.24
นายจ้าง	ตนเอง	-.273*	.071	.000	-.41	-.13
	ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	-.134	.083	.105	-.30	.03
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	ตนเอง	-.138*	.050	.006	-.24	-.04
	นายจ้าง	.134	.083	.105	-.03	.30

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ตารางที่ ข10

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านพฤติกรรม (แหล่งข้อมูลวิธียื่นแบบ) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA)

Descriptives

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
กรมสรรพากร	113	.68	.468	.044	.59	.77	0	1
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	79	.92	.267	.030	.86	.98	0	1
สถานที่ทำงาน	102	.91	.285	.028	.86	.97	0	1
4	106	.96	.191	.019	.93	1.00	0	1
Total	400	.86	.345	.017	.83	.90	0	1

Test of Homogeneity of Variances

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
68.233	3	396	.000

ANOVA

ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.307	3	1.769	16.628	.000
Within Groups	42.130	396	.106		
Total	47.438	399			

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข10

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านพฤติกรรม (แหล่งข้อมูลวิธียื่นแบบ) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA) (ต่อ)

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์

LSD

(I) ท่านทราบวิธีการยื่นแบบฯ จาก	(J) ท่านทราบวิธีการยื่นแบบฯ จาก	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
กรมสรรพากร	ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	-.243*	.048	.000	-.34	-.15
	สถานที่ทำงาน	-.230*	.045	.000	-.32	-.14
	4	-.281*	.044	.000	-.37	-.19
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	กรมสรรพากร	.243*	.048	.000	.15	.34
	สถานที่ทำงาน	.012	.049	.802	-.08	.11
	4	-.038	.048	.431	-.13	.06
สถานที่ทำงาน	กรมสรรพากร	.230*	.045	.000	.14	.32
	ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	-.012	.049	.802	-.11	.08
	4	-.050	.045	.265	-.14	.04
4	กรมสรรพากร	.281*	.044	.000	.19	.37
	ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	.038	.048	.431	-.06	.13
	สถานที่ทำงาน	.050	.045	.265	-.04	.14

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข11

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA)

Group Statistics

ในปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
มีประโยชน์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการยื่นแบบฯ	ออนไลน์	345	4.81	.466	.025
	กระดาษ	55	4.02	1.045	.141
ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบฯ	ออนไลน์	345	4.17	.927	.050
	กระดาษ	55	3.16	1.102	.149
ช่วยให้การชำระภาษี/คืนภาษี สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	ออนไลน์	345	4.25	.931	.050
	กระดาษ	55	3.38	.871	.117
ขั้นตอนการยื่นแบบฯ ออนไลน์มีความชัดเจน และเข้าใจง่าย	ออนไลน์	345	4.22	.776	.042
	กระดาษ	55	3.27	.971	.131
ขั้นตอนการยื่นแบบฯ ออนไลน์สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	ออนไลน์	345	4.46	.677	.036
	กระดาษ	55	3.40	.915	.123
สามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้การยื่นแบบฯ ออนไลน์ได้ด้วยตนเอง	ออนไลน์	345	4.15	.831	.045
	กระดาษ	55	3.24	.860	.116
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก มีอิทธิพลทำให้เลือกยื่นแบบฯ ออนไลน์	ออนไลน์	345	3.66	1.212	.065
	กระดาษ	55	3.04	1.186	.160
การยื่นแบบฯ ออนไลน์ช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ของท่าน	ออนไลน์	345	3.62	1.227	.066
	กระดาษ	55	3.02	1.027	.139
กรมสรรพากรให้คำแนะนำและคู่มือการยื่นแบบฯ ออนไลน์ที่เหมาะสม	ออนไลน์	345	3.70	1.022	.055
	กระดาษ	55	3.40	.852	.115
การยื่นแบบฯ ออนไลน์มีการป้องกันความปลอดภัยที่ดี	ออนไลน์	345	4.01	.812	.044
	กระดาษ	55	3.60	.915	.123
การยื่นแบบฯ ออนไลน์มีหลักฐานแสดงการยื่นแบบฯ	ออนไลน์	345	4.28	.770	.041
	กระดาษ	55	3.62	.892	.120
เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่น มีรูปแบบที่สวยงาม น่าใช้งาน	ออนไลน์	345	3.91	.782	.042
	กระดาษ	55	3.38	.733	.099
เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่น มีรูปแบบการจัดเรียงเนื้อหาอย่างเหมาะสม และอ่านง่าย	ออนไลน์	345	3.96	.782	.042
	กระดาษ	55	3.35	.726	.098
ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	ออนไลน์	345	4.66	.664	.036
	กระดาษ	55	3.96	1.122	.151
ทำให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมยื่นแบบฯ ล่าช้า	ออนไลน์	345	3.94	1.108	.060
	กระดาษ	55	3.33	1.203	.162
หากยื่นแบบฯ ออนไลน์ต่อเนื่อง 3 ปี จะทำให้ท่านอยากยื่นแบบฯ ออนไลน์ต่อเนื่องไปอีก	ออนไลน์	345	4.45	.765	.041
	กระดาษ	55	3.55	.741	.100
การใช้เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่นอื่นในชีวิตประจำวันจะทำให้ท่านอยากยื่นแบบฯ ออนไลน์	ออนไลน์	345	4.16	.948	.051
	กระดาษ	55	3.47	.716	.097

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข11

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA) (ต่อ)

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
มีประโยชน์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการยื่นแบบฯ	Equal variances assumed	77.472	.000	9.427	398	.000	.793	.084	.628	.959
	Equal variances not assumed			5.543	57.471	.000	.793	.143	.507	1.080
ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบฯ	Equal variances assumed	2.972	.085	7.305	398	.000	1.010	.138	.738	1.282
	Equal variances not assumed			6.447	66.745	.000	1.010	.157	.697	1.323
ช่วยให้การชำระภาษี/คืนภาษี สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	Equal variances assumed	.053	.818	6.452	398	.000	.865	.134	.601	1.128
	Equal variances not assumed			6.770	75.055	.000	.865	.128	.610	1.119
ขั้นตอนการยื่นแบบฯ ออนไลน์มีความชัดเจน และเข้าใจง่าย	Equal variances assumed	4.893	.028	8.103	398	.000	.948	.117	.718	1.177
	Equal variances not assumed			6.895	65.457	.000	.948	.137	.673	1.222
ขั้นตอนการยื่นแบบฯ ออนไลน์สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	Equal variances assumed	13.158	.000	10.181	398	.000	1.055	.104	.851	1.259
	Equal variances not assumed			8.202	63.756	.000	1.055	.129	.798	1.312
สามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้การยื่นแบบฯ ออนไลน์ได้ด้วยตนเอง	Equal variances assumed	.022	.883	7.520	398	.000	.911	.121	.673	1.150
	Equal variances not assumed			7.334	71.023	.000	.911	.124	.664	1.159
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก มีอิทธิพลทำให้เลือกยื่นแบบฯ ออนไลน์	Equal variances assumed	.671	.413	3.542	398	.000	.622	.176	.277	.967
	Equal variances not assumed			3.599	73.180	.001	.622	.173	.277	.966
การยื่นแบบฯ ออนไลน์ช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ของท่าน	Equal variances assumed	5.767	.017	3.435	398	.001	.599	.174	.256	.942
	Equal variances not assumed			3.905	80.681	.000	.599	.153	.294	.905
กรมสรรพากรให้คำแนะนำและคู่มือการยื่นแบบฯ ออนไลน์ที่เหมาะสม	Equal variances assumed	3.030	.082	2.036	398	.042	.296	.145	.010	.581
	Equal variances not assumed			2.321	80.925	.023	.296	.127	.042	.549

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข11

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA) (ต่อ)

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
การยื่นแบบฯ ออนไลน์มีการป้องกันความปลอดภัยที่ดี	Equal variances assumed	3.760	.053	3.452	398	.001	.414	.120	.178	.651
	Equal variances not assumed			3.167	68.252	.002	.414	.131	.153	.676
การยื่นแบบฯ ออนไลน์มีหลักฐานแสดงการยื่นแบบฯ	Equal variances assumed	1.887	.170	5.820	398	.000	.666	.114	.441	.891
	Equal variances not assumed			5.233	67.451	.000	.666	.127	.412	.920
เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่น มีรูปแบบที่สวยงาม น่าใช้งาน	Equal variances assumed	.002	.963	4.694	398	.000	.528	.113	.307	.750
	Equal variances not assumed			4.920	74.995	.000	.528	.107	.314	.742
เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่น มีรูปแบบการจัดเรียงเนื้อหาอย่างเหมาะสม และอ่านง่าย	Equal variances assumed	.011	.917	5.483	398	.000	.617	.112	.396	.838
	Equal variances not assumed			5.791	75.455	.000	.617	.107	.405	.829
ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	Equal variances assumed	7.939	.005	6.439	398	.000	.694	.108	.482	.906
	Equal variances not assumed			4.468	60.173	.000	.694	.155	.384	1.005
ทำให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมยื่นแบบฯ ล่าช้า	Equal variances assumed	1.396	.238	3.795	398	.000	.618	.163	.298	.938
	Equal variances not assumed			3.575	69.388	.001	.618	.173	.273	.962
หากยื่นแบบฯ ออนไลน์ต่อเนื่อง 3 ปี จะทำให้ท่านอยากยื่นแบบฯ ออนไลน์ต่อเนื่องไปอีก	Equal variances assumed	.013	.911	8.171	398	.000	.904	.111	.686	1.121
	Equal variances not assumed			8.365	73.591	.000	.904	.108	.689	1.119
การใช้เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่นอื่นในชีวิตประจำวัน จะทำให้ท่านอยากยื่นแบบฯ ออนไลน์	Equal variances assumed	2.413	.121	5.164	398	.000	.690	.134	.427	.952
	Equal variances not assumed			6.313	87.268	.000	.690	.109	.472	.907

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข11

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA) (ต่อ)

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
มีประโยชน์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการยื่นแบบฯ	Equal variances assumed	77.472	.000	9.427	398	.000	.793	.084	.628	.959
	Equal variances not assumed			5.543	57.471	.000	.793	.143	.507	1.080
ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบฯ	Equal variances assumed	2.972	.085	7.305	398	.000	1.010	.138	.738	1.282
	Equal variances not assumed			6.447	66.745	.000	1.010	.157	.697	1.323
ช่วยให้การชำระภาษี/คืนภาษี สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	Equal variances assumed	.053	.818	6.452	398	.000	.865	.134	.601	1.128
	Equal variances not assumed			6.770	75.055	.000	.865	.128	.610	1.119
ขั้นตอนการยื่นแบบฯ ออนไลน์มีความชัดเจน และเข้าใจง่าย	Equal variances assumed	4.893	.028	8.103	398	.000	.948	.117	.718	1.177
	Equal variances not assumed			6.895	65.457	.000	.948	.137	.673	1.222
ขั้นตอนการยื่นแบบฯ ออนไลน์สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	Equal variances assumed	13.158	.000	10.181	398	.000	1.055	.104	.851	1.259
	Equal variances not assumed			8.202	63.756	.000	1.055	.129	.798	1.312
สามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้การยื่นแบบฯ ออนไลน์ได้ด้วยตนเอง	Equal variances assumed	.022	.883	7.520	398	.000	.911	.121	.673	1.150
	Equal variances not assumed			7.334	71.023	.000	.911	.124	.664	1.159
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก มีอิทธิพลทำให้เลือกยื่นแบบฯ ออนไลน์	Equal variances assumed	.671	.413	3.542	398	.000	.622	.176	.277	.967
	Equal variances not assumed			3.599	73.180	.001	.622	.173	.277	.966
การยื่นแบบฯ ออนไลน์ช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ของท่าน	Equal variances assumed	5.767	.017	3.435	398	.001	.599	.174	.256	.942
	Equal variances not assumed			3.905	80.681	.000	.599	.153	.294	.905
กรมสรรพากรให้คำแนะนำและคู่มือการยื่นแบบฯ ออนไลน์ที่เหมาะสม	Equal variances assumed	3.030	.082	2.036	398	.042	.296	.145	.010	.581
	Equal variances not assumed			2.321	80.925	.023	.296	.127	.042	.549

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ข11

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ (One – way ANOVA) (ต่อ)

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
การยื่นแบบฯ ออนไลน์มีการป้องกันความปลอดภัยที่ดี	Equal variances assumed	3.760	.053	3.452	398	.001	.414	.120	.178	.651
	Equal variances not assumed			3.167	68.252	.002	.414	.131	.153	.676
การยื่นแบบฯ ออนไลน์มีหลักฐานแสดงการยื่นแบบฯ	Equal variances assumed	1.887	.170	5.820	398	.000	.666	.114	.441	.891
	Equal variances not assumed			5.233	67.451	.000	.666	.127	.412	.920
เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่น มีรูปแบบที่สวยงาม น่าใช้งาน	Equal variances assumed	.002	.963	4.694	398	.000	.528	.113	.307	.750
	Equal variances not assumed			4.920	74.995	.000	.528	.107	.314	.742
เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่น มีรูปแบบการจัดเรียงเนื้อหาอย่างเหมาะสม และอ่านง่าย	Equal variances assumed	.011	.917	5.483	398	.000	.617	.112	.396	.838
	Equal variances not assumed			5.791	75.455	.000	.617	.107	.405	.829
ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	Equal variances assumed	7.939	.005	6.439	398	.000	.694	.108	.482	.906
	Equal variances not assumed			4.468	60.173	.000	.694	.155	.384	1.005
ทำให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมยื่นแบบฯ ล่าช้า	Equal variances assumed	1.396	.238	3.795	398	.000	.618	.163	.298	.938
	Equal variances not assumed			3.575	69.388	.001	.618	.173	.273	.962
หากยื่นแบบฯ ออนไลน์ต่อเนื่อง 3 ปี จะทำให้ท่านอยากยื่นแบบฯ ออนไลน์ต่อเนื่องไปอีก	Equal variances assumed	.013	.911	8.171	398	.000	.904	.111	.686	1.121
	Equal variances not assumed			8.365	73.591	.000	.904	.108	.689	1.119
การใช้เว็บไซต์/แอพพลิเคชั่นอื่นในชีวิตประจำวัน จะทำให้ท่านอยากยื่นแบบฯ ออนไลน์	Equal variances assumed	2.413	.121	5.164	398	.000	.690	.134	.427	.952
	Equal variances not assumed			6.313	87.268	.000	.690	.109	.472	.907

Ref. code: 25616004010556XIA

ภาคผนวก ค
ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก (Binary Logistic Regression)

ตารางที่ ค1

Categorical Variables Codings

			Parameter coding			
		Frequency	(1)	(2)	(3)	(4)
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 20,000 บาท	70	0.000	0.000	0.000	0.000
	20,001 - 40,000 บาท	183	1.000	0.000	0.000	0.000
	40,001 - 60,000 บาท	77	0.000	1.000	0.000	0.000
	60,001 - 80,000 บาท	25	0.000	0.000	1.000	0.000
	มากกว่า 80,000 บาท	45	0.000	0.000	0.000	1.000
อาชีพ	ข้าราชการ	145	0.000	0.000	0.000	0.000
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	49	1.000	0.000	0.000	0.000
	พนักงานเอกชน	146	0.000	1.000	0.000	0.000
	ธุรกิจส่วนตัว	45	0.000	0.000	1.000	0.000
	อื่นๆ	15	0.000	0.000	0.000	1.000
อายุ	ต่ำกว่า 28 ปี	60	0.000	0.000	0.000	0.000
	29 - 38 ปี	172	1.000	0.000	0.000	0.000
	39 - 46 ปี	90	0.000	1.000	0.000	0.000
	47 - 54 ปี	49	0.000	0.000	1.000	0.000
	55 ปีขึ้นไป	29	0.000	0.000	0.000	1.000
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	33	0.000	0.000	0.000	
	ปริญญาตรี	231	1.000	0.000	0.000	
	ปริญญาโท	130	0.000	1.000	0.000	
	ปริญญาเอก	6	0.000	0.000	1.000	
ประเภทรายได้	เงินเดือน/ค่าจ้างอย่างเดียว	275	0.000	0.000		
	เงินเดือน/ค่าจ้าง และเงินได้อื่น ๆ	122	1.000	0.000		
	เงินได้อื่น ๆ	3	0.000	1.000		
เพศ	หญิง	256	0.000			
	ชาย	144	1.000			

ตารางที่ ค2

Iteration History [a,b,c] ของ Step0

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients Constant
Step 0	1	328.078	1.450
	2	320.417	1.791
	3	320.319	1.835
	4	320.319	1.836

a. Constant is included in the model.

b. Initial -2 Log Likelihood: 320.319

c. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ค3

Classification Table[a,b,c] ของ Step0

Observed			Predicted		
			ในปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์		Percentage Correct
			กระดาษ	ออนไลน์	
Step 0	ในปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์	กระดาษ	0	55	0.0
		ออนไลน์	0	345	100.0
	Overall Percentage				86.3

a. Constant is included in the model.

b. The cut value is .500

ตารางที่ ค4

Variables in the Equation ของ Step0

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 0	Constant	1.836	.145	159.944	1	.000	6.273

ตารางที่ ค5

Variables not in the Equation ของ Step0

			Score	df	Sig.
Step 0	Variables	Sex(1)	2.474	1	0.116
		Age	80.186	4	0
		Age(1)	18.459	1	0
		Age(2)	0.229	1	0.633
		Age(3)	16.825	1	0
		Age(4)	53.082	1	0
		Edu	51.545	3	0
		Edu(1)	2.869	1	0.09
		Edu(2)	4.542	1	0.033
		Edu(3)	0.971	1	0.324
		Occ	93.91	4	0
		Occ(1)	4.401	1	0.036
		Occ(2)	26.518	1	0
		Occ(3)	66.99	1	0
		Occ(4)	14.238	1	0
		Sal	11.184	4	0.025
		Sal(1)	1.251	1	0.263
		Sal(2)	3.973	1	0.046
		Sal(3)	0.114	1	0.736
		Sal(4)	2.145	1	0.143

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ค5

Variables not in the Equation ของ Step0

		Score	df	Sig.
	Inc	33.164	2	0
	Inc(1)	33.032	1	0
	Inc(2)	0.482	1	0.488
	PE1	73.014	1	0
	PE2	47.293	1	0
	PE3	37.872	1	0
	EE1	56.647	1	0
	EE2	82.652	1	0
	EE3	49.76	1	0
	SI1	12.222	1	0
	SI2	11.518	1	0.001
	FC1	4.122	1	0.042
	FC2	11.631	1	0.001
	FC3	31.372	1	0
	HM1	20.981	1	0
	HM2	28.095	1	0
	PV1	37.733	1	0
	PV2	13.97	1	0
	HB1	57.463	1	0
	HB2	25.122	1	0
Overall Statistics		227.952	35	0

ตารางที่ ค6

Omnibus Tests of Model Coefficients ของ Step1

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	233.252	35	.000
	Block	233.252	35	.000
	Model	233.252	35	.000

ตารางที่ ค7

Model Summary ของ Step1

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	87.067[a]	.442	.802

a. Estimation terminated at iteration number 20 because maximum iterations has been reached.

Final solution cannot be found.

ตารางที่ ค8

Hosmer and Lemeshow Test ของ Step1

Step	Chi-square	df	Sig.
1	13.137	8	.107

ตารางที่ ค9

Contingency Table for Hosmer and Lemeshow Test ของ Step1

		ในปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ = กระดาษ		ในปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์ = ออนไลน์		
		Observed	Expected	Observed	Expected	Total
Step 1	1	38	37.745	3	3.255	41
	2	16	14.671	24	25.329	40
	3	0	2.105	40	37.895	40
	4	0	.360	40	39.640	40
	5	1	.082	39	39.918	40
	6	0	.024	40	39.976	40
	7	0	.010	40	39.990	40
	8	0	.003	40	39.997	40
	9	0	.001	40	39.999	40
	10	0	.000	39	39.000	39

ตารางที่ ค10

Classification Table[a] ของ Step1

			Predicted		
			ในปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์		Percentage
Observed			กระดาษ	ออนไลน์	Correct
Step 1	ในปีภาษีถัดไปจะเลือกใช้บริการยื่นแบบฯ ออนไลน์	กระดาษ	48	7	87.3
		ออนไลน์	6	339	98.3
	Overall Percentage				96.8

a. The cut value is .500

Ref. code: 25616004010556XIA

ตารางที่ ค11

Variables in the Equation ของ Step1

								95% C.I.for EXP(B)	
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	Lower	Upper
Step 1[a]	Sex (1)	-.058	.842	.005	1	.945	.944	.181	4.913
	Age			12.844	4	.012			
	Age (1)	.013	1.573	.000	1	.993	1.014	.046	22.132
	Age (2)	-1.826	1.533	1.419	1	.234	.161	.008	3.250
	Age (3)	-1.706	1.661	1.055	1	.304	.182	.007	4.712
	Age (4)	-4.738	1.856	6.513	1	.011	.009	.000	.333
	Edu			8.251	3	.041			
	Edu (1)	3.084	1.140	7.323	1	.007	21.849	2.341	203.955
	Edu (2)	3.318	1.418	5.475	1	.019	27.593	1.714	444.295
	Edu (3)	20.677	15286.806	.000	1	.999	954484995.168	0.000	
	Occ			7.000	4	.136			
	Occ (1)	3.659	2.168	2.849	1	.091	38.839	.554	2721.647
	Occ (2)	2.277	1.484	2.356	1	.125	9.748	.532	178.527
	Occ (3)	-1.180	1.042	1.282	1	.258	.307	.040	2.370
	Occ (4)	-2.078	1.303	2.543	1	.111	.125	.010	1.610
	Sal			1.524	4	.822			
	Sal (1)	.947	1.409	.452	1	.501	2.578	.163	40.786
	Sal (2)	-.332	1.426	.054	1	.816	.717	.044	11.739
	Sal (3)	.490	1.815	.073	1	.787	1.633	.047	57.254
	Sal (4)	.919	2.424	.144	1	.705	2.508	.022	290.424
	Inc			4.291	2	.117			
	Inc (1)	-2.091	1.010	4.291	1	.038	.124	.017	.894
	Inc (2)	19.401	19482.936	.000	1	.999	266518890.736	0.000	
	PE1	1.401	.632	4.915	1	.027	4.060	1.176	14.014
	PE2	1.754	.716	6.005	1	.014	5.776	1.421	23.484
	PE3	-.491	.686	.512	1	.474	.612	.160	2.349
	EE1	.702	.834	.710	1	.400	2.019	.394	10.348
	EE2	.632	.787	.645	1	.422	1.882	.403	8.797
	EE3	-.332	.735	.204	1	.652	.718	.170	3.032
	SI1	-.116	.685	.029	1	.866	.891	.232	3.412
	SI2	.446	.713	.391	1	.532	1.561	.386	6.316
	FC1	-1.938	.907	4.570	1	.033	.144	.024	.851
	FC2	-.994	.782	1.614	1	.204	.370	.080	1.715
	FC3	.783	.785	.993	1	.319	2.188	.469	10.199
	HM1	.036	.727	.002	1	.960	1.037	.250	4.306
	HM2	1.315	.813	2.617	1	.106	3.725	.757	18.330
	PV1	.118	.763	.024	1	.877	1.125	.252	5.020
	PV2	.685	.540	1.609	1	.205	1.983	.689	5.712
	HB1	-.432	.731	.348	1	.555	.649	.155	2.724
	HB2	.277	.516	.289	1	.591	1.319	.480	3.624
	Constant	-14.050	4.118	11.640	1	.001	.000		

a. Variable(s) entered on step 1: Sex, Age, Edu, Occ, Sal, Inc, PE1, PE2, PE3, EE1, EE2, EE3, SI1, SI2, FC1, FC2, FC3, HM1, HM2, PV1, PV2, HB1, HB2.

Ref. code: 25616004010556XIA

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวอาริศรา นนทะคุณ
วันเดือนปีเกิด	2 มกราคม 2535
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2557: วิทยาศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ตำแหน่ง	นักวิชาการภาษีปฏิบัติการ สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 6

ผลงานทางวิชาการ

อาริศรา นนทะคุณ. (2558). เจาะลึกภาษีมูลค่าเพิ่มช่วงน้ำมันขาลง. *วารสารการเงินการคลัง, 27*(83), 59–63.

ประสบการณ์ทำงาน	2559 – ปัจจุบัน นักวิชาการภาษีปฏิบัติการ สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 6 2557 – 2559 เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานโครงการ สำนักนโยบายการคลัง สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

Ref. code: 25616004010556XIA