



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษี  
เงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม



โดย  
นางสาวอณิศยามา บุญรอด

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2560  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของ  
ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2560  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO REFUND PERSONAL INCOME TAX VIA  
PROMPTPAY OF PERSONAL INCOME TAXPAYERS FILING TAX RETURN  
THROUGH THE INTERNET IN NAKHON PATHOM PROVINCE



By

MISS Anassayapa BOONROD

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
PROGRAM)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2017

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม
โดย	อณัศยามา บุญรอด
สาขาวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร. ประสพชัย พสุนนท์

---

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ  
(ดร. ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ )

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ประสพชัย พสุนนท์ )

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก  
(ดร. ศิรินุช อินละคร )

59602327 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา, บริการพร้อมเพย์, การยอมรับเทคโนโลยี, การรับรู้ความเสี่ยง, ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน

นางสาว อณัศยามา บุญรอด: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร. ประสพชัย พสุนนท์

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ 2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน 3) เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ 4) เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะกระบวนการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตที่อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบไคสแควร์ และเครเมอร์วี สถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อปีน้อยกว่า 240,001 บาท รับรู้ข่าวสารเกี่ยวภาษีผ่านช่องทางเว็บไซต์ของกรมสรรพากร และเคยมีประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 2) ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน และด้านการรับรู้ความเสี่ยง ตามลำดับ 3) ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ ระดับรายได้ ประสบการณ์การขอคืนภาษี มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ 4) ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์กัน และ 5) ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายจากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

59602327 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)

Keyword : PERSONAL INCOME TAX REFUND, PROMTPAY SERVICES, TECHNOLOGY ACCEPTANCE, PERCEIVED RISK, TRUST

MISS ANASSAYAPA BOONROD : FACTORS AFFECTING THE DECISION TO REFUND PERSONAL INCOME TAX VIA PROMPTPAY OF PERSONAL INCOME TAXPAYERS FILING TAX RETURN THROUGH THE INTERNET IN NAKHON PATHOM PROVINCE THESIS ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR PRASOPCHAI PASUNON, Ph.D.

This research aims to 1) analyze the relationship of taxpayers' decision to choose PromptPay to get their tax refund and demographic data of participants, 2) analyze the relationship between users' perception about electronics commerce in aspects of technology adoption, namely risk taking and users' trust perception, 3) study about factors affecting users' awareness of e-Commerce which influences them to choose PromptPay to refund their personal income tax and 4) investigate some problems and suggestions of personal income tax refunding process via PromptPay. Four hundred of personal income taxpayers filing tax return through the internet in Nakhon Pathom province are were selected as the sample group. The questionnaire based from technology adoption theory was used to collect data. Then, all data were analyzed by descriptive statistics (frequency, percentage, mean and standard deviation), Chi-square test, Cramer's V, Pearson correlation coefficient and Logistics regression with statistical significance of 0.05. The results showed that 1) most respondents were female, 21 – 30 years old, held a bachelor's degree, were single, worked in the private enterprises and earned less than 240,001 baht a year. Most of them got information about income tax form the Revenue Department website and they had some experience in refund their personal income tax, 2) in the aspect of technology acceptance, participants were aware of the useful of refunding personal income tax via PromptPay (perceived usefulness) the most, followed by perceived ease of use, perceived risk taking and users' trust, respectively, 3) demographic factors, such as, age, occupation, income and prior experience in refunding personal income tax affected the users' decision making to get their tax refund via PromptPay, 4) there were relationships among perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk taking and users' trust and 5) perceived ease of use, perceived risk taking and users' trust influenced users to choose PromptPay to get personal income tax refund.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ประสพชัย พสุนนท์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ สนับสนุน และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ส่งผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบ ขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาการประกอบการทุกท่านที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ และประสบการณ์อันมีค่ายิ่งแก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร เอกสาร และวิทยานิพนธ์ ทุกเล่ม ที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์

ขอขอบคุณสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ในการสนับสนุนทุนการศึกษาแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณสรรพากร ภาค 6 ในการอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการดำเนินการวิจัย

ขอขอบคุณผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐมและ จังหวัดราชบุรี ที่ให้ความร่วมมืออย่างยิ่งในการเก็บข้อมูลการวิจัย ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการ วิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแต่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจอย่างดียิ่งเสมอมา

อนัญชาภา บุณรอด



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ตัวแปรในการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับภาษีอากรและภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา.....	10
แนวคิดระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment) และ ระบบ บริการพร้อมเพย์ (Promptpay).....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (A technology acceptance model : TAM)..	24
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk).....	29



แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (Trust) .....	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	36
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	40
ระเบียบวิธีวิจัย .....	40
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	41
ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง.....	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	42
การทดสอบเครื่องมือการวิจัย .....	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	45
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	46
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	47
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	50
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ .	54
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน .....	64
ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์.....	70
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	71
สรุปผลการวิจัย.....	72
อภิปรายผลการวิจัย.....	75
ข้อเสนอแนะ .....	79
ภาคผนวก.....	82
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม .....	83
ภาคผนวก ข การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือตามแนวคิดของครอนบาร์ค .....	91

ภาคผนวก ค หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย .....	94
ภาคผนวก ง หนังสืออนุเคราะห์ข้อมูล .....	98
รายการอ้างอิง .....	101
ประวัติผู้เขียน .....	107



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	บัญชีอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา .....	17
ตารางที่ 2	สัดส่วนของขนาดตัวอย่างจากขนาดของประชากร โดยจำแนกตามเขตอำเภอในพื้นที่ จังหวัดนครปฐม.....	42
ตารางที่ 3	จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และระดับรายได้.....	50
ตารางที่ 4	จำนวนและร้อยละด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการ รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา.....	53
ตารางที่ 5	จำนวนและร้อยละด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา.....	54
ตารางที่ 6	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน .....	55
ตารางที่ 7	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าการใช้งาน .....	58
ตารางที่ 8	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยง .....	60
ตารางที่ 9	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน .....	62
ตารางที่ 10	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมแพทย์.....	64
ตารางที่ 11	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	65
ตารางที่ 12	แสดงการทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอยโลจิสติก.....	67
ตารางที่ 13	การพยากรณ์การตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมแพทย์ .....	68

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก โดยคัดเลือกตัวแปรด้วยวิธี Backward Stepwise :  
Conditional..... 68



## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
รูปภาพที่ 2 ลักษณะอัตราภาษี.....	12
รูปภาพที่ 3 ระบบบริการพร้อมเพย์ .....	23
รูปภาพที่ 4 แบบจำลองต้นฉบับของ TAM.....	26
รูปภาพที่ 5 แบบจำลอง TAM 2 - การขยายรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี.....	27



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรมสรรพากรเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่จัดเก็บภาษีเพื่อนำมาพัฒนาประเทศ ซึ่งภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด. 90, ภ.ง.ด. 91) เป็นภาษีประเภทหนึ่งที่กรมสรรพากรต้องดำเนินการจัดเก็บจากผู้มีเงินได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อนำส่งเข้ารัฐทุกปี โดยผู้มีเงินได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายไว้เมื่อการรับเงินได้ต่าง ๆ ทั้งนี้ผู้มีเงินได้มีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการ และคำนวณภาษีตามแบบแสดงรายการภายในเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคมของปีถัดไป และหากมีการชำระไว้เกิน ผู้มีเงินได้สามารถขอคืนภาษีที่ชำระเกินไว้ได้ โดยก่อนปี 2559 กรมสรรพากรจะคืนภาษีที่ชำระเกินไว้ด้วยวิธีการส่งเป็นเช็คธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พร้อมกับหนังสือแจ้งคืนภาษีเงินได้ให้ผู้ขอคืนตามที่อยู่ระบุในแบบฯ ทางไปรษณีย์ ทำให้กรมสรรพากรประสบปัญหาด้านต้นทุนค่าใช้จ่ายของภาครัฐในภาพรวม และระยะเวลาในการจ่ายเช็คคืนภาษีแก่ผู้ขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งพบว่า มีเช็คภาษีส่งไม่ถึงมือผู้รับ/เช็คคืนภาษีสูญหาย โดยที่ผ่านมามีผู้ขอคืนภาษีไม่ได้รับเช็คกว่าแสนฉบับ (กรมสรรพากร, 2560a)

ในปี 2559 รัฐบาลได้ผลักดันให้เกิดระบบพร้อมเพย์ เพื่อตอบโจทย์แนวคิดส่งเสริมด้านเศรษฐกิจดิจิทัล บริการพร้อมเพย์นั้นเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับการโอนเงินและรับเงินที่แตกต่างจากบริการเดิม คือบริการพร้อมเพย์มีความสะดวก รวดเร็ว และลดภาระค่าธรรมเนียมในการโอนเงิน โดยใช้หมายเลขโทรศัพท์และหมายเลขบัตรประชาชนแทนหมายเลขบัญชีธนาคาร

ดังนั้น ตั้งแต่ปี 2560 กรมสรรพากรได้เพิ่มวิธีการคืนภาษีเงินได้ที่ชำระเกินไว้ด้วยการโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการขอคืนภาษีเงินได้ โดยผู้ขอคืนภาษีต้องลงทะเบียนระบบพร้อมเพย์ และเลือกวิธีการขอคืนภาษีผ่านระบบพร้อมเพย์เมื่อยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งการนำระบบพร้อมเพย์มาใช้ในการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแก่ผู้ขอคืนภาษีเงินได้ จะช่วยลดต้นทุน ระยะเวลาและขั้นตอนการดำเนินการ รวมถึงโอกาสเกิดความผิดพลาดหรือการทุจริตที่เกิดจากการจ่ายเช็ค

ปัจจุบันกรมสรรพากรได้พัฒนาระบบการยื่นแบบรายการภาษีสรรพากรผ่านทางอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ยื่นภาษีเงินได้ ในด้านความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย โดยปริมาณการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ในปี 2558 มีการยื่นแบบแสดงรายการจำนวน 9,743,904 รายการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.9 ของการยื่นแบบรายการภาษีสรรพากรทั้งหมด (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2558) ซึ่งเป็นผลมาจากในช่วงที่ผ่านมาพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากการเติบโตของธุรกิจออนไลน์ และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าโดยเฉพาะโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจบริการธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ จึงเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง หรือโมบายแบงก์กิ้ง โดยปริมาณการใช้ธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสองด้านเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในไตรมาสที่ 3 ปี 2559 พบว่า ปริมาณธุรกรรมชำระเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง มีจำนวน 62,625 พันรายการ เมื่อเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน พบว่าปริมาณเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.79 และปริมาณธุรกรรมชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้ง มีจำนวน 162,012 พันรายการ เมื่อเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน พบว่าปริมาณเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 132.03 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

ทั้งนี้ยังมีกลุ่มผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตบางส่วนที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้ผ่านบริการพร้อมเพย์ ซึ่งหากมีการขอคืนภาษีเงินได้ผ่านบริการพร้อมเพย์ จะเป็นอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการได้รับคืนเงินภาษี โดยลดระยะเวลาในการเดินทางนำเงินไปเข้าบัญชีธนาคาร และการช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของภาครัฐในภาพรวมและระยะเวลาในการดำเนินการคืนภาษีด้วยเช็คธนาคารของกรมสรรพากร รวมถึงแก้ปัญหาเรื่องเช็คคืนภาษีส่งไม่ถึงมือผู้รับ หรือปัญหาเช็คสูญหาย ผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยผู้วิจัยหวังว่าผลการวิจัยนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต่อไป เพื่อจูงใจให้ผู้ยื่นภาษีเงินได้ตัดสินใจเลือกการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานต่อระบบการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม
4. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะกระบวนการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์
2. ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยี เกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานมีความสัมพันธ์กัน
3. ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์



## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ดังนี้

### 1. ด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ผ่านการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (A technology acceptance model : TAM) การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (Trust) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2. ด้านพื้นที่และประชากร

2.1 พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เขตพื้นที่ความรับผิดชอบสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 1 และสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 2

2.2 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต

### 3. ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ เริ่มจากเดือนตุลาคม 2560 – พฤษภาคม 2561

### 4. เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

## ตัวแปรในการวิจัย

### 1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ระดับรายได้ต่อปี ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

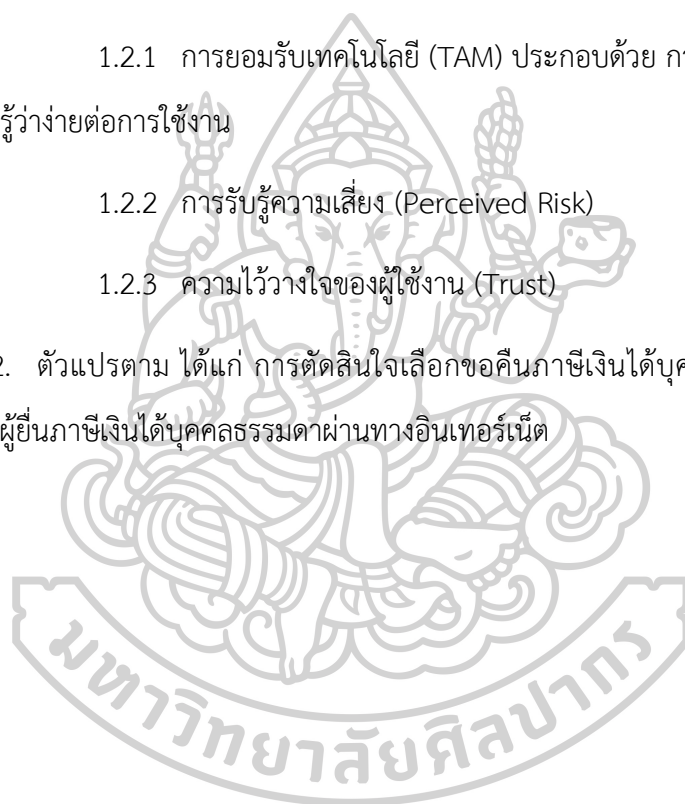
### 1.2 ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่

1.2.1 การยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน

1.2.2 การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)

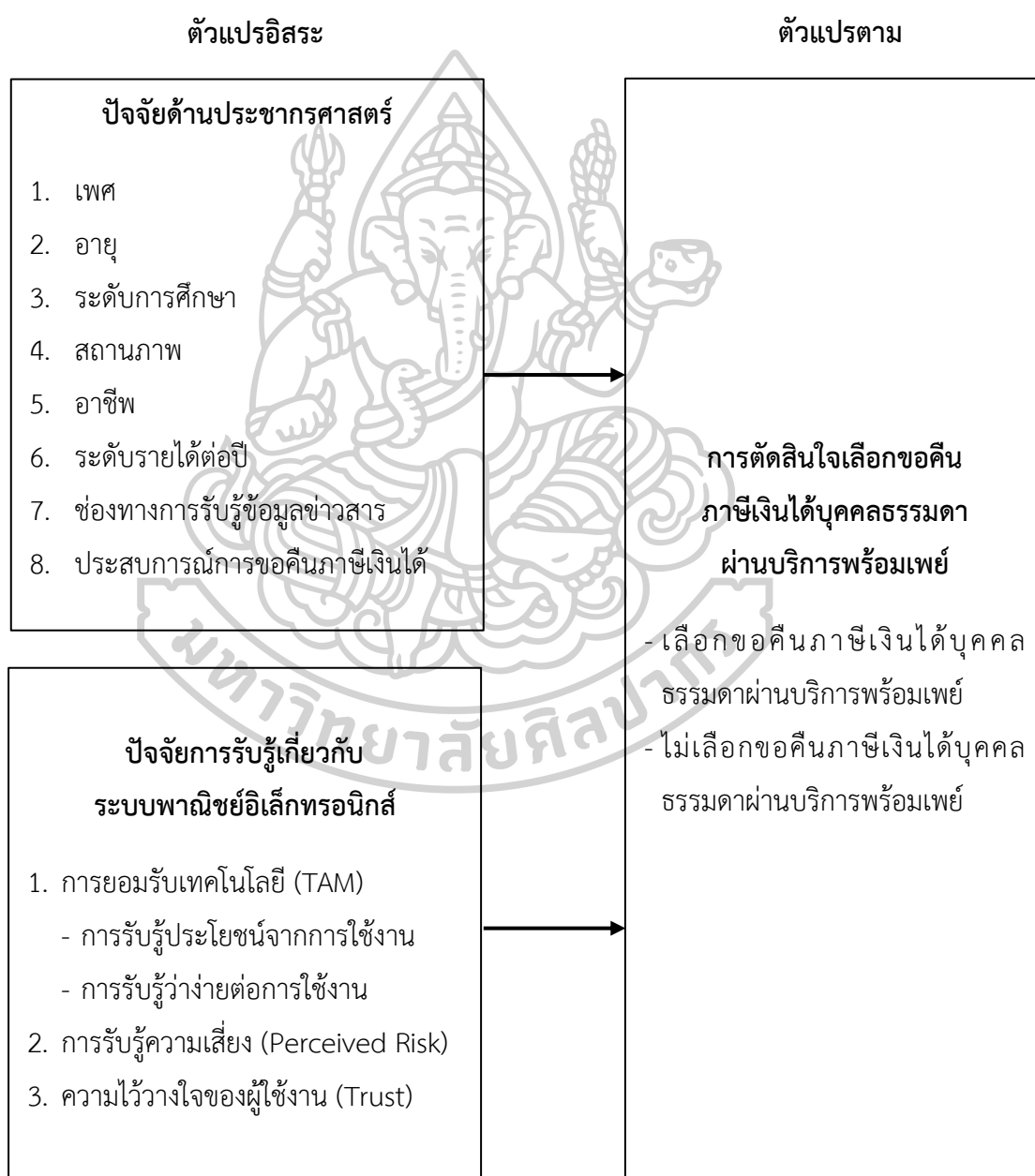
1.2.3 ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (Trust)

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต



## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ได้สร้างจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถกำหนดความสำคัญของตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย ดังรูปภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) สัมประสิทธิ์ครอเมอร์วี (Cramer's V) สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์การตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของกลุ่มตัวอย่าง และนำไปใช้พัฒนาการประชาสัมพันธ์ และระบบการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ เพื่อให้เกิดการยอมรับและเลือกใช้บริการจากผู้ขอคืนภาษีเงินได้บุคคล
2. ทำให้บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยทราบถึงปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล และปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบภาษีอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลไปใช้กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต
3. เพื่อให้ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ได้อย่างถูกต้อง

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา** หมายถึง ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไป หรือจากหน่วยภาษี ที่มีลักษณะพิเศษ ตามที่กฎหมายกำหนดและมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจัดเก็บเป็น รายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใด ๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการตนเองตามแบบแสดง รายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงมีนาคมของปีถัดไป สำหรับผู้มีเงินได้บางกรณีกฎหมาย ยังกำหนดให้ยื่นแบบฯ เสียภาษีตอนครึ่งปี สำหรับรายได้ ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก เพื่อเป็น การบรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระและเงินได้บางกรณี กฎหมายกำหนดให้ ผู้จ่ายทำหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่ายจากเงินได้ที่จ่ายบางส่วน เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้นอีกด้วย

**การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา** หมายถึง การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของ บุคคลที่ได้หักไว้เกินกว่าที่ต้องชำระ

**ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา** หมายถึง ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่ ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีที่ผ่านมาโดยมีสถานะ หนึ่งอย่างใด ได้แก่ บุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีชื่อบุคคล ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษี กองมรดกที่ยัง ไม่ได้แบ่ง วิสาหกิจชุมชน ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เฉพาะที่เป็นห้างหุ้นส่วน สามัญ หรือคณะบุคคลที่มีชื่อบุคคล

**บริการพร้อมเพย์** หมายถึง เป็นบริการทางเลือกใหม่ให้ประชาชน ธุรกิจ และหน่วยงาน ต่าง ๆ ใช้ในการโอนเงินและรับเงิน เป็นบริการเพิ่มจากการโอนเงินแบบเดิม ที่ให้ประชาชนเลือกใช้ได้ และทำให้ผู้ใช้มีความสะดวกมากขึ้นเพราะระบบพร้อมเพย์จะใช้เลขประจำตัวประชาชน หรือ หมายเลขโทรศัพท์มือถือของผู้รับเงินแทนได้ ทำให้สะดวกและง่ายต่อการจดจำ จากเดิมที่ต้องรู้เลขที่ บัญชีเงินฝากธนาคารจึงจะโอนเงินให้ได้

**ปัจจัยที่มีผล** หมายถึง สิ่งที่คาดว่าจะมีผลในการกระตุ้นให้มีการขอคืนภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

**ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์** หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะตัวบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ระดับรายได้ต่อปี ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดา และประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ทักษะด้านบวกต่อกระบวนการของระบบการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ความปลอดภัยของระบบการขอคืนภาษีเงินได้ผ่านบริการพร้อมเพย์ระยะเวลาการได้รับเงินคืน คุณภาพบริการและการให้คำปรึกษา

**การรับรู้ความเสี่ยง** หมายถึง ความไม่แน่นอนจากการรับรู้ข้อมูลที่ผิดพลาด ข้อมูลที่ไม่แสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยของระบบรักษาความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล อาจนำไปสู่การไม่เลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต

**ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน** หมายถึง เป็นทัศนคติ ที่ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มีต่อระบบการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

**การตัดสินใจ** หมายถึง การที่ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตัดสินใจเลือกใช้เลือกคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์แทนการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยเช็คธนาคาร



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้ รวมถึงศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาษีอากรและภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
2. แนวคิดระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment) และระบบบริการพร้อมเพย์ (Promptpay)
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (A technology acceptance model : TAM)
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (Trust)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับภาษีอากรและภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีอากร

#### 1.1 ความหมายของภาษีอากร

ชัยรัตน์ เอี่ยมกุลวัฒน์ (2558) ได้ให้ความหมายของภาษีอากรไว้ว่า ทรัพยากรที่โอนจากภาคเอกชนไปสู่ภาครัฐแบบบังคับตามกฎหมายที่รัฐเรียกเก็บภาษี คือ ประมวลรัษฎากร เพื่อรัฐบาลนำไปใช้จ่ายเพื่อประโยชน์ส่วนรวมของประชาชน โดยผู้มีหน้าที่เสียภาษีอากรไม่จำเป็นต้องได้ประโยชน์ตามทรัพยากรที่จ่าย ซึ่งทรัพยากรที่โอนจากภาคเอกชนไปสู่ภาครัฐ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ทรัพยากรในรูปตัวเงิน และ ทรัพยากรที่ไม่อยู่ในรูปตัวเงิน



ซึ่งการจัดเก็บภาษีอากรมีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับหน้าที่ของภาครัฐ กล่าวคือ เพื่อการจัดสรรทรัพยากรของประเทศให้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพ เพื่อการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม เพื่อการชำระหนี้ซึ่งเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เพื่อการส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

จากความหมายของภาษีอากรและวัตถุประสงค์ของการจัดเก็บภาษีอากร สรุปได้ว่า ภาษีอากรคือทรัพยากรทั้งอยู่ในรูปของตัวเงินและไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน ที่รัฐบาลบังคับเรียกเก็บตามประมวลรัษฎากร โดยรัฐบาลนำรายได้จากการจัดเก็บภาษีอากรไปใช้จ่ายเพื่อประโยชน์ส่วนรวมของประชาชนซึ่งสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของรัฐบาล

## 1.2 ฐานภาษีอากร

บุญธรรม ราชรักษ์ (2540) ได้ให้ความหมายของฐานภาษีว่า สิ่งที่ถูกใช้เป็นฐานในการประเมินภาษีอากร สิ่งที่ใช้เป็นฐานในการจัดเก็บภาษีแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1.2.1 ฐานภาษีอากรที่เกี่ยวกับรายได้ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วถือว่ารายได้เป็นเครื่องมือวัดถึงความสามารถในการเสียภาษีของแต่ละบุคคล เพราะรายได้แสดงถึงอำนาจในการซื้อในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นภาษีที่เรียกเก็บจากกำไรสุทธิของธุรกิจที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล และภาษีเงินได้ปิโตรเลียม

1.2.2 ฐานภาษีอากรที่เกี่ยวกับการบริโภค เป็นการจัดเก็บภาษีอากรจากการใช้จ่ายเพื่อการบริโภค หรือซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการต่าง ๆ ภาษีอากรที่เก็บจากฐานการบริโภค ได้แก่ ภาษีการค้า หรือภาษีขาย ภาษีสรรพสามิต ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสินค้าขาเข้า หรืออากรขาออก

1.2.3 ฐานภาษีอากรที่เกี่ยวข้องทรัพย์สินหรือความมั่นคง เป็นภาษีอากรที่เรียกเก็บจากทรัพย์สินที่ประชาชนสะสมไว้ ซึ่งอาจจะเป็นสินทรัพย์ที่มีตัวตน เช่น ที่ดิน โรงเรือนหรือสิ่งปลูกสร้าง เป็นต้น และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน เช่น เงินฝากธนาคาร พันธบัตร หุ้น เป็นต้น

1.2.4 ฐานอื่น ๆ เป็นภาษีอากรที่เรียกเก็บโดยไม่ได้เพื่่อมุ่งเพื่อรายได้ แต่เพื่อใช้เป็นเครื่องมือเพื่อวัตถุประสงค์บางประการ เช่น การเรียกเก็บภาษีจากชายโสด อายุ 20-60 ปี เพื่อกระตุ้นการเพิ่มขึ้นของประชากร เป็นต้น



จากความหมายของฐานภาษีอากรและประเภทของฐานภาษีอากร สรุปได้ว่า ฐานภาษีอากรคือสิ่งที่สามารถตีมูลค่าได้เพื่อนำมาประเมินภาษีอากร โดยเมื่อคุณฐานภาษีด้วยอัตราภาษีแล้ว จะได้จำนวนเงินภาษีที่ต้องเสียให้แก่รัฐบาล โดยสามารถแบ่งฐานภาษีอากรได้เป็น 4 ประเภท คือ ฐานภาษีอากรที่เกี่ยวกับรายได้ ฐานภาษีอากรที่เกี่ยวกับการบริโภค ฐานภาษีอากรที่เกี่ยวกับทรัพย์สินหรือความมั่นคง และฐานอื่น ๆ

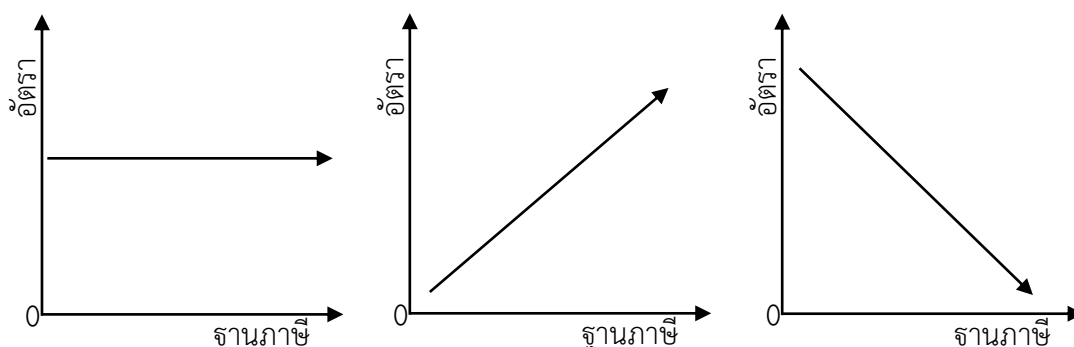
### 1.3 อัตราภาษีอากร

รัฐศักดิ์ พิศุทธางกูร (ม.ป.ป.) ได้ให้ความหมายของอัตราภาษีว่า อัตราที่เรียกเก็บภาษีจากฐานภาษีอากรแต่ละประเภท ผลลัพธ์ที่ได้จะต้องจ่ายให้แก่รัฐบาล โดยอัตราภาษีแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.3.1 อัตราภาษีคงที่หรืออัตราตามสัดส่วน (Proportional rate) เป็นอัตราภาษีประเภทนี้มีค่าที่คงที่ไม่ว่าฐานภาษีจะมากหรือน้อย เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคลที่เรียกเก็บจากบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ในอัตราร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิ ซึ่งไม่ว่ากำไรสุทธิจะเป็นเท่าใด ก็จะเสียภาษีในอัตราที่ร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิ

1.3.2 อัตราก้าวหน้า (Progressive rate) เป็นอัตราภาษีที่เรียกเก็บจะสูงขึ้นเมื่อฐานภาษีมากขึ้น เช่น ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของไทยที่คำนวณจากเงินได้สุทธิ

1.3.3 อัตราถอยหลัง (Regressive rate) เป็นอัตราภาษีที่เรียกเก็บจะลดลงเมื่อฐานภาษีมีขนาดมากขึ้น เช่น อัตราภาษีบำรุงท้องที่ ที่เรียกเก็บจากราคาประเมินของที่ดิน หากราคาประเมินที่ดินยิ่งมาก อัตราภาษีจะน้อยลง ซึ่งอัตรานี้ไม่นิยมใช้ เนื่องจากรัฐบาลมีรายได้ลดลง



รูปภาพที่ 2 ลักษณะอัตราภาษี

ที่มา : รัฐศักดิ์ พิศุทธางกูร (ม.ป.ป.)

#### 1.4 วิธีการจัดเก็บภาษีอากร

โดยทั่วไปแล้วการจัดเก็บภาษีอากรสามารถแบ่งได้เป็น 3 วิธี ดังนี้

1.4.1 การจัดเก็บภาษีโดยการหักภาษี ณ ที่จ่าย (Withholding หรือ Deduction at Source) กฎหมายกำหนดให้บุคคลและนิติบุคคลผู้จ่ายเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 มีหน้าที่หักภาษีเงินได้ไว้ทุกครั้งที่จ่ายเงินได้พึงประเมินและนำส่งรัฐ เงินที่นำส่งนี้ถือเป็นยอดหักออกจากภาษีที่ผู้เสียภาษีจะต้องเสียจริง

1.4.2 การจัดเก็บโดยกำหนดให้ผู้เสียภาษีประเมินตนเอง (Self-assessment) โดยผู้มีหน้าที่เสียภาษีอากรประเมินจากรายได้ที่ตนเองได้รับด้วยวิธีการที่กฎหมายกำหนด และต้องชำระภาษีตามจำนวนที่ประเมินได้ให้แก่รัฐตามสถานที่และระยะเวลาที่กำหนดไว้ วิธีการจัดเก็บภาษีโดยกำหนดให้ผู้เสียภาษีประเมินตนเอง ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล และภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น

1.4.3 การจัดเก็บโดยการประเมินของเจ้าพนักงาน (Authoritative assessment) ผู้เสียภาษีมีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการต่อเจ้าพนักงานผู้จัดเก็บภาษี แต่ยังไม่ต้องเสียภาษีทันทีที่ยื่นแบบแสดงรายการ เมื่อเจ้าพนักงานตรวจสอบรายการเรียบร้อยแล้วจะทำการประเมินภาษี แล้วแจ้งให้ผู้เสียภาษีทราบจำนวนภาษีที่ต้องชำระ เพื่อให้ผู้เสียภาษ้นำเงินไปชำระค่าภาษีอากรภายในระยะเวลาที่กำหนด ภาษีอากรที่ใช้วิธีการจัดเก็บภาษีโดยการประเมินของเจ้าพนักงาน ได้แก่ ภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีโรงเรือนและที่ดิน เป็นต้น

#### 1.5 ลักษณะการจัดเก็บภาษีที่มีประสิทธิภาพ

สุกัญญา ตันธนวัฒน์, อสัมภินพงค์ ฉัตราคม, วรณี จิเจริญ และ อติ ไทยานันท์ (2552) กล่าวว่า ระบบการจัดเก็บภาษีอากรของรัฐบาลที่เหมาะสม จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย แต่หากไม่เหมาะสมจะเกิดการหลีกเลี่ยงภาษีอากร และอาจส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศ

เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม (2552) ได้กล่าวถึงวิวัฒนาการของหลักเกณฑ์ที่ดีในการจัดเก็บภาษี ไว้ดังนี้

1.5.1 หลักความแน่นอน (Certainty) กล่าวคือ กฎหมายที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีอากรทุกประเภทจะต้องมีความแน่นอน และเป็นที่ชัดเจนแก่ผู้มีหน้าที่เสียภาษี

1.5.2 หลักของการประหยัด (Low Compliance and Collection Costs) คือ ผู้เสียภาษีได้รับภาระภาษีอากรน้อยที่สุด และมีต้นทุนในการจัดเก็บต่ำที่สุด ซึ่งรัฐบาลควรจัดเก็บภาษีอากร โดยทำให้รายได้ภาษีที่ได้รับให้ใกล้เคียงกับภาระภาษีที่ผู้เสียภาษีต้องรับภาระให้มากที่สุด

1.5.3 หลักความเสมอภาค (Equity) การจัดเก็บภาษีอากรที่ประสิทธิภาพนั้น จะต้องมีความยุติธรรม จัดเก็บอย่างความเสมอภาคแก่ผู้เสียภาษีทุกคน ซึ่งต้องพิจารณาทั้งความเป็นธรรมเกี่ยวกับภาษีที่จะจัดเก็บและการปฏิบัติการจัดเก็บภาษี

1.5.4 หลักของการยอมรับ (Acceptability) ภาษีอากรทุกชนิดที่จัดเก็บจากประชาชนจะต้องได้รับการยอมรับจากประชาชนส่วนใหญ่ ซึ่งการจัดเก็บภาษีอากรแต่ละประเภทจะทำได้ง่ายขึ้นหากได้รับความร่วมมือจากประชาชน

1.5.5 หลักของการเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ (Enforceability) ภาษีอากรบางอย่างอาจมีเหตุผลที่ดีในทางทฤษฎี แต่อาจเป็นไปได้ยากในทางปฏิบัติ ดังนั้นภาษีอากรทุกประเภทที่จะจัดเก็บจะต้องสามารถทำการบริหารจัดการเก็บภาษีได้ในทางปฏิบัติ

1.5.6 หลักของการทำรายได้ (Productivity) ภาษีอากรที่ดี ต้องสามารถสร้างรายได้ให้แก่รัฐบาล กล่าวคือ รัฐบาลสามารถจัดเก็บภาษีอากรได้มากขึ้น โดยที่ไม่ต้องเพิ่มอัตราภาษีอากรจากภาษีอากรที่มีฐานใหญ่และฐานภาษีที่มีการขยายตัวรวดเร็วตามการเติบโตของระบบเศรษฐกิจ

1.5.7 หลักของการยืดหยุ่น (Flexibility) ภาษีที่ดีควรมีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจได้ หรือเข้ากับการเปลี่ยนแปลงฐานะทางเศรษฐกิจของผู้เสียภาษีได้ง่าย

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

### 2.1 ความหมายของภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่เรียกเก็บโดยตรงจากบุคคลผู้มีเงินได้พึงประเมิน ตามประมวลรัษฎากร เว้นแต่ประมวลรัษฎากรจะบัญญัติยกเว้นไว้โดยเฉพาะ จึงไม่ต้องเสียภาษี การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายกำหนดให้นำรายได้พึงประเมินหักค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อนก่อน ผลลัพธ์ที่ได้คือเงินได้สุทธิและจึงนำมาคำนวณเพื่อเสียภาษีตามอัตราก้าวหน้า

## 2.2 ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ตามประมวลรัษฎากรของไทย กำหนดผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ บุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่ไม่มีสภาพเป็นนิติบุคคล ผู้ที่ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษี กองมรดกที่ยังมิได้แบ่ง และบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วนเข้าเกณฑ์ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (มาตรา 75)

## 2.3 หลักการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

กรมสรรพากร (2560b) ได้แบ่งหลักการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยแบ่งออกเป็น 2 หลักการ คือ

2.3.1 หลักแหล่งเงินได้ (Source Rule) ไม่ว่าผู้มีเงินได้จะอยู่ในประเทศไทยหรือไม่ ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในประเทศไทย เมื่อเงินได้เกิดจากหน้าที่หรือกิจการที่ทำในประเทศไทย หรือกิจการของนายจ้างในประเทศไทยหรือสินทรัพย์อยู่ในประเทศไทย

2.3.2 หลักถิ่นที่อยู่ (Resident Rule) ผู้ที่อยู่ในประเทศไทยรวมกันถึง 180 วัน ในปีภาษีใด และมีเงินได้จากแหล่งเงินได้ในต่างประเทศ เนื่องจากหน้าที่งานหรือกิจการที่ทำในต่างประเทศ หรือเนื่องจากทรัพย์สินที่อยู่ในต่างประเทศ และนำเงินได้เหล่านั้นเข้ามาในประเทศไทยในปีภาษีเดียวกันที่เกิดเงินได้นั้น ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในประเทศไทย

## 2.4 เงินได้พึงประเมิน

เงินได้พึงประเมิน หมายถึง ยอดรายได้ทั้งสิ้นก่อนหักค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อน ตามประมวลรัษฎากร ได้จำแนกประเภทของเงินได้พึงประเมินตามลักษณะของการได้มาออกเป็น 8 ประเภท คือ 1) เงินได้จากการรับจ้างทำงาน 2) เงินได้จากหน้าที่หรือตำแหน่งที่ทำ 3) เงินได้จากสิทธิต่าง ๆ 4) เงินได้จากการลงทุน 5) เงินได้จากค่าเช่า 6) เงินได้จากการประกอบวิชาชีพอิสระ 7) เงินได้จากการรับเหมา และ 8) เงินได้จากการประกอบธุรกิจการค้าและเงินได้อื่น ๆ

## 2.5 การหักค่าใช้จ่ายจากเงินได้ที่ต้องเสียภาษี

การดำเนินการใด ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งเงินได้พึงประเมินนั้น ผู้มีเงินได้จะต้องเสียค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังนั้นประมวลรัษฎากรจึงยอมให้ผู้มีเงินได้นำค่าใช้จ่ายมาคำนวณหักจากเงินได้พึงประเมิน โดยกำหนดวิธีการหักค่าใช้จ่ายไว้ 2 วิธี คือ วิธีการหักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมา โดยกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายไว้เป็นจำนวนแน่นอน คิดเป็นร้อยละของเงินได้พึงประเมิน และวิธีการหักค่าใช้จ่ายตามความจำเป็นและสมควร ซึ่งต้องแสดงหลักฐานพิสูจน์ค่าใช้จ่ายต่อเจ้าพนักงานประเมิน

เงินได้พึงประเมินบางประเภท กฎหมายกำหนดให้หักค่าใช้จ่ายได้วิธีใดวิธีหนึ่ง บางประเภทกำหนดให้หักค่าใช้จ่ายได้ 2 วิธี แล้วแต่ผู้มีเงินได้จะเลือก โดยหากพิสูจน์ได้ว่าค่าใช้จ่ายน้อยกว่าจำนวนที่เหมาะสม ให้หักค่าใช้จ่ายเท่าที่พิสูจน์ได้เท่านั้น นอกจากนี้ผู้มีเงินได้บางประเภทที่กฎหมายไม่ยอมให้หักค่าใช้จ่าย เช่น ดอกเบี้ย เงินปันผล เป็นต้น

## 2.6 การหักค่าลดหย่อน

การหักค่าลดหย่อน คือ จำนวนเงินที่กฎหมายยอมให้หักออกจากเงินได้พึงประเมินหลังหักค่าใช้จ่าย เพื่อบรรเทาภาระภาษีตามสถานะของผู้เสียภาษีแต่ละคน ค่าลดหย่อนที่กฎหมายยอมให้หักได้ แบ่งออกเป็น 8 ประเภท คือ 1) การหักค่าลดหย่อนส่วนบุคคล 2) การหักค่าลดหย่อนสำหรับกองมรดก 3) การหักค่าลดหย่อนสำหรับผู้มีเงินได้ที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีชนิดบุคคล 4) การหักค่าลดหย่อนเบี้ยประกันชีวิต 5) การหักค่าลดหย่อนสำหรับเงินปันผลหรือส่วนแบ่งกำไรที่กฎหมายกำหนด 6) การหักค่าลดหย่อนเงินสะสมที่จ่ายเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ 7) การหักค่าลดหย่อนเงินบริจาคเพื่อการกุศลสาธารณะ และ 8) การหักค่าลดหย่อนในกรณีกู้ยืมเพื่อซื้อบ้านหรือเช่าซื้อบ้าน

## 2.7 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของประเทศไทยใช้อัตราภาษีแบบก้าวหน้า (Progressive Rate) โดยแบ่งออกเป็นขั้นอัตรา แสดงดังตารางที่ 1

เงินได้สุทธิ (บาท)	ช่วงเงินได้สุทธิของแต่ละขั้น	อัตราภาษี (ร้อยละ)
1 - 150,000	150,000	ได้รับยกเว้น
150,001 - 300,000	150,000	5
300,001 - 500,000	200,000	10
500,001 - 750,000	250,000	15
750,001 - 1,000,000	250,000	20
1,000,001 - 2,000,000	1,000,000	25
2,000,001 - 5,000,000	3,000,000	30
5,000,001 บาทขึ้นไป	-	35

หมายเหตุ : เงินได้สุทธิเฉพาะส่วนที่ไม่เกิน 150,000 บาท ยังคงได้รับยกเว้นตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 470) พ.ศ. 2551

หมายเหตุ : เงินได้สุทธิเฉพาะส่วนที่ไม่เกิน 150,000 บาท ยังคงได้รับยกเว้นตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 470) พ.ศ. 2551

ตารางที่ 1 บัญชีอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ที่มา : กรมสรรพากร (2559c)

## 2.8 การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

สมคิด บางโม (2552) ได้กล่าวว่า สาเหตุของการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดามีหลายกรณี ได้แก่ กรณีผู้มีเงินได้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาไว้เกิน กรณีหักภาษี ณ ที่จ่ายไว้เกินกว่าความเป็นจริง กรณีเสียภาษีไว้ผิด เสียซ้ำ หรือเสียไว้โดยไม่มีหน้าที่ต้องเสีย กรณีเครดิตเงินปันผลหักภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่จะต้องจ่าย ถือเสมือนว่าได้รับคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล

กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร (2546) กล่าวว่า ผู้มีเงินได้พึงประเมินบางรายมีการเสียภาษีด้วยวิธีหักภาษีไว้ ณ ที่จ่าย โดยกฎหมายกำหนดให้ผู้จ่ายเงินได้เป็นผู้คำนวณหักจากเงินได้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กฎหมายกำหนดแล้วนำส่งกรมสรรพากร เพื่อบรรเทาภาระภาษีให้แก่ผู้มีเงินได้ รัฐมีรายได้เข้าคลังอย่างสม่ำเสมอ และลดการหลีกเลี่ยงภาษี



นภดล อิมกระจ่าง, ณรงค์ ปานเจริญ และ บุญเสริม สังข์มงคล (2545) ระบุว่า เมื่อถึงกำหนดยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเกิดการหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่ายไว้เกินกว่าความเป็นจริงในบางกรณี ดังนั้นผู้มีเงินได้ซึ่งเสียภาษีเงินได้ไว้เกินสามารถขอคืนภาษีได้ตามระเบียบกรมสรรพากรว่าด้วยการคืนเงินภาษีอากร พ.ศ.2539

กล่าวคือ ผู้มีสิทธิขอคืนภาษี ได้แก่ กรณีผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ชำระภาษีไว้เกินจำนวนที่ต้องชำระจริง หรือมีการคำนวณผิด หรือมีการชำระค่าภาษีซ้ำซ้อน กรณีผู้ถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายไว้เกิน หรือมีภาษีเกินเนื่องจากได้รับการเครดิตภาษี กรณีผู้ไม่มีหน้าที่ต้องเสียภาษี แต่ถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายไว้ กรณีผู้มีหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่าย นำส่งภาษีไว้ผิดหรือมีการส่งซ้ำซ้อน หรือกรณีผู้เสียประโยชน์จากการชำระหรือนำส่งภาษี หรือไม่มีหน้าที่ต้องเสียภาษี

สำหรับผู้ขอคืนภาษีเงินได้โดยยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด. 90 หรือ ภ.ง.ด.91 ทั้งต่อเจ้าหน้าที่กรมสรรพากรหรือทางระบบอินเทอร์เน็ต โดยกรมสรรพากรจะคืนเป็นเช็คธนาคารกรุงไทยส่งไปรษณีย์ตามที่อยู่ที่ระบุในแบบยื่น และตั้งแต่ปีภาษี 2559 กรมสรรพากรได้เพิ่มช่องทางการคืนภาษีสำหรับผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ต ด้วยการโอนเงินผ่านบริการพร้อมเพย์ ซึ่งผู้ขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต้องสมัครบริการพร้อมเพย์ โดยลงทะเบียนสมัครพร้อมเพย์ด้วยเลขบัตรประชาชน 13 หลัก ผูกกับบัญชีธนาคารที่ต้องการ (กรมสรรพากร, 2559b)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับภาษีอากรและภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สรุปได้ว่า ภาษีอากรคือ ทรัพยากรที่รัฐบังคับเรียกเก็บเพื่อนำไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวม โดยบุคคลทั่วไปตามที่กฎหมายกำหนด และมีรายได้เกิดขึ้นตามหลักเกณฑ์ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งหากผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ชำระภาษีไว้เกิน หรือผิด หรือซ้ำ สามารถดำเนินการขอคืนภาษีได้ โดยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสามารถขอคืนเป็นเงินเช็คธนาคารหรือขอให้โอนเงินผ่านบริหารพร้อมเพย์ ผู้วิจัยจึงนำมากำหนดกรอบแนวคิดและออกแบบแบบสอบถามเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม

## แนวคิดระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment) และ ระบบบริการพร้อมเพย์ (Promptpay)

### 1. แนวคิดระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment)

คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนโครงการการให้ความรู้และส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (2559) ได้กล่าวถึง ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ คือ ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่รัฐบาลกำลังผลักดัน ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจ รัฐบาลจึงผลักดันแนวคิดระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ที่มีระบบการรองรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้มาตรฐาน

จิตดา แก้วแทน (2557) ได้ให้ความหมายของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ไว้ว่าเป็นการโอนสิทธิ์การถือครองเงินด้วยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์

ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) ได้ให้ความหมายของ ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไว้ว่า กระบวนการส่งมอบหรือโอนสื่อการเงินผ่านวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อชำระค่าสินค้า

ปัจจุบันมีโครงการภายใต้แนวคิดระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ประกอบด้วย

โครงการที่ 1 บริการโอนเงินและรับโอนเงินแบบใหม่ “พร้อมเพย์ (Promptpay)”

ทองอุไร ลิ้มปิติ (2559) ได้กล่าวถึง การโอนเงินและรับโอนเงินแบบใหม่ “พร้อมเพย์ (Promptpay)” ว่าเป็นระบบธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบใหม่ ที่เพิ่มความสะดวกในการโอนเงินและการรับโอนเงิน โดยใช้โครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย โดยจัดให้มีระบบกลางที่เชื่อมโยงบัญชีเงินฝากธนาคารของทุกธนาคารกับหมายเลขโทรศัพท์มือถือและเลขประจำตัวประชาชน ซึ่งระบบนี้จะช่วยลดข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้าน เช่นผู้โอนเงินไม่ต้องขอหมายเลขบัญชีธนาคาร และลดค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าบริการโอนเงินระหว่างธนาคาร ซึ่งส่งผลดีต่อทุกภาคส่วน ดังนี้

1) ภาคประชาชน สามารถดำเนินการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งการโอนเงิน การชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ การชำระค่าสินค้าออนไลน์ การจ่ายภาษีหรือค่าธรรมเนียมแก่ภาครัฐ การรับเงินช่วยเหลือ เงินสวัสดิการ หรือเงินคืนภาษีจากรัฐบาลได้สะดวก รวดเร็ว และลดค่าธรรมเนียมการ



2) ภาคธุรกิจ สามารถช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจจากช่องทางการรับชำระเงินที่ลูกค้าสามารถชำระได้สะดวก รวดเร็ว และค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม รวมถึงเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าในการประกอบการค้าอิเล็กทรอนิกส์

3) ภาครัฐ สามารถช่วยเพิ่มศักยภาพภาครัฐ สร้างความเชื่อมั่นจากภาคประชาชน ลดข้อผิดพลาด และลดปัญหาการทุจริตจากการจ่ายด้วยเงินสดหรือเช็คในการโอนเงินจากภาครัฐสู่ประชาชน

4) เศรษฐกิจในภาพรวม ช่วยลดการใช้เงินสด ซึ่งเป็นการลดต้นทุนการบริหารจัดการธนบัตร รวมถึงสภาพคล่องการหมุนเวียนเงินสดในระบบเศรษฐกิจ และสามารถนำข้อมูลสถิติการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มาวิเคราะห์เพื่อวางแผนและพัฒนาเศรษฐกิจต่อไป

## โครงการที่ 2 การขยายการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์

การใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ เป็นกลไกสำคัญไปสู่การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างกว้างขวาง และครบวงจร โครงการนี้จึงส่งเสริมการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีค่าธรรมเนียมต่ำ โดยการเพิ่มการติดตั้งและกระจายอุปกรณ์การรับชำระหลากหลายรูปแบบ โดยภาครัฐสามารถรับชำระค่าธรรมเนียมผ่านบัตรอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งโครงการนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทุกภาคส่วน ดังนี้

1) ภาคประชาชน สามารถเข้าถึงการชำระเงินด้วยบัตรอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวก เนื่องจากมีการกระจายเครื่องรับชำระทั่วถึง และค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม

2) ภาคธุรกิจ ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เปิดโอกาสทางธุรกิจ และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุน ซึ่งธุรกิจสามารถรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรอิเล็กทรอนิกส์ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง ลดโอกาสความผิดพลาดและการทุจริตที่เกิดจากเงินสดได้

3) ภาครัฐ สามารถช่วยบริหารจัดการการจ่ายสวัสดิการต่าง ๆ แก่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถทำการจ่ายได้ถูกต้อง รวดเร็ว มีความโปร่งใส รวมถึงมีข้อมูลการใช้จ่ายของประชาชนที่ได้รับเงินช่วยเหลือ ที่สามารถนำไปพิจารณารูปแบบสวัสดิการที่เหมาะสมในอนาคตได้

### โครงการที่ 3 ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์

โครงการนี้เป็นการพัฒนาการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการนำส่งรายงานธุรกรรมทางการเงินและการนำส่งภาษีผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ซึ่งเป็นการช่วยลดต้นทุน ระยะเวลาและขั้นตอนการดำเนินการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการดังนี้

- 1) ผู้ประกอบการสามารถจัดทำใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวกขึ้นด้วยระบบลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์
- 2) ผู้ประกอบการสามารถส่งใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ได้ทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลาย
- 3) ผู้ประกอบการสามารถลดขั้นตอนการจัดเตรียมเอกสารเพื่อเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม เนื่องจากกรมสรรพากรจะจัดทำรายงานภาษีขายโดยอัตโนมัติ

### โครงการที่ 4 ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ

โครงการนี้เป็นการพัฒนาระบบการจ่ายเงินของภาครัฐให้เป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนาการจ่ายสวัสดิการผ่านบริการโอนเงินและรับโอนเงินแบบใหม่ “พร้อมเพย์” เพื่อลดการทำงานซ้ำซ้อน ความผิดพลาด และการทุจริตจากการจ่ายด้วยเงินสดหรือเช็ค โครงการนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) โครงการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคม เนื่องจากนายกรัฐมนตรียกเลิกประยุทธ์ จันทร์โอชา ต้องการพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลาง เพื่อการจ่ายสวัสดิการและเงินช่วยเหลือแก่ประชาชนโดยตรง ไม่ซ้ำซ้อน และเกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงสามารถบริหารจัดการและประเมินผลประสิทธิภาพของเงินช่วยเหลือ โดยประชาชนสามารถใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ในการรับเงินช่วยเหลือหรือใช้ชำระค่าสินค้าและบริการทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จึงเกิดแนวทางบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคม

2) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นโครงการที่พัฒนาการรับจ่ายเงินของภาครัฐผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยการโอนเงินและใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์แทนเงินสดหรือเช็คภายใต้ข้อกำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางการปฏิบัติของกรมบัญชีกลาง รวมถึงการเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์จากประชาชนเช่นกัน

โดยโครงการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ ประชาชนและภาครัฐจะได้รับประโยชน์ ดังนี้

- 1) ประชาชนได้รับเงินช่วยเหลือจากภาครัฐ โดยภาครัฐสามารถบริหารจัดการเงินช่วยเหลือได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ตามข้อมูลจากระบบฐานข้อมูลกลางที่เป็นปัจจุบัน
- 2) ยกระดับวิถีชีวิตของประชาชนให้เสมอภาคในการเข้าถึงบริการทางการเงินและบริการระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวก รวดเร็ว และค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม
- 3) ช่วยผลักดันร้านค้าต่าง ๆ เข้าสู่ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากพฤติกรรมการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งช่วยให้รัฐบาลสามารถบริหารจัดการเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และส่งคืนผู้รับได้โดยตรง

#### โครงการที่ 5 การให้ความรู้และส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์

เป็นโครงการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจการใช้งานและความปลอดภัยของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แก่ประชาชน เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติของประชาชนด้านความปลอดภัย และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจ่ายเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้เงินสด โดยภาครัฐออกมาตรการจูงใจให้ประชาชนใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (กรมสรรพากร, 2559a) ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกกฎเกณฑ์ด้านเทคโนโลยีมารองรับโดยตรงด้วยว่าจะกำกับดูแลและตรวจสอบระบบการชำระเงิน

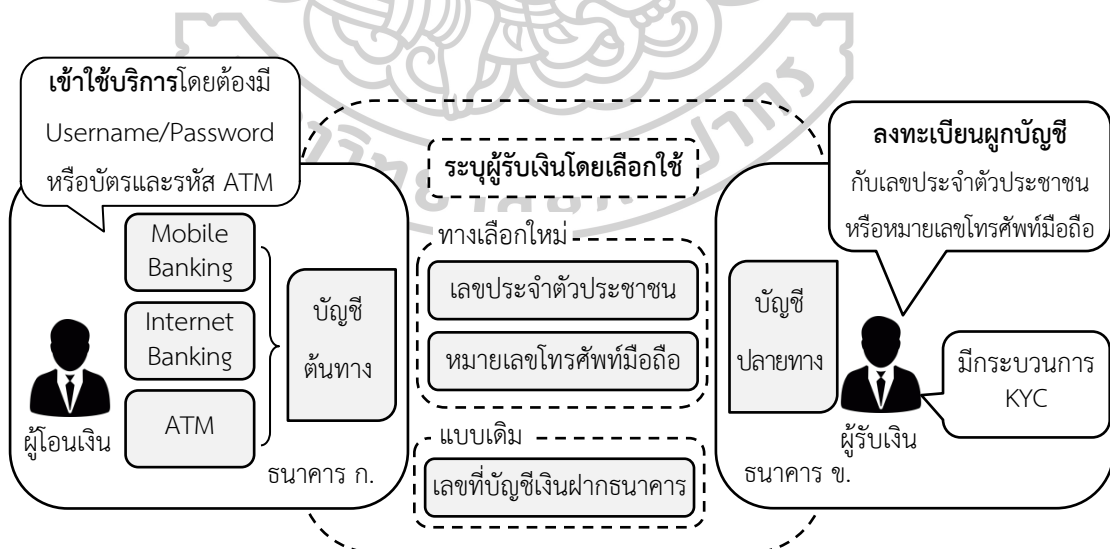
## 2. แนวคิดบริการพร้อมเพย์ (Promptpay)

บริการพร้อมเพย์เป็นโครงการหนึ่งภายใต้ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ซึ่งบริการพร้อมเพย์ มีชื่อเดิมว่า เอนี ไอดี คือบริการธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบใหม่ โดยใช้หลักการในการโอนเงินและรับเงินที่ใช้เลขประจำตัวประชาชนหรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือของผู้รับเงิน เป็นการเพิ่มความสะดวก รวดเร็วแก่ผู้ใช้บริการที่จากเดิมต้องใช้หมายเลขบัญชีธนาคาร นอกจากนี้ผู้ใช้บริการจะได้รับประโยชน์จากค่าธรรมเนียมในการโอนเงินที่ถูกลด ความเสี่ยงจากการถือเงินสดและต้นทุนการบริหารจัดการและผลิตเหรียญ/ธนบัตรของประเทศ

ระบบบริการพร้อมเพย์จะเป็นบริการที่รัฐบาลใช้ในการจ่ายเงินสวัสดิการ เงินช่วยเหลือแก่ประชาชน เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว และทั่วถึงประชาชน

ระบบบริการพร้อมเพย์ได้รับการพัฒนามาจากบริการธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบที่ใช้ในปัจจุบัน มีความปลอดภัยสูงตามมาตรฐานสากล ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการ โดยระบบพร้อมเพย์เป็นระบบที่เชื่อมระหว่างธนาคารกับผู้ให้บริการกลางพร้อมเพย์ของประเทศไทย คือ บริษัท NITMX ซึ่งเป็นบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้านระบบการชำระเงิน และพัฒนาระบบการชำระเงินที่ใช้ในประเทศต่าง ๆ จึงมีประสบการณ์สูงในการบริการจัดการ โดยบริษัทผู้ให้บริการกลาง ได้ให้บริการระบบที่มีมาตรฐานความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีและสามารถสอดคล้องตามมาตรฐาน ISO-27001 โดยมีกฎหมายรองรับ พ.ร.บ.ธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ร.บ.ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และ พ.ร.ฎ. ควบคุมดูแลธุรกิจบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงมีประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่กำหนดในเรื่องการรักษาความมั่นคงปลอดภัย และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ธนาคารมีหน้าที่ดูแลผู้ใช้บริการพร้อมเพย์เช่นเดียวกับลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในปัจจุบัน รวมถึงให้ข้อมูลการใช้บริการอย่างถูกต้องก่อนการตัดสินใจสมัครบริการพร้อมเพย์



รูปภาพที่ 3 ระบบบริการพร้อมเพย์

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.-บ)

จากการศึกษาแนวคิดระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment) และ ระบบบริการพร้อมเพย์ (Promptpay) สรุปได้ว่า ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ เป็นระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ ประกอบด้วย 5 โครงการ คือ โครงการบริการโอนเงินและรับโอนเงินแบบใหม่ “พร้อมเพย์ (Promptpay)” โครงการการขยายการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ โครงการระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โครงการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ โครงการการให้ความรู้และส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งโครงการโอนเงินและรับโอนเงินแบบพร้อมเพย์ (Promptpay) เป็นระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบใหม่ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถทำการโอนเงินได้สะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าธรรมเนียมในการโอน เมื่อเปรียบเทียบกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบเดิม ผู้วิจัยจึงนำมากำหนดกรอบแนวคิดและออกแบบแบบสอบถามเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (A technology acceptance model : TAM)

#### 1. ความหมายและคำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยี

เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล (2554) ได้ให้ความหมายของ การยอมรับ คือ การนำการยอมรับมาใช้ในการตัดสินใจ โดยใช้การรับรู้ที่เกิดขึ้นจากการศึกษาหรือปฏิบัติ เพื่อให้เกิด “นวัตกรรม” โดยไม่คำนึงถึงระยะเวลาในการนำการรับรู้มาปฏิบัติจริง

อรวรรณ สุขยานี (2558) ได้สรุปการยอมรับ ว่าเป็นกระบวนการทางจิตใจของแต่ละบุคคล คือการที่ผู้ใช้งานได้รับความรู้ แนวคิด นวัตกรรมหรือทฤษฎีใหม่ ๆ แล้วนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติ

Foster, 1973 อ้างถึงใน อรทัย เลื่อนวัน (2555) ได้ให้ความหมายของการยอมรับไว้ว่า การยอมรับเป็นพฤติกรรมของแต่ละบุคคล โดยบุคคลได้เรียนรู้ผ่านศึกษา โดยผ่านขั้นตอนการรับรู้ ซึ่งการเรียนรู้จะเกิดขึ้นเมื่อมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้จะได้ผลเมื่อบุคคลได้มีการทดลองปฏิบัติ จนเมื่อมั่นใจแล้วว่าสิ่งประดิษฐ์นั้นสามารถให้ประโยชน์ จึงเกิดการลงทุนสร้างหรือซื้อสิ่งประดิษฐ์นั้น

Rogers และ Shoemaker (1971) ได้กล่าวถึง การยอมรับ คือ กระบวนการทางพฤติกรรมของบุคคลในสังคม ที่แสดงออกถึงการนำสิ่งที่ยอมรับไปปฏิบัติตาม โดยกระบวนการดังกล่าวแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นรับทราบ (Awareness Stage) เป็นขั้นแรกที่บุคคลเกิดการรับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม โดยได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ และยังขาดข้อมูลที่ครบถ้วน

ขั้นที่ 2 ขั้นสนใจ (Interest Stage) เป็นขั้นที่บุคคลเกิดความสนใจนวัตกรรมนั้น ๆ และจะเกิดความพยายามในการแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) เป็นขั้นตอนที่บุคคลมีการพัฒนาทัศนคติที่มีต่อนวัตกรรม ซึ่งเกิดจากการพิจารณาสถานการณ์ปัจจุบันและการนำนวัตกรรมนั้นไปใช้ประโยชน์ในอนาคต ถ้าพิจารณาแล้วเห็นว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์ ก็จะทำให้เกิดการตัดสินใจทดลองใช้นวัตกรรมนั้น แต่หากพิจารณาแล้วเห็นว่านวัตกรรมนั้นมีโทษ เมื่อนำไปใช้แล้วจะทำให้เกิดปัญหาความไม่เหมาะสม ก็จะทำให้เกิดการตัดสินใจหยุดใช้นวัตกรรมนั้น

ขั้นที่ 4 ขั้นทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นตอนที่บุคคลนำนวัตกรรมนั้นมาทดลองใช้เพื่อทำการศึกษาลักษณะจากการใช้จริง ถ้าผลลัพธ์ออกมาแล้วทำให้เกิดความพึงพอใจ ก็จะนำไปสู่ขั้นตอนต่อไป โดยมีการนำผลลัพธ์จากการทดลองใช้ของบุคคลอื่นมาเปรียบเทียบ

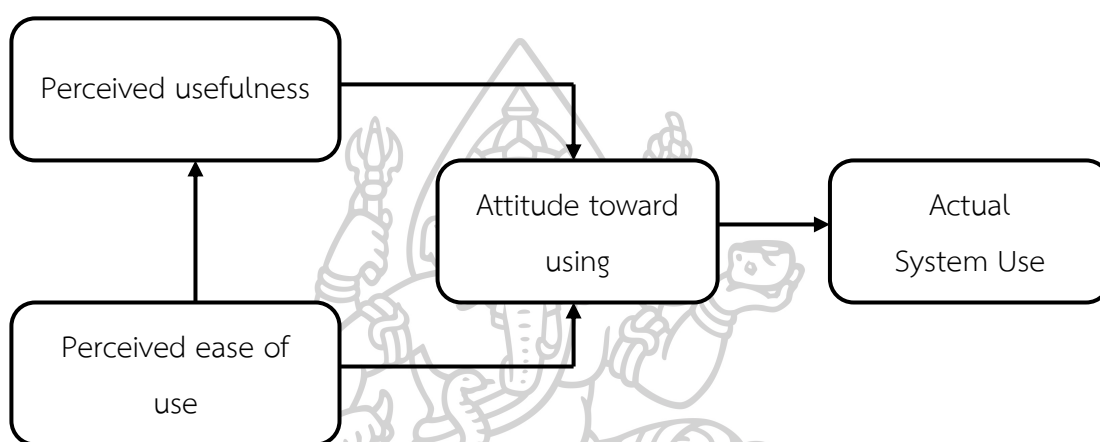
ขั้นที่ 5 ขั้นการยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นตอนที่บุคคลเกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้นและมีการนำไปใช้ต่อเนื่องอย่างเต็มที่

## 2. แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (A technology acceptance model : TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ถูกนำเสนอขึ้นโดย Davis (1985) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่มีการยอมรับให้ถูกใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้งานเทคโนโลยีในปัจจุบัน TAM เป็นการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The theory of reasoned action หรือ TRA) ที่ถูกนำเสนอโดย (Ajzen และ Fishbein, 1975) เป็นหนึ่งในทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมที่ใช้เพื่อศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ โดยตามทฤษฎี TRA ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อและทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ และบุคคลจะแสดงพฤติกรรมเพราะคิดว่าเป็นสิ่งสมควรกระทำ เนื่องจากบุคคลจะพิจารณาเหตุผลก่อนการกระทำเสมอ



แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี สามารถใช้พยากรณ์การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived usefulness) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of use) และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using) ดังแสดงในภาพที่ 4



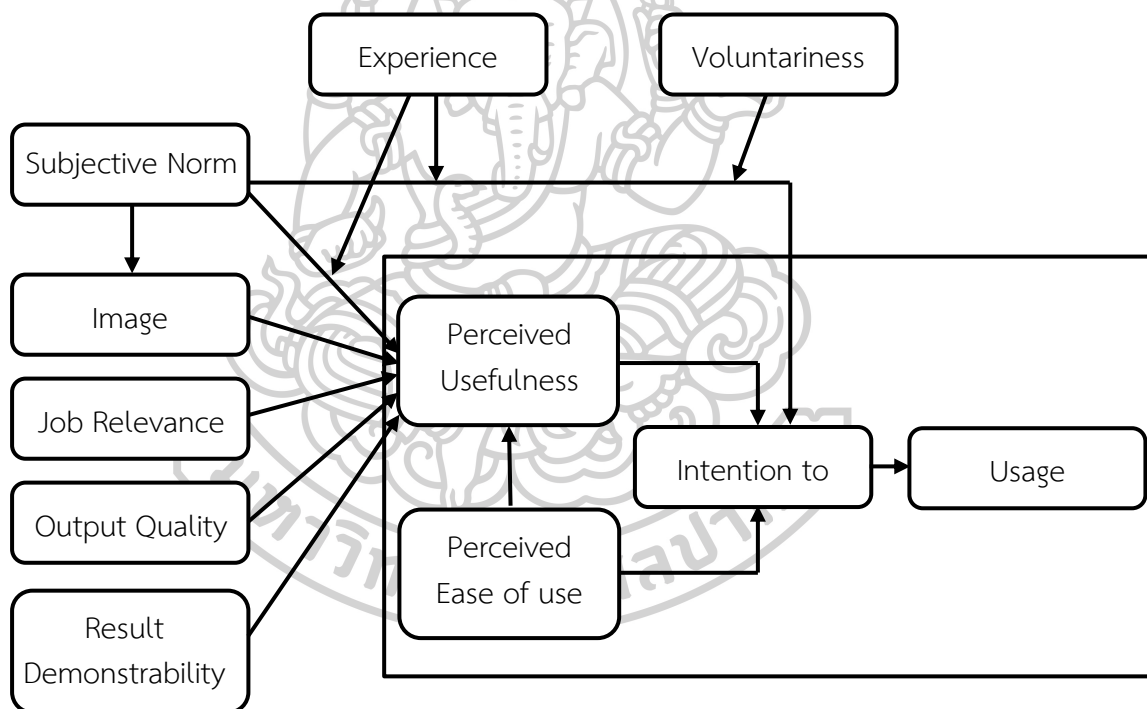
รูปภาพที่ 4 แบบจำลองต้นฉบับของ TAM  
ที่มา : Davis (1985)

แบบจำลอง TAM ได้แสดงให้เห็นว่าทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้หลัก 2 เรื่อง ได้แก่

1) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) คือ ระดับความเชื่อของผู้ใช้ที่มีความคาดหวังต่อระบบสารสนเทศว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนได้ และยังรวมไปถึงความรวดเร็วและความถูกต้องที่ทำให้งานมีประสิทธิภาพว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนได้ ซึ่งรวมไปถึงความรวดเร็วและความถูกต้องที่ทำให้งานมีประสิทธิภาพ ง่ายต่อการเรียนรู้ที่จะใช้งานและมีความเป็นอิสระจากประสบการณ์

2) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) คือ ปัจจัยที่กำหนดในแง่ปริมาณหรือความสำเร็จที่ได้รับว่าตรงกับความต้องการหรือที่คาดหวังไว้หรือไม่ ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่นั้นจะทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานภายใต้บริบทนั้นดียิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis จะสามารถพยากรณ์การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างแม่นยำและเป็นแบบจำลองที่เป็นที่ยอมรับ แต่ TAM ยังมีข้อจำกัดบางประการ จึงได้มีการพัฒนาขยายเพิ่มเติมแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศโดยใช้ TAM เป็นแบบจำลองพื้นฐาน ใช้ชื่อว่าแบบจำลอง TAM 2 ถูกนำเสนอโดย Venkatesh และ Davis (2000) โดยแบบจำลอง TAM 2 มีการศึกษาปัจจัยภายนอกและปัจจัยที่เกิดขึ้นก่อน ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งผลจากงานวิจัยพบว่า อิทธิพลจากสังคม เช่น บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่รอบตัว ได้แก่ พฤติกรรมที่แสดงออก ความสมัครใจ และภาพลักษณ์ นั้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังแสดงในภาพที่ 5



รูปภาพที่ 5 แบบจำลอง TAM 2 - การขยายรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี  
ที่มา : Venkatesh และ Davis (2000)

จากทบทวนงานวิจัยและบทความเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (A technology acceptance model : TAM) สามารถกล่าวถึงรายละเอียดได้ดังนี้



จิรววัฒน์ วงศ์ธงชัย (2555) ได้ศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี บาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ และมีผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในด้านความสอดคล้องกับคุณค่า ความต้องการ และประสบการณ์ รวมถึงด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านประโยชน์ที่ได้รับ และด้านความสนุกในการใช้งาน

ชญญลักษณ์ พลวัน, สุพรรณษา กุลแก้ว และ ณัฐสิทธิ์ เกิดศร (2557) ได้ศึกษาการศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี QR Code ของกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี QR Code ได้แก่ ด้านการรับรู้ เนื่องจาก QR Code ทำให้เข้าถึงบริการต่าง ๆ ได้ง่าย มีขั้นตอนการใช้ที่ง่าย เรียนรู้ได้เอง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น สามารถหาชื่อสมาร์ทโฟนที่สามารถใช้ QR Code ได้ง่าย ซึ่งผู้บริโภครู้จักการใช้เทคโนโลยีเกี่ยวกับ QR Code ต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้ QR Code ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ด้านทัศนคติ ด้านความตั้งใจในการใช้ ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความสนใจเทคโนโลยีใหม่ ๆ ส่วนบุคคล ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานที่แตกต่างกัน

Park (2009) ได้ทำการวิเคราะห์รูปแบบการยอมรับเทคโนโลยีในด้านพฤติกรรมความตั้งใจใช้ e-Learning ของนักศึกษามหาวิทยาลัย พบว่า ความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองและบรรทัดฐานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติการใช้ e-Learning และเจตนาสมัครใจในการใช้ e-Learning และยังในบริบทโครงสร้างภายนอก พบว่าการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ไม่มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ e-Learning ซึ่งงานวิจัยนี้มีส่วนที่สอดคล้องแล้วไม่สอดคล้องกับ การยอมรับเทคโนโลยี (A technology acceptance model : TAM)

จากการศึกษาแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลยอมรับการใช้เทคโนโลยีนั้น ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ว่ารบบง่าย ทัศนคติต่อการใช้งาน และการยอมรับเทคโนโลยี และนอกจากนี้ยังประกอบด้วยบรรทัดฐานของแต่ละบุคคล ความสมัครใจ และภาพลักษณ์ ผู้วิจัยจึงนำมากำหนดกรอบแนวคิดและออกแบบแบบสอบถามเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าชำระเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)

### 1. ความหมายความเสี่ยง (Risk) และการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)

ธนาคารแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.-a) ได้ให้ความหมายของความเสี่ยงในระบบการชำระเงิน คือ โอกาสที่การชำระเงินไม่สำเร็จเสร็จสิ้น ซึ่งผลกระทบอาจเป็นมูลค่าความเสียหายหรือเป็นผลกระทบด้านความเชื่อมั่นของระบบการชำระเงิน ได้แก่ กรณีชำระผิดพลาดหรือล่าช้า ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เกิดจากความเสียหาย หากมีมูลค่าสูงหรือมีผู้ได้รับความเสียหายจำนวนมาก อาจกระทบต่อความมั่นคงของสถาบันการเงินหนึ่ง ต่อเนื่องไปยังรายอื่น ๆ และส่งผลต่อเสถียรภาพของระบบการเงิน ซึ่งสาเหตุที่ทำให้เกิดความเสี่ยงจะมีหลายประการตามแต่ละประเภทของความเสี่ยง แต่สาเหตุหลักมักเกิดจากการขาดสภาพคล่องชั่วคราว (Liquidity risk) หรือ การขาดความน่าเชื่อถือ (Credit risk) ของคู่กรณี

สัญชัย อุปะเตีย (2553) ได้ให้ความหมายของคำว่าความเสี่ยง ไว้ว่า ผลที่ได้รับจากการรับรู้ข้อมูลที่ผิดพลาด ข้อเท็จจริง ระบบการรักษาความปลอดภัยของการจัดเก็บข้อมูลที่สามารถรับรู้ได้ถึงความปลอดภัย ที่อาจทำให้ลูกค้าเกิดความผิดหวัง หรือเกิดความไม่พึงพอใจ นำไปสู่การที่ลูกค้าไม่ตัดสินใจเลือกชำระเงินหรือรับบริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยการประเมินความเสี่ยงว่ามีระดับความเสี่ยงเท่าไรที่สามารถยอมรับได้ของแต่ละบุคคล จะขึ้นอยู่กับค่านิยมหรือมาตรฐานของบุคคลนั้นหรือขึ้นอยู่กับแต่ละสังคม โดยลักษณะการประเมินความเสี่ยงแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

1) การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง หมายถึง การไม่ได้พิจารณาเปรียบเทียบความเสี่ยงหรือประโยชน์ที่ได้รับ การวิเคราะห์เปรียบเทียบจะขึ้นอยู่กับเจตคติ ความเชื่อของสังคมนั้น ๆ

2) เปรียบเทียบความเสี่ยงที่คาดคะเนได้กับค่าความเสี่ยงที่กำหนดไว้เป็นมาตรฐาน คือ ถ้าความเสี่ยงที่เกิดจากกิจกรรมพิจารณาไม่มากกว่าระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น ถือเป็นความเสี่ยงที่ยอมรับได้ บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า ไม่ว่าเราจะทำกิจกรรมใด ย่อมต้องมีความเสี่ยงต่อการเสียชีวิต

3) การประเมินความเสี่ยง เป็นการพิจารณาถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงไม่ให้เกิดขึ้น

4) การประเมินความเสี่ยงโดยตัดสินใจจากผลตอบแทนที่ได้รับ เช่น การ ถ้าขับรถเร็วหรือใช้มอเตอร์ไซด์บนท้องถนนนั้น จึงมีความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตสูง ซึ่งผลตอบแทนที่ได้รับ คือ ประหยัดเวลา

ศุภร เสรีรัตน์ (2544) ได้กล่าวถึงการรับรู้ความเสี่ยง ว่าไม่ได้จำกัดอยู่แต่การสูญเสียเงินทอง แต่ยังรวมถึงการสูญเสียผลประโยชน์ ความไม่สะดวกของผู้บริโภค ความผิดพลาดจากการทำงานของสินค้าและบริการ หรือการสูญเสียสถานภาพทางสังคมอันเป็นผลมาจากการซื้อสินค้าและบริการ

ณิชาภัค อโนทัย (2556) ได้สรุปเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคไว้ว่า ความเสี่ยงของผู้บริโภคจะผันแปรไปตามบุคคล ผลิตภัณฑ์ สถานการณ์ และวัฒนธรรม ซึ่งในสถานการณ์เดียวกัน ผู้บริโภคบางคนมีการรับรู้ความเสี่ยงที่ไม่เท่ากัน

เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์ (2557) ได้สรุปนิยาม การรับรู้ความเสี่ยง ไว้ว่า สืบเนื่องจากการเสี่ยงที่อาจได้รับรู้ข้อมูลที่ผิดพลาด หรือข้อมูลที่ไม่ชัดเจน ซึ่งแสดงออกในรูปความปลอดภัยจากการใช้งาน การเก็บรักษาข้อมูล อาจนำไปสู่ความไม่พึงพอใจ ความไม่ไว้วางใจ ความไม่เชื่อมั่น

Bauer (1967) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง โดยเขาเชื่อว่าพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้เกิดผลลัพธ์ที่คาดเดาไม่ได้ และบางครั้งผลลัพธ์ที่ตามมาอาจไม่พึงพอใจ ดังนั้นพฤติกรรมของผู้บริโภคจึงเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงในแง่ของความรู้สึก เขาชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับความไม่แน่นอนของการตัดสินใจ และความรุนแรงที่เกิดจากผลลัพธ์ของการตัดสินใจ

Dowling and Staelin, (1994) อ้างถึงใน ณิชาภัค อโนทัย (2556) ได้ให้นิยามของคำว่าการรับรู้ความเสี่ยง ว่าเป็นความรู้ของผู้บริโภคในด้านความไม่แน่นอนและผลลัพธ์เชิงลบที่เกิดจากการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งองค์ประกอบของการรับรู้ความเสี่ยงคือ ความไม่แน่นอน และผลลัพธ์เนื่อง

จากการศึกษาความหมายของความเสี่ยงและการรับรู้ความเสี่ยง ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความเสี่ยง คือ เป็นความไม่แน่นอน หรือโอกาสที่จะเกิดความเสียหาย ความผิดพลาด หรือผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์ ภายใต้ความไม่แน่นอนจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งผู้บริโภคเกิดการรับรู้ความเสี่ยง โดยการตระหนักหรือรู้สึกจากเหตุการณ์เหล่านั้น

ฐิตยาภรณ์ ธีรานูวรรตน์ (2553) ได้ทำการศึกษา การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust Perception) ของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location-Based Service พบว่า ปัจจัยด้านการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัว ปัจจัยด้านการป้องกันความเป็นส่วนตัว และปัจจัยด้านอิทธิพลจากสังคมของผู้ใช้ ส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยง และการรับรู้ถึงความเสี่ยงส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location-Based Service

## 2. ประเภทของการรับรู้ความเสี่ยง

Philip T. Kotler and Gary Armstrong, 2001 อ้างถึงใน สวรรส อมรแก้ว (2555) ได้กล่าวถึงประเภทของการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภท ดังนี้

2.1 ความเสี่ยงจากสินค้าที่ไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง กล่าวคือ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเมื่อความคาดหวังมากกว่าความพึงพอใจที่ได้รับ เช่น ซื้อสร้อยทองคำ แต่ปรากฏว่าเป็นทองปลอม เป็นต้น

2.2 ความเสี่ยงต่อร่างกายของตนเองและผู้อื่น คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากลักษณะทางกายภาพของสินค้าและบริการ ที่ส่งผลต่อตัวผู้บริโภคเองหรือบุคคลอื่น เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ที่มีสารเคมีเจือปน ซึ่งอาจก่อให้เกิดการระคายเคืองในร่างกายของผู้ใช้ เป็นต้น

2.3 ความเสี่ยงจากความไม่คุ้มค่าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ เป็นความเสี่ยงทางการเงินที่ผู้บริโภคได้รับจากการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ไม่มีความคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่เสียไป เช่น ผู้บริโภคซื้อสมาร์ตโฟนมา แต่ปรากฏว่า 2 วันถัดมาเกิดถูกขโมย เป็นต้น

2.4 ความเสี่ยงจากการเสื่อมเสียงเกียรติและชื่อเสียง คือ ความเสี่ยงทางสังคม ซึ่งเกิดจากการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ต่อยค่าที่ส่งผลให้เกิดความอับอายทางสังคม เช่น การซื้อสินค้าที่ผิดกฎหมาย เป็นต้น

2.5 ความเสี่ยงจากจิตใจถูกกระทบกระเทือน เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ที่ทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในตัวเอง หรือทำให้ความรู้สึกเชิงลบต่อจิตใจ

2.6 ความเสี่ยงจากการเสียเวลา เป็นความเสี่ยงที่เกิดการเสียเวลา จากการที่ผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการเลือกสินค้าและบริการที่ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้

## 3. การจัดการกับความเสี่ยงของผู้บริโภค

จิฎาดา แก้วแทน (2557) ได้กล่าวถึง การจัดการกับความเสี่ยงของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคต้องสรรหาวิธีที่ช่วยลดความรู้สึกว่าเสี่ยง สิ่งที่จะช่วยให้สร้างความเชื่อมั่นเมื่อต้องทำการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งวิธีการจัดการกับความเสี่ยง มีดังนี้

3.1 การค้นหาข้อมูล (Consumer Seek Information) ในความเป็นจริงผู้บริโภคจะรับรู้ได้ว่ายังมีข้อมูลมากเท่าไร ยิ่งรู้สึกคาดการณ์ผลที่ได้รับมากขึ้นเท่านั้น ยิ่งมีความรับรู้ความเสี่ยงมากยิ่งขึ้นใช้เวลาในการหาข้อมูลมากขึ้นในการรวบรวมข้อมูล จึงทำให้รับรู้ความเสี่ยงน้อยลง การค้นหาข้อมูลอาจทำได้โดยการถามเพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการ รวมถึงการสอบถามข้อมูลจากพนักงานขาย

3.2 ความจงรักภักดีต่อผู้ให้บริการ (Consumer are Brand Loyal) เป็นการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากสินค้าและบริการ โดยการยึดติดกับผู้ขายสินค้าและบริการที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจ ซึ่งผู้บริโภคจะไม่มองหาหรือทดลองสินค้าและบริการใหม่ ๆ ยิ่งผู้บริโภคมีรับรู้ความเสี่ยงมาก ยิ่งมีแนวโน้มที่จะเป็นลูกค้าประจำมาก

3.3 การเลือกที่ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ (Consumer Select by Brand Image) หากผู้บริโภคไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้น ๆ มาก่อน ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะวางใจที่จะเลือกสินค้าและบริการที่มีชื่อเสียงที่ดี ซึ่งผู้บริโภคมักคิดว่า ผู้ขายสินค้าและบริการที่มีชื่อเสียง จะขายสินค้าและบริการที่ดีกว่าและคุ้มค่ากว่า

3.4 การเลือกสินค้าและบริการที่มีราคาแพง (Consumer Seek Assurance) หากผู้บริโภคไม่มีข้อมูล หรือไม่เคยใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ มาก่อน ผู้บริโภคมักใช้ราคาเป็นเครื่องมือประกอบการตัดสินใจ เพราะผู้บริโภครู้สึกว่าสินค้าและบริการที่มีราคาแพง ย่อมเป็นสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ดังนั้น ราคาสินค้าและบริการจึงมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงคุณภาพ

3.5 ผู้บริโภคต้องการสิ่งที่ช่วยลดความรู้สึกเสี่ยง ด้วยการมองหาการรับประกันสินค้าและบริการ รวมถึงการประกันความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้บริโภคที่รับรู้ความเสี่ยง

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง สรุปได้ว่า ความเสี่ยงเป็นความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ในด้านการเงินนั้นจะเป็นเรื่องการชำระเงินไม่สำเร็จ การชำระเงินผิดพลาดล่าช้า ผู้วิจัยจึงนำมากำหนดกรอบแนวคิดและออกแบบแบบสอบถามเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอสินเชื่อภาคีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม



## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (Trust)

### 1. ความหมายของความไว้วางใจ

Morgan และ Hunt (1994) ได้กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและองค์กร โดยมีความเชื่อว่า ความไว้วางใจจะเกิดขึ้นได้เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความเชื่อมั่นในความซื่อสัตย์ (Integrity) และมีความเชื่อถือ (Reliability) ต่อหุ้นส่วน โดยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและขนานกับกรอบแนวคิดทางการตลาดที่ศึกษาเรื่องบุคลิกภาพและจิตวิทยา

Moorman, Deshpande and Zaltman, 1992 อ้างถึงใน ชีรพงษ์ เทียงสมพงษ์ (2551) กล่าวว่า ความไว้วางใจ คือ ความไว้วางใจผู้เป็นหุ้นส่วนด้วยความเต็มใจและเชื่อมั่น โดยมีกรอบแนวคิด คือ ขณะที่ผู้บริโภคใช้บริการอยู่นั้น ต้องเกิดการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร เมื่อผู้บริโภคพิจารณาผู้ให้บริการ ในด้านความน่าเชื่อถือมากที่สุดและมีความซื่อสัตย์จริงใจอย่างสูง ความเชื่อมั่นดังกล่าวจึงจะเกิดขึ้น

Stern, 1997 อ้างถึงใน วรารัตน์ สันติวงษ์ (2549) กล่าวว่า ความไว้วางใจ คือ พื้นฐานของความสัมพันธ์ในการติดต่อสื่อสารเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ความคุ้นเคย เพื่อครองใจลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 5C ได้แก่

1) การสื่อสาร (Communication) : Self-disclosure and Sympathetic Listening พนักงานควรจะสื่อสารกับลูกค้าในลักษณะที่ทำให้ลูกค้าอบอุ่นใจได้ พนักงานควรแสดงออกอย่างเปิดเผย จริงใจ และพร้อมให้ความช่วยเหลือลูกค้า เพื่อให้ทั้งสองฝ่ายเต็มใจแสดงความรู้สึกและความคิดร่วมกัน

2) ความใส่ใจ และการให้ (Caring and Giving) ความเอาใจใส่และความพร้อมที่จะให้นั้น กลายเป็นคุณสมบัติของความสัมพันธ์ใกล้ชิดที่ประกอบด้วย ความเอื้ออาทร ความอบอุ่น และความรู้สึกปกป้อง ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกดี กล่าวคือ องค์กรจะต้องสังเกตรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ และแสดงความรู้สึกเหล่านั้นออกมา เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงการเอาใจใส่

3) การให้ข้อผูกมัด (Commitment) ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า องค์กรควรยอมเสียสละผลประโยชน์เพื่อคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

4) การให้ความสะดวกสบาย (Comfort) หรือความสอดคล้อง (Compatibility) ความเอาใจใส่ลูกค้าจะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความสะดวกสบาย กล่าวคือ ลูกค้าจะรู้สึกยินดี อบอุ่น มั่นใจ มั่นคง ที่ได้รับบริการ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะประเมินความสะดวกสบายจากการบริการที่ดีขององค์กร

5) การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง (Conflict Resolution) และการไว้วางใจ (Trust) ถ้าองค์กรสามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกสบายใจได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีกว่าการที่องค์กรต้องแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้งกับลูกค้า นั่นคือ องค์กรควรจะแสดงความรับผิดชอบด้วยการออกตัวไว้มาก่อนว่า ถ้าลูกค้าพบสิ่งใดที่สงสัย หรือไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการที่ลูกค้าคิดว่าตนจะเสียเปรียบ ขอให้ลูกค้ารีบถามเพื่อให้พนักงานได้รับชี้แจงโดยเร็ว เพื่อป้องกันความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ซึ่งพื้นฐานของความสัมพันธ์ด้านการสื่อสารระหว่างองค์กรกับลูกค้า นั้น ทำให้เกิดวงจรการพัฒนาความสัมพันธ์ ตามแบบจำลองของ Levinger and Snoek, 1972 อ้างถึงใน วรารัตน์ สันติวงษ์ (2549) หรือแบบจำลองขั้นตอน ABCDE คือ

- 1) ขั้นความรู้สึกรู้จัก/คุ้นเคย (Acquaintance) ลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่อองค์กรหรือบริการที่ได้รับหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความประทับใจที่ลูกค้าได้รับได้รับในครั้งแรก
- 2) ขั้นการสร้างความสัมพันธ์ (Buildup) ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการหรือไม่ ขึ้นอยู่กับวิธีการสร้างความประทับใจขององค์กรที่มอบให้กับลูกค้า ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งสามารถทำโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ หรือเชิญชวนทดลองใช้สินค้า เป็นต้น
- 3) ขั้นเรียนรู้ความคุ้นเคย (Continuation) รักษาความสัมพันธ์โดยทำความรู้จัก สร้างความคุ้นเคยให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งลูกค้าจะใช้สินค้าและบริการต่อไปหากลูกค้ามีความพึงพอใจ
- 4) ขั้นเลิกใช้สินค้าหรือบริการ (Dissolution Deterioration and Endings) ลูกค้าจะเลิกใช้สินค้าและบริการทันที เมื่อลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการ หรือการโฆษณาเสมือนเป็นการดูถูกผู้ใช้สินค้าและบริการ

## 2. ระดับของความไว้วางใจ

Crotts และ Turner (1999) ได้ให้นิยามของความไว้วางใจ ไว้ว่า ความไว้วางใจมักเกี่ยวข้องกับความไว้วางใจจากแต่ละฝ่ายที่มีต่อกันเป็นส่วนใหญ่ โดยแต่ละฝ่ายจะแสดงพฤติกรรมหรือการกระทำที่มีลักษณะให้ผลประโยชน์สูงสุดแก่อีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งความไว้วางใจสามารถแบ่งออกตามรูปแบบและระดับความไว้วางใจได้ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 ความไว้วางใจแบบไร้เหตุผล (Blind Trust) เป็นกำหนดความไว้วางใจที่มีให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง ด้วยรูปแบบหลักการที่ไม่มีเหตุผลมา เนื่องจากขาดข้อมูลหรือความรู้ที่เพียงพอ

ระดับที่ 2 ความไว้วางใจที่มีแบบแผน (Calculative Trust) เป็นความไว้วางใจที่เกิดขึ้นจากหลักการทางด้านผลประโยชน์ในทางมิชอบหรือด้านภาระค่าใช้จ่าย มากำหนดความไว้วางใจเพื่อดำเนินการสร้างความสัมพันธ์



ระดับที่ 3 ความไว้วางใจที่สามารถพิสูจน์ได้ (Verifiable Trust) เป็นความไว้วางใจที่เกิดจากการดำเนินการตรวจสอบพฤติกรรมความเหมาะสมของอีกฝ่ายหนึ่ง ว่าควรมอบความไว้วางใจแก่อีกฝ่ายหรือไม่ ตามความสามารถของผู้ตรวจสอบ

ระดับที่ 4 ความไว้วางใจที่ได้รับจากอีกฝ่ายหนึ่ง (Earned Trust) เป็นความไว้วางใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับประสบการณ์เชิงสัมพันธ์ในอดีตจากการกระทำของอีกฝ่ายหนึ่ง

ระดับที่ 5 ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Reciprocal Trust) คือ ความไว้วางใจที่ทั้งสองฝ่ายต่างมีให้กัน (Mutual Trust) กล่าวคือ ฝ่ายหนึ่งให้ความไว้วางใจอีกฝ่ายหนึ่ง เพราะฝ่ายนั้นให้ความไว้วางใจในตัวเอง

### 3. องค์ประกอบของความไว้วางใจ

Reina, 1999 อ้างถึงใน วรรณาท สามารถ (2557) ได้กำหนดไว้ว่า ความไว้วางใจจะเกิดขึ้นได้นั้น ต้องมีประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

3.1 ความไว้วางใจด้านศักยภาพ (Competence Trust) คือ การที่บุคคลมีความสามารถในการกระทำสิ่งที่จำเป็นต่อการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะในงานที่เฉพาะเจาะจง หรืองานที่มีความสลับซับซ้อนในการผสมผสานกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน รวมถึงความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้ผู้อื่นสามารถทำงานของเขาได้โดยพฤติกรรมที่สามารถช่วยสร้างและรักษาความไว้วางใจในศักยภาพ ได้แก่ การที่บุคคลมีความรู้ความเชี่ยวชาญ และมีความสามารถ มีความยุติธรรม สามารถเข้าใจและรับรู้ถึงศักยภาพของผู้อื่น ได้ และสามารถช่วยให้ผู้อื่นเกิดทักษะความชำนาญในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ได้

3.2 ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร (Communication Trust) คือ การที่บุคคลมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ ทำให้สามารถดำเนินการปฏิบัติงานต่าง ๆ ต่อไปได้ และส่งผลต่อความสามารถในการผลิตและผลกำไรจากการดำเนินงานได้ โดยพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจด้านการสื่อสาร ได้แก่ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน การพูดคุยด้วยข้อเท็จจริง การให้และรับข้อมูลป้อนกลับ การชี้แจงเจตนาที่ดี การยอมรับผิดจากความผิดพลาด การรักษาความลับต่าง ๆ เป็นต้น

3.3 ความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญา (Contractual Trust) คือ การที่บุคคลได้กระทำในสิ่งที่พูดไว้ว่าจะกระทำ ซึ่งการกระทำในสิ่งที่ได้พูดไว้นี้จะส่งผลให้เกิดพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความใส่ใจในการมีส่วนร่วม หรือง่ายต่อการสื่อสารกลับเมื่อมีการสัญญาไว้แล้ว ความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญานี้จะเกี่ยวข้องกับการรักษาความคิดเห็น ความตั้งมั่นในความซื่อสัตย์และการ

แสดงพฤติกรรมอย่างคงที่ ความเชื่อมั่นในความตั้งใจความแน่นอน และความเชื่อมั่นของบุคคลใน ความซื่อสัตย์จงรักภักดีจะทำให้เกิดความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญาในการทำงาน ซึ่งพฤติกรรมที่ นำไปสู่ความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญา ได้แก่ การที่มีการบริหารจัดการความคาดหวัง มีการสร้างสิ่ง ยึดเหนี่ยวทางใจ มีการให้อำนาจอย่างเหมาะสม มีความใส่ใจ มีการแสดงความเห็นด้วยอย่าง ตรงไปตรงมา มีความคงเส้นคงวาและความแน่นอนในการกระทำ เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (Trust) สรุปได้ว่า ความไว้วางใจเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงลักษณะความสัมพันธ์ตั้งแต่สองฝ่ายขึ้นไป โดยความไว้วางใจจะ เกิดขึ้นได้ เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความเชื่อมั่นในความซื่อสัตย์ (Integrity) และมีความเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (Trust) มากำหนด กรอบแนวคิดและออกแบบแบบสอบถามเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทาง ระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขต พื้นที่จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

จากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ พบว่างานวิจัยของ พิริณฎา หลวงเทพ และ ประสพชัย พสุนนท์ (2557) ซึ่งได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเพศและรายได้มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านระบบการจ่ายเงิน และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดย สามารถอธิบายความถูกต้องร้อยละ 92.80

ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) พบว่างานวิจัยของ พรชนก พลาบุลย์ (2558) ซึ่งได้ศึกษา การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทาง การเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับและการ ใช้เทคโนโลยีด้านความคาดหวังจากการใช้งานและด้านความกังวล พฤติกรรมผู้บริโภคด้านแรงจูงใจ

ด้านคุ่มค่าด้านราคา ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย ส่วนการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านอิทธิพลของสังคมและด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์และด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน พฤติกรรมผู้บริโภคด้านแรงจูงใจด้านอารมณ์ ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Anuar และ Othman (2010) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อระบบการชำระภาษีออนไลน์ในมาเลเซีย โดยได้แจกแบบสอบถามทางอีเมลจำนวน 1,000 ฉบับ สามารถรวบรวมแบบสอบถามเป็นทำการวิเคราะห์ได้จำนวน 246 ฉบับ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบการชำระภาษีผ่านระบบออนไลน์ในประเทศมาเลเซีย คือ การรับรู้ประโยชน์ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถของตนเอง แต่ไม่พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน ความน่าเชื่อถือ และปริมาณข้อมูล มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบการชำระภาษีผ่านระบบออนไลน์ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ คุณิตา เทพวงศ์ (2559) ที่ได้ศึกษา การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ในเขตจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ด้านส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking โดยการออกแบบแอปพลิเคชันให้น่าใช้มีอิทธิพลมากที่สุด ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ด้านการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการ ในภาพรวมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking โดยมีการปรับปรุงเวอร์ชันของแอปพลิเคชันอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด และด้านทัศนคติ ในภาพรวมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking โดยคิดว่าพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้คำแนะนำการใช้บริการแอปพลิเคชัน ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang mBanking โดยเห็นว่าแอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ทำให้ชีวิตง่ายขึ้น

ในปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ได้ศึกษา งานวิจัยของ วันทนี มงคลทรัพย์กุล, อัญญา ดิษฐานนท์, อรพรรณ คงมาลัย และ จันทร์จิรา นพคุณธรรมชาติ (2559) ซึ่งได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ : กรณีศึกษาการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ โดยศึกษากลุ่มตัวอย่าง 322 คน ซึ่งเป็นผู้เข้าใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ ผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-Services) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ 4 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) คุณภาพ (Quality) และความไว้วางใจ (Trust)

จากการศึกษาปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงนั้น ได้ศึกษางานวิจัยของ Nasir, Wu, Yago และ Li (2015) ได้ศึกษา อิทธิพลของลักษณะทางจิตวิทยาและการรับรู้ความเสี่ยงต่อการยอมรับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ : สถานการณ์ปัจจุบันของสหราชอาณาจักร ผลการศึกษาพบว่า ทศนคติของลูกค้าที่มีต่อการยอมรับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากการรับรู้ถึงประโยชน์ และความสะดวกในการใช้บริการ แต่ได้รับอิทธิพลเชิงลบจากการรับรู้ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงทางการเงิน และความเสี่ยงทางสังคม โดยความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีอิทธิพลเชิงลบที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการยอมรับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumar และ Gupta (2017) ได้ศึกษา การรับรู้ของผู้เสียภาษีเงินได้ต่อการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้อิเล็กทรอนิกส์ (E-Filing) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้เสียภาษีเงินได้ต่อการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้อิเล็กทรอนิกส์ คือ ความพึงพอใจ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง ความปลอดภัย ความมีประโยชน์ และปัญหา ซึ่งความพึงพอใจสะท้อนให้เห็นว่าผู้เสียภาษีเงินได้พอใจกับการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้อิเล็กทรอนิกส์ และตระหนักถึงการใช้งานของเว็บไซต์ โดยความปลอดภัยหรือการรับรู้ความเสี่ยงสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ใช้รู้สึกถึงความปลอดภัย และพบว่าผู้เสียภาษีเงินได้มีปัญหาเกี่ยวกับเครือข่ายขณะใช้งานและมีปัญหาในการชำระผ่าน โดย อูศณี กอจิตตวนิจ และ มนวิภา ผดุงสิทธิ์ (2553) ได้ศึกษา ความพึงพอใจในการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า กรมสรรพากรควรปรับปรุงระบบพัฒนาระบบ รวมถึงให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยของข้อมูล และพัฒนาระบบให้ความง่ายต่อการใช้งาน ความสะดวก ความรวดเร็ว และความถูกต้องครบถ้วน โดยผลการวิจัยดังกล่าวพบว่า ตัวแปรซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยคุณภาพของระบบการสมัครและยื่นแบบแสดงรายการผ่านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยคุณภาพของระบบการชำระและขอคืนภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยความปลอดภัยและการให้คำปรึกษา ปัจจัยคุณภาพของเว็บไซต์และระบบการแจ้งปัญหา และความรู้ของผู้เสียภาษีในการยื่นแบบแสดงรายการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กัน ตามผลการวิจัยของ Lu, Huang และ Lo (2010) ซึ่งได้ศึกษาเชิงประจักษ์ของรูปแบบการยอมรับการจัดเก็บภาษีออนไลน์: บูรณาการกับ TAM และ TPB โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 422 คน ซึ่งเป็นผู้เสียภาษีผ่านระบบออนไลน์ในประเทศไทยได้หวั่น โดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ทศนคติเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการจัดเก็บภาษีออนไลน์ แต่ทศนคติ ได้รับผลกระทบจาก การรับรู้ประโยชน์



การรับรู้ความสะดวกจากการใช้งาน ความเป็นธรรมของจัดเก็บภาษี บรรทัดฐานทางสังคมและศีลธรรม โดยปัจจัย TAM และ TPB สามารถอธิบายพฤติกรรมการจัดเก็บภาษีออนไลน์และพบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย TAM และ TPB นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจจากการใช้งาน ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยของ สรวาธ ควชะกุล และ ไกรชิต สุตะเมือง (2557) ซึ่งได้ศึกษา ความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ การตอบสนองความต้องการ และการเข้าใจ การรับรู้ความต้องการของผู้บริโภค ปัจจัยด้านคุณลักษณะของธนาคาร ได้แก่ ขนาดของธนาคาร และจำนวนสาขาที่ให้บริการ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ได้แก่ ความเป็นส่วนตัว และความสะดวกในการใช้งาน มีความสัมพันธ์ต่อความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อเสนอแนะของงานวิจัยของ Rajeswari และ Mary (2014) ซึ่งได้ศึกษา การยื่นชำระภาษีเงินได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษาการรับรู้และความพึงพอใจของพนักงานเงินเดือน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับความรู้เรื่องการยื่นชำระภาษีเงินได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจากที่ปรึกษาด้านภาษี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจต่อระบบการยื่นชำระภาษีเงินได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เมื่อพิจารณาลักษณะส่วนบุคคลมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และจากการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะ พบว่าทัศนคติต่อระบบการยื่นชำระภาษีเงินได้ผ่านอินเทอร์เน็ตคิดว่าระบบยังไม่สมบูรณ์ นั่นคือยังมีปัญหาด้านเทคนิค การบริหารจัดการ รวมถึงรูปแบบของระบบ และกรมสรรพากรควรให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยของผู้เสียภาษีเงินได้ และงานวิจัยของ ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง (2558) ได้ศึกษา ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะอิเล็กทรอนิกส์ของการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการอย่างเสมอภาค ตรงเวลา เพียงพอ ต่อเนื่อง และก้าวหน้า นั้น ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ปัจจัยด้านคุณภาพและการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ พบว่ามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะอิเล็กทรอนิกส์ และจากการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะ พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาในขั้นตอนการขอคืนภาษี เรื่องการยื่นเอกสารเพิ่มเติม และกรมสรรพากรควรแสดงข้อมูลของผู้เสียภาษีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยืนยันและแก้ไขก่อนยื่นแบบ และพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เพื่อให้ความช่วยเหลือได้ตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงเพิ่มการประชาสัมพันธ์

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น ได้สร้างประโยชน์และมีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยรับรู้ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม สามารถนำไปกำหนดกรอบแนวคิด และเพื่อใช้อ้างอิงประกอบการอภิปรายผลการวิจัย

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ระเบียบวิธีวิจัย
2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย
3. ตัวอย่างและการกำหนดขนาดตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การทดสอบเครื่องมือการวิจัย
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

## ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตที่อยู่ในเขตพื้นที่ความรับผิดชอบของสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 1 และสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 2 ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดนครปฐม 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครปฐม อำเภอกำแพงแสน อำเภอดอนตูม อำเภอนครชัยศรี อำเภอบางเลน อำเภอพุทธมณฑล และอำเภอสามปราน ซึ่งมีการยื่นแบบแสดงรายการ ปีภาษี 2559 จำนวนทั้งหมด 217,086 แบบ (คน) (แสดงรายละเอียดในภาคผนวก ง)

## ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

### 1. ขนาดตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของยามาเน่ (Taro Yamane) (ประสพชัย พสุนนท์, 2555) โดยค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5%

$$\text{จากสูตร } n \geq \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

โดยที่  $n$  แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  แทนขนาดของประชากร

$e$  แทนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

$$\text{ดังนั้น } n \geq \frac{217,086}{(1 + 217,086 (0.05)^2)}$$

$$\geq 399.26 \text{ หรือ } 400$$

จากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรพบว่า จำนวนประชากรที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 400 คน



## 2. การสุ่มตัวอย่าง

การคัดเลือกตัวอย่าง ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเลือกศึกษาประชากรจากผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยแบ่งสัดส่วนประชากรตามจำนวนประชากรแต่ละอำเภอ กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน แบ่งเป็นอำเภอเมืองนครปฐม จำนวน 92 คน อำเภอกำแพงแสน จำนวน 19 คน อำเภอดอนตูม จำนวน 9 คน อำเภอนครชัยศรี จำนวน 46 คน อำเภอบางเลน จำนวน 32 คน อำเภอพุทธมณฑล จำนวน 15 คน และอำเภอสามพราน จำนวน 187 คน รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 2 สัดส่วนของขนาดตัวอย่างจากขนาดของประชากร โดยจำแนกตามเขตอำเภอในพื้นที่จังหวัดนครปฐม

อำเภอ	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
อำเภอเมืองนครปฐม	49,848	92
อำเภอกำแพงแสน	10,352	19
อำเภอดอนตูม	4,840	9
อำเภอนครชัยศรี	25,042	46
อำเภอบางเลน	17,331	32
อำเภอพุทธมณฑล	8,258	15
อำเภอสามพราน	101,415	187
รวม	217,086	400

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) (แสดงรายละเอียดในภาคผนวก ก) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยที่แบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed Form) เป็นแบบสอบถามลักษณะให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ระดับรายได้ต่อปี ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตัวแปรในการศึกษาได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน โดยเป็นแบบสอบถามลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ตามแนวทางของไลเคิร์ต (Likert) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบตามความคิดเห็น มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การแปลผลแบบสอบถามในส่วนนี้ใช้ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยมีเกณฑ์คะแนนตามวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จากสูตรความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{ระดับคะแนนสูงสุด} - \text{ระดับคะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5 - 1)}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย แปลผลความหมายคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ คือ

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
4.21 - 5.00	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยเป็นแบบเลือกตอบ (ใช่, ไม่ใช่)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open end) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ เพื่อเป็นประโยชน์โดยรวมต่อไป

### การทดสอบเครื่องมือการวิจัย

ในการสร้างเครื่องมือวิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1. การทบทวนวรรณกรรม สามารถนำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ในเรื่องด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ มากำหนดกรอบแนวคิดและสร้างเป็นแบบสอบถาม

2. กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนำวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานต่อระบบการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ และเพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะกระบวนการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม มาร่างเป็นแนวคำถามในแบบสอบถาม

3. นำแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบแบบสอบถามให้ครอบคลุมในทุกประเด็นและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4. นำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง จากนั้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่

ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item - Objective Congruence: IOC) ผลการตรวจสอบพบว่า เครื่องมือวัดทุกตัวแปรมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (แสดงรายละเอียดผู้ทรงคุณวุฒิในภาคผนวก ค)

5. นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยนำไปทดสอบกับผู้ยื่นภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี จำนวน 30 ราย

6. นำแบบสอบถามหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม เป็นการตรวจสอบ คุณภาพทั้งฉบับของแบบสอบถามโดยใช้วิธีแบบ Alpha Coefficient โดยพบว่าผลการทดสอบค่าความ เชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 รายนั้น ปรากฏว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) เฉลี่ยเท่ากับ 0.887 (แสดงรายละเอียดใน ภาคผนวก ข) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธี Cronbach' alpha พบว่าค่า Cronbach's alpha ของปัจจัยทุกด้านสูงกว่า 0.7 ซึ่งแปลว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับรายงานวิจัยมีความเชื่อมั่น เพียงพอในการนำผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือวิจัยนี้ไปทำการวิเคราะห์ผลการวิจัย

7. นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลภาคสนาม จากขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทาง อินเทอร์เน็ตที่อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 ชุด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลมาจาก 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามที่ได้ ระบุไว้ข้างต้น โดยผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม และการแจกให้แก่ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทาง อินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม กรอกข้อความในแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้ เก็บข้อมูล มีการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของแบบสอบถามทันทีที่ได้รับแบบสอบถามคืนจาก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกราย ก่อนนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูล

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร วารสาร ตำรา คู่มือ งานเขียน วิทยานิพนธ์ และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการ กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ และอ้างอิงประกอบการอภิปรายผลการวิจัย

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ หรือ SPSS (Statistical Package for the Social Science) และรายงานผลการศึกษาระบบรายงานสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ระดับรายได้ต่อปี ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ใช้วิธีแจกแจงความถี่ (Frequency) แล้วสรุปเป็นร้อยละ (Percentage)
2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการตัดสินใจเลือกคืนภาษีเงินได้ผ่านบริการพร้อมเพย์ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเพื่อใช้ทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) สัมประสิทธิ์เครเมอร์วี (Cramer's V)
4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง และความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ใช้การวิเคราะห์สถิติทดสอบ คือ สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation)
5. วิเคราะห์การทดสอบการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยใช้การทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis)

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) ที่ระดับ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95

## สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นหลักการที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล นำเสนอข้อมูล และหาค่าสถิติเบื้องต้น ซึ่งเป็นการอธิบายหรือบรรยายลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวม แต่จะไม่สามารถอ้างอิงถึงลักษณะประชากรได้ จึงเป็นการสรุปถึงลักษณะของข้อมูลกลุ่มที่ศึกษา ได้แก่ การหาค่าร้อยละ (Percentage)

2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

3. สถิติเพื่อใช้ทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) สัมประสิทธิ์ครเมอร์วี (Cramer's V) ในการวิเคราะห์และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม จำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4. สถิติเพื่อใช้ทดสอบความสัมพันธ์ สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation) ในการวิเคราะห์และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง และความไว้วางใจของผู้ใช้งาน

5. สถิติเพื่อใช้ในการทดสอบการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม สถิติอ้างอิงที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก เป็นการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม ทำให้ทราบว่าตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามและสร้างแบบจำลองพยากรณ์ โดยใช้ตัวแปรอิสระเป็นตัวพยากรณ์ตัวแปรตาม



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานต่อระบบการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ และเพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะกระบวนการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตที่อยู่ในเขตพื้นที่ความรับผิดชอบของสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 1 และสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 2 จำนวน 400 คน จากนั้นนำไปวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

3.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐมจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) สัมประสิทธิ์เครเมอร์วี (Cramer's V)

3.2 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้งาน โดยใช้สถิติทดสอบ คือ สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation)

3.3 ผลการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis)

กำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) ที่ระดับ 0.05 หรือระดับค่าความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

#### สัญลักษณ์ทางสถิติ

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
$\chi^2$	แทน	ค่าทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-square)
df	แทน	ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05
Sig.	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยโลจิสติกโดยมีการแจกแจงเชิงซ้อน หรือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยโลจิสติกมาตรฐาน
S.E.	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

Wald	แทน	ค่าสถิติ Wald Test
Exp(B)	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอดโลจิสติกโดยมีการแจกแจงโลจิสติก
$X_{11}$	แทน	ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน
$X_{12}$	แทน	ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน
$X_2$	แทน	ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง
$X_3$	แทน	ปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน
$\hat{Y}$	แทน	การตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

แสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ระดับรายได้ต่อปี ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และระดับรายได้

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	140	35.00
หญิง	260	65.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	13	3.25
21 - 30 ปี	158	39.50
31 - 40 ปี	124	31.00
41 - 50 ปี	68	17.00
มากกว่า 50 ปี	37	9.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	18	4.50
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	39	9.75
ระดับปริญญาตรี	272	68.00
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	71	17.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	258	64.50
สมรส	136	34.00
หม้าย	3	0.75
อย่าร้าง	3	0.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	75	18.75
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	178	44.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	82	20.50
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	55	13.75
อื่น ๆ	10	2.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
ระดับรายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 240,001 บาท	115	28.75
240,001 - 290,000 บาท	90	22.50
290,001 - 340,000 บาท	38	9.50
340,001 - 390,000 บาท	46	11.50
390,001 - 440,000 บาท	28	7.00
440,001 - 490,000 บาท	16	4.00
มากกว่า 490,000 บาท	67	16.75

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมามีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และอายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 13 คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาเป็นผู้มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 และต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 สถานภาพหม้าย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และสถานภาพอยู่ร้าง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ประกอบอาชีพข้าราชการ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 คน ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และประกอบอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ พนักงาน/ลูกจ้างของรัฐ ข้าราชการบำนาญ พนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อปีน้อยกว่า 240,001 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 รองลงมามีรายได้ต่อปีระหว่าง 240,001 - 290,000 บาท จำนวน 90 คิดเป็นร้อยละ 22.50 มีรายได้ต่อปีมากกว่า 490,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 มีรายได้ต่อปีระหว่าง 340,001 - 390,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 มีรายได้ต่อปีระหว่าง 290,001 - 340,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 มีรายได้ต่อปีระหว่าง 390,001 - 440,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และมีรายได้ต่อปีระหว่าง 440,001 - 490,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	เลือกใช้		ไม่เลือกใช้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์ของกรมสรรพากร	248	62.00	152	38.00
สื่อสังคมออนไลน์	232	58.00	168	42.00
RD Smart Tax Application	24	6.00	376	94.00
ศูนย์สารนิเทศสรรพากร	12	3.00	388	97.00
การจัดอบรมสัมมนา	33	8.25	367	91.75
โทรทัศน์	97	24.25	303	75.75
วารสารสรรพากร	22	5.50	378	94.50
อื่น ๆ	17	4.25	383	95.75

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารเกี่ยวภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านช่องทางเว็บไซต์ของกรมสรรพากร จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 ช่องทางโทรทัศน์ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 ช่องทางการจัดอบรมสัมมนา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ช่องทาง RD Smart Tax Application จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ช่องทางวารสารสรรพากร จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ช่องทางอื่น ๆ เช่น เพื่อนร่วมงาน ญาติ ฝ่ายบุคคลของบริษัท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 และช่องทางศูนย์สารนิเทศสรรพากร จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	จำนวน	ร้อยละ
เคย	251	62.75
ไม่เคย	149	37.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 คน และไม่เคยมีประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 คน

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยมีคำถามด้านส่วนของการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบด้วย การยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง และความไว้วางใจของผู้ใช้งาน โดยนำเสนอด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



ตารางที่ 6 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน

(n=400)

การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน	ระดับความคิดเห็น (ความถี่ ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยให้ได้รับการคืนภาษีได้รวดเร็วยิ่งขึ้น	4 (1.00)	4 (1.00)	65 (16.25)	182 (45.50)	145 (36.25)	4.15	0.796	มาก
2. การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยลดค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในกระบวนการขอคืนภาษีของท่านได้	6 (1.50)	12 (3.00)	66 (16.50)	184 (46.00)	132 (33.00)	4.06	0.865	มาก
3. การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยให้การคืนเงินมีความถูกต้องแม่นยำมากขึ้น	6 (1.50)	7 (1.75)	109 (27.25)	191 (47.75)	87 (21.75)	3.86	0.824	มาก
4. ขั้นตอนการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ มีความปลอดภัยของข้อมูล	4 (1.00)	21 (5.25)	132 (33.00)	175 (43.75)	68 (17.00)	3.71	0.845	มาก
5. การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของกรมสรรพากรในขั้นตอนการขอคืนภาษี	3 (0.75)	15 (3.75)	95 (23.75)	199 (49.75)	88 (22.00)	3.88	0.815	มาก
6. หากเกิดปัญหา ในการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ สามารถตรวจสอบความถูกต้องและรายละเอียดได้	4 (1.00)	15 (3.75)	115 (28.75)	205 (51.25)	61 (15.25)	3.76	0.790	มาก

(n=400)

การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน	ระดับความคิดเห็น (ความถี่ ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
7. การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น	4 (1.00)	15 (3.75)	102 (25.50)	198 (49.50)	81 (20.25)	3.84	0.821	มาก
รวม						3.90	0.648	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานเมื่อพิจารณาความคิดเห็นโดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.90 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.648 ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานโดยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยให้ได้รับการคืนภาษีได้รวดเร็วยิ่งขึ้นอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.15 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.796

ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานโดยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยลดค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในกระบวนการการขอคืนภาษีของท่านได้ อยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.06 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.865

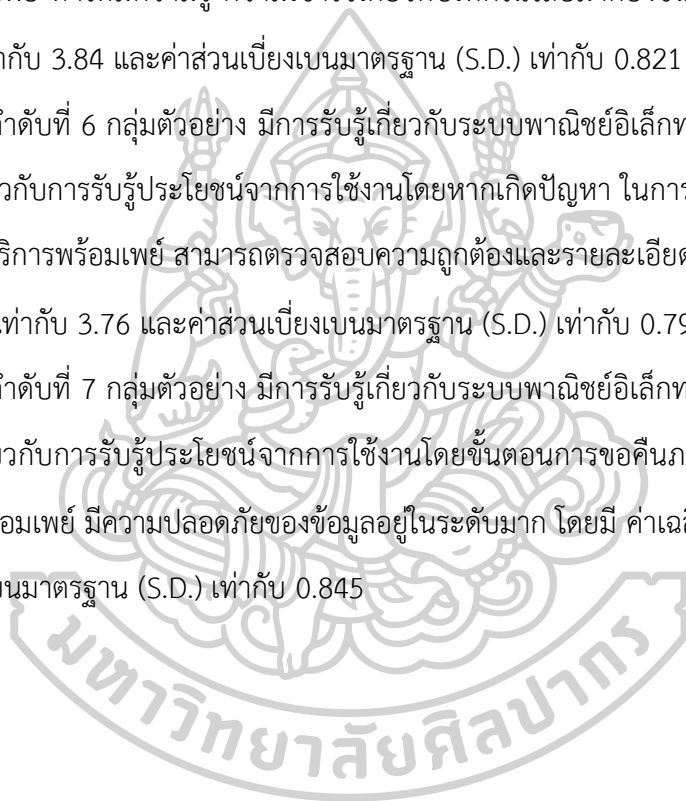
ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานโดยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของกรมสรรพากรในขั้นตอนการขอคืนภาษีอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.88 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.815

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานโดยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยให้การคืนเงินมีความถูกต้อง แม่นยำมากขึ้นอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.86 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.824

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานโดยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้นอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.84 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.821

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานโดยหากเกิดปัญหา ในการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ สามารถตรวจสอบความถูกต้องและรายละเอียดได้อยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.76 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.790

ลำดับที่ 7 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานโดยขั้นตอนการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ มีความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.71 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.845



ตารางที่ 7 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน

(n=400)

การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน	ระดับความคิดเห็น (ความถี่ ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. สามารถเรียนรู้ และทำความเข้าใจการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ได้ง่าย	1 (0.25)	11 (2.75)	99 (24.75)	208 (52.00)	81 (20.25)	3.89	0.757	มาก
2. การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ มีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อน	4 (1.00)	13 (3.25)	99 (24.75)	188 (47.00)	96 (24.00)	3.90	0.836	มาก
3. หากเกิดปัญหาหรือข้อสงสัยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ สามารถติดต่อเจ้าหน้าที่สรรพากรได้หลายช่องทาง	11 (2.75)	27 (6.75)	141 (35.25)	171 (42.75)	50 (12.50)	3.56	0.894	มาก
4. การแจ้งผลการโอนเงินคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ด้วยระบบ SMS ช่วยเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน	1 (0.25)	17 (4.25)	51 (12.75)	193 (48.25)	138 (34.50)	4.13	0.807	มาก
รวม						3.87	0.651	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานเมื่อพิจารณาความคิดเห็นโดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.87 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.651 ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานโดยการแจ้งผลการโอนเงินคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ด้วยระบบ SMS ช่วยเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ใช้งานอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 4.13 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.807

ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานโดยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ มีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อนอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.90 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.836

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานโดยสามารถเรียนรู้ และทำความเข้าใจการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ได้ง่ายอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.89 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.757

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานโดยหากเกิดปัญหาหรือข้อสงสัยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ สามารถติดต่อเจ้าหน้าที่สรรพากรได้หลายช่องทางอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.56 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.894

ตารางที่ 8 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยง

(n=400)

การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยง	ระดับความคิดเห็น (ความถี่ ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์มีความเสี่ยงที่จะได้รับยอดเงินที่ไม่ถูกต้อง	15 (3.75)	71 (17.75)	175 (43.75)	98 (24.50)	41 (10.25)	3.20	0.973	ปานกลาง
2. การขอคืนภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์มีความเสี่ยงที่ข้อมูลอาจถูกขโมยจากผู้ไม่หวังดี	13 (3.25)	51 (12.75)	156 (39.00)	126 (31.50)	54 (13.50)	3.39	0.980	ปานกลาง
3. การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์มีความเสี่ยงจากระบบพร้อมเพย์ขัดข้องในระหว่างขั้นตอนการโอนเงิน	7 (1.75)	59 (14.75)	163 (40.75)	141 (35.25)	30 (7.50)	3.32	0.877	ปานกลาง
4. การคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ช่วยลดความเสี่ยงจากการที่ท่านไม่ได้รับคืนภาษี	9 (2.25)	32 (8.00)	169 (42.25)	157 (39.25)	33 (8.25)	3.43	0.841	มาก
รวม						3.34	0.721	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยงเมื่อพิจารณาความคิดเห็นโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.34 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.721 ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วเป็นรายด้านแล้ว พบว่า



ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยงโดยการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยลดความเสี่ยงจากการที่ท่านไม่ได้รับคืนภาษีอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.43 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.841

ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยงโดยการขอคืนภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์มีความเสี่ยงที่ข้อมูลอาจถูกขโมยจากผู้ไม่หวังดีอยู่ในระดับปานกลาง โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.39 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.980

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยงโดยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์มีความเสี่ยงจากระบบพร้อมเพย์ขัดข้องในระหว่างขั้นตอนการโอนเงินอยู่ในระดับปานกลาง โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.32 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.877

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยงโดยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์มีความเสี่ยงที่จะได้รับยอดเงินที่ไม่ถูกต้องอยู่ในระดับปานกลาง โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.20 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.973

ตารางที่ 9 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน

(n=400)

การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน	ระดับความคิดเห็น (ความถี่ ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. เว็บไซต์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่เข้าใช้งานมีความน่าเชื่อถือ สามารถสร้างความมั่นใจในการใช้งานได้	3 (0.25)	13 (3.25)	123 (30.75)	215 (53.75)	46 (11.50)	3.72	0.737	มาก
2. บริการพร้อมเพย์มีความปลอดภัยสูง ได้มาตรฐาน สร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในการเลือกเป็นช่องทางการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	1 (0.25)	15 (3.75)	123 (30.75)	219 (54.75)	42 (10.50)	3.72	0.711	มาก
3. บริษัทที่รักษาความปลอดภัยให้แก่บริการพร้อมเพย์มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ สามารถสร้างความมั่นใจได้	1 (0.25)	12 (3.00)	160 (40.00)	185 (46.25)	42 (10.50)	3.64	0.719	มาก
4. กรมสรรพากรให้ข้อมูลการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ที่ถูกต้อง เป็นประโยชน์ ชัดเจน ละเอียดยิ่งพอ	2 (0.50)	16 (4.00)	129 (32.25)	196 (49.00)	57 (14.25)	3.73	0.772	มาก
รวม						3.70	0.613	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานเมื่อพิจารณาความคิดเห็นโดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.70 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.613 ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานโดยกรมสรรพากรให้ข้อมูลการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ที่ถูกต้อง เป็นประโยชน์ ชัดเจน ละเอียดเพียงพออยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.73 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.772

ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานโดยเว็บไซต์การคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่เข้าใช้งานมีความน่าเชื่อถือ สามารถสร้างความมั่นใจในการใช้งานได้อยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.72 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.737

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานโดยบริการพร้อมเพย์มีความปลอดภัยสูง ได้มาตรฐาน สร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในการเลือกเป็นช่องทางการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.72 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.711

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานโดยบริษัทที่รักษาความปลอดภัยให้แก่บริการพร้อมเพย์มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ สามารถสร้างความมั่นใจได้อยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  เท่ากับ 3.64 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.719

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

ตารางที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Chi-square ( $\chi^2$ )	Cramer's V (Sig.)
เพศ	0.813	0.045 (0.367)
อายุ	16.575	0.204 (0.002*)
ระดับการศึกษา	2.682	0.082 (0.443)
สถานภาพ	1.117	0.053 (0.773)
อาชีพ	13.488	0.184 (0.009*)
ระดับรายได้	24.987	0.250 (0.000*)
ประสบการณ์การขอคืนภาษี	31.918	0.282 (0.000*)

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ พบว่า

ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ มีค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 0.813 และค่า Sig. เท่ากับ 0.367 แสดงว่า เพศและการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ มีค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 16.575 และค่า Sig. เท่ากับ 0.002 แสดงว่า อายุและการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์มีความสัมพันธ์กัน

ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา มีค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 2.682 และค่า Sig. เท่ากับ 0.443 แสดงว่า ระดับการศึกษาและการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ มีค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 1.117 และค่า Sig. เท่ากับ 0.773 แสดงว่า สถานภาพและการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ มีค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 13.488 และค่า Sig. เท่ากับ 0.009 แสดงว่า อาชีพและการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์มีความสัมพันธ์กัน

ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับรายได้ มีค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 24.987 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 แสดงว่า ระดับรายได้และการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์มีความสัมพันธ์กัน

ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านประสบการณ์การขอคืนภาษี มีค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 31.918 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 แสดงว่า ประสบการณ์การขอคืนภาษีและการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์มีความสัมพันธ์กัน

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง และความไว้วางใจของผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 11 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน	การรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน	การรับรู้ความเสี่ยง	ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน
การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน	1	0.743**	0.136**	0.583**
การรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน		1	0.141**	0.654**
การรับรู้ความเสี่ยง			1	0.161**
ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน				1

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ( $X_{11}$ ) ด้าน





พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ( $X_{12}$ ) และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ( $X_3$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ( $X_2$ ) และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ( $X_3$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เท่ากับ 0.161 และค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ดังนั้น ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ( $X_2$ ) และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ( $X_3$ ) มีความสัมพันธ์กัน

**สมมติฐานที่ 3** ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

ตารางที่ 12 แสดงการทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอยโลจิสติก

	Chi-square	df	Sig.
Step	-0.002	1	0.961
Block	63.876	3	0.000
Model	63.876	3	0.000

จากตารางที่ 12 พบว่า ค่า Model Chi-square จากการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$  : ตัวแปรอิสระทุกตัวมีอิทธิพลต่อการเกิดโอกาสเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

$H_1$  : ตัวแปรอิสระในสมการอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อการเกิดโอกาสเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

แสดงให้เห็นว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  : ตัวแปรอิสระในสมการอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อการเกิดโอกาสเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

ตารางที่ 13 การพยากรณ์การตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

การตัดสินใจเลือกขอคืน ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	ค่าพยากรณ์		ร้อยละ
	เลือกขอคืนภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่าน บริการพร้อมเพย์	ไม่เลือกขอคืนภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดาผ่าน บริการพร้อมเพย์	
เลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์	292	10	96.69
ไม่เลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์	78	20	20.41
รวม			78.00

จากตารางที่ 13 พบว่า ข้อมูลจริงของการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ จำนวน 302 คน เมื่อใช้ฟังก์ชันตอบสนองโลจิสติก สามารถพยากรณ์ถูก 292 คน คิดเป็นร้อยละ 96.69 และพยากรณ์ผิดจำนวน 10 คน และข้อมูลจริงของการตัดสินใจไม่เลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ จำนวน 98 คน เมื่อใช้ฟังก์ชันตอบสนอง โลจิสติก สามารถพยากรณ์ถูก 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.41 และพยากรณ์ผิดจำนวน 78 คน ซึ่งเปอร์เซ็นต์รวมของการพยากรณ์มีความถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 78.00

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก โดยคัดเลือกตัวแปรด้วยวิธี Backward Stepwise : Conditional

Variable	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
การรับรู้ง่ายต่อการใช้งาน	-0.999	0.264	14.318	1	0.000	0.368
การรับรู้ความเสี่ยง	0.738	0.223	10.915	1	0.001	2.092
ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน	-0.921	0.294	9.851	1	0.002	0.398
Constant	3.431	0.977	12.337	1	0.000	30.915

จากตารางที่ 14 เป็นการแสดงผลการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ ที่ประมาณได้ และค่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก เพื่อพยากรณ์ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษี

เงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ซึ่งจากการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ประกอบด้วย ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ( $X_{12}$ ) มีค่า B เท่ากับ -0.999 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ( $X_2$ ) มีค่า B เท่ากับ 0.738 ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ( $X_3$ ) มีค่า B เท่ากับ -0.921 ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยสามารถแทนค่าสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 3.431 - 0.999X_{12} + 0.738X_2 - 0.921X_3$$

จากฟังก์ชันตอบสนองโลจิสติก แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ( $X_{12}$ ) มีผลเชิงลบต่อโอกาสในการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ถ้าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ( $X_{12}$ ) เพิ่มขึ้น โอกาสในการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ จะลดลง 0.368 เท่า

ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ( $X_2$ ) มีผลเชิงบวกต่อโอกาสในการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ถ้าปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ( $X_2$ ) เพิ่มขึ้น โอกาสในการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ จะเพิ่มขึ้น 2.092 เท่า (ร้อยละ

ปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ( $X_3$ ) มีผลเชิงบวกต่อโอกาสในการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ถ้าปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ( $X_3$ ) เพิ่มขึ้น โอกาสในการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ จะลดลง 0.398 เท่า

เนื่องจากปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ( $X_{11}$ ) ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จึงไม่ถูกคัดเข้าสมการ

#### ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

1. กรมสรรพากรควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทราบถึงข้อดีของการใช้บริการพร้อมเพย์ในการขอคืนภาษี รวมถึงชี้แจงระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เนื่องจากข้อมูลของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้รับ ไม่มากพอที่จะทำให้ตัดสินใจเลือกคืนผ่านบริการพร้อมเพย์ และผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดายังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องภาษี ซึ่งกรมสรรพากรควรชี้แจงรายละเอียดให้ชัดเจนมากกว่านี้ (ค่าความถี่ = 5)

2. ระบบแจ้งเตือน SMS และระบบการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ยังมีการทำงานที่ไม่สอดคล้องกัน เนื่องจากพบว่าได้รับการแจ้งเตือนเงินคืนภาษีโอนเข้าบัญชีทางระบบ SMS ล่าช้า ซึ่งแจ้งเตือนหลังจากเงินคืนภาษีโอนเข้าบัญชีแล้วหลายวัน ทำให้ผู้ขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตรวจสอบเงินโอนเข้าบัญชีจากแอปพลิเคชันของตนเองได้รวดเร็วกว่า (ค่าความถี่ = 1)

3. บริการพร้อมเพย์ยังมีความเสี่ยงสูงที่ข้อมูลจะถูกโจรกรรมได้ ถึงแม้จะมีความสะดวกต่อการขอคืนภาษีเงินได้ก็ตาม ซึ่งถ้าในอนาคตระบบนี้เป็นที่ยอมรับและใช้กันทั่วประเทศถึงจะพิจารณาเพื่อใช้อีกครั้ง (ค่าความถี่ = 1)

4. ระบบการขอคืนภาษีเงินได้ส่วนบุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ยังขาดความเสถียร เกิดข้อผิดพลาดจากความขัดข้องของระบบ ระหว่างระบบการคืนภาษีและระบบพร้อมเพย์ จึงยังทำให้เกิดความไม่มั่นใจต่อระบบการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์เท่าที่ควร (ค่าความถี่ = 2)

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานต่อระบบการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ และเพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะกระบวนการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐมของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) สัมประสิทธิ์ครีเมอร์วี (Cramer's V) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง และความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ด้วยสถิติทดสอบสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation) และการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม

พื้นที่จังหวัดนครปฐม ด้วยสถิติวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) กำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) ที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาลำดับ ดังนี้

### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมแพทย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 มีสถานภาพโสด จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 มีรายได้ต่อปีน้อยกว่า 240,001 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านช่องทางเว็บไซต์ของกรมสรรพากร จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62 และเคยมีประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 คน

#### ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยพิจารณาระดับความคิดเห็นแล้วพบว่า ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่ายางต่อการใช้งาน ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน และการรับรู้ความเสี่ยง ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้



การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน เมื่อพิจารณาความคิดเห็นโดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.90 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.648

การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าง่ายจากการใช้งาน เมื่อพิจารณาความคิดเห็นโดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.87 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.651

การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน เมื่อพิจารณาความคิดเห็นโดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.70 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.613

การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยง เมื่อพิจารณาความคิดเห็นโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.34 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.721

### ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ ระดับรายได้ และประสบการณ์การซื้อสินค้าแฟชั่น มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานมีความสัมพันธ์กัน

พบว่า ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ( $X_{11}$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน ( $X_{12}$ ) ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ( $X_2$ ) และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ( $X_3$ )

ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ( $X_{12}$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านการรับรู้ความเสี่ยง ( $X_2$ ) ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ( $X_3$ )

ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ( $X_2$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ( $X_3$ )

**สมมติฐานที่ 3** ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าทางการเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

การทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอยโลจิสติก พบว่า ตัวแปรอิสระในสมการอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อการเกิดโอกาสเลือกซื้อสินค้าทางการเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ สามารถอธิบายความผันแปรในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกได้ร้อยละ 22.00

การพยากรณ์การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าทางการเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม มีเปอร์เซ็นต์รวมของการพยากรณ์มีความถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 78.00 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ คือ

$$\hat{Y} = 3.431 - 0.999X_{12} + 0.738X_2 - 0.921X_3$$

แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ( $X_{12}$ ) ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ( $X_2$ ) และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ( $X_3$ ) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าทางการเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ส่วนด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ( $X_{11}$ ) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าทางการเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

## อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม อภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตได้ให้ความเห็นว่าการขอคืนภาษีเงินได้ผ่านบริการพร้อมเพย์มีประโยชน์แก่ผู้ใช้ ซึ่งช่วยในเรื่องประหยัดค่าใช้จ่าย ประหยัดเวลา มีความถูกต้อง แม่นยำ เป็นต้น การขอคืนภาษีเงินได้ผ่านบริการพร้อมเพย์มีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน สามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจได้ง่าย รวมถึงมีช่องทางติดต่อเจ้าหน้าที่กรมสรรพากรเพื่อให้คำปรึกษา โดยหน้าเว็บไซต์ของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา รูปแบบบริการพร้อมเพย์ ชื่อบริษัทที่รักษาความปลอดภัยของบริการพร้อมเพย์ และข้อมูลที่ได้รับจากกรมสรรพากร ช่วยสร้างความมั่นใจ ความไว้วางใจแก่ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดายังคงกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลและทรัพย์สินที่อาจถูกโจรกรรม ความเสถียรของระบบ ความเสี่ยงจากการได้รับยอดเงินที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุศณี กอจิตตวนิจ และ มนวิภา ผดุงสิทธิ์ (2553) ได้ศึกษา ความพึงพอใจในการ ยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นด้านความปลอดภัยและการให้คำปรึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการเสนอแนะให้กรมสรรพากรควรปรับปรุงและพัฒนาระบบ รวมถึงให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยของข้อมูลและพัฒนาระบบให้ความง่ายต่อการใช้งาน ความสะดวก ความรวดเร็ว และความถูกต้องครบถ้วน

2. จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ ระดับรายได้ และประสบการณ์การขอคืนภาษี มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยในแต่ละช่วงอายุอาจมีประสบการณ์เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มากขึ้นแตกต่างกันไป จึงทำให้ระดับการตัดสินใจมีความมากขึ้นแตกต่างกันไป ด้านอาชีพที่แตกต่างกันก็มีผลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน ซึ่งมีหน่วยงานเป็นผู้ให้ความรู้ในการยื่นแบบประเมินภาษีเงินได้ หรือมีสังคมเพื่อนร่วมงานที่คอยแบ่งปันข่าวสารซึ่งกันและกัน จึงมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจมากกว่าผู้ประกอบการ หรือเจ้าของธุรกิจ โดยด้านระดับรายได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพริณฎา หลวงเทพ และประสพชัยพสุนนท์ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่ารายได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอาจเพราะว่าการขอคืนภาษีเงินได้ผ่านบริการพร้อมเพย์เป็นการทำรายการทางการเงินทางออนไลน์เช่นเดียวกับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์การขอคืนภาษี อาจยังไม่มีข้อมูลในด้านประสบการณ์ จึงยังไม่สามารถไว้วางใจต่อระบบการคืนภาษีผ่านบริการพร้อมเพย์ต่างจากผู้ที่เคยมีประสบการณ์การขอคืนภาษีมาแล้ว ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจ กรมสรรพากรควรสร้างความเข้าใจแก่ผู้ที่ไม่เคยขอคืนภาษี

3. จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานมีความสัมพันธ์กันนั้น โดยผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กันนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lu, Huang และ Lo (2010) ได้ศึกษาเชิงประจักษ์ของรูปแบบการยอมรับการจัดเก็บภาษีออนไลน์: บูรณาการกับ TAM และ TPB โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 422 คน ซึ่งเป็นผู้เสียภาษีผ่านระบบออนไลน์ในประเทศไทยได้ห้วน ที่ได้นำ

ปัจจัย TAM และ TPB มาอธิบายพฤติกรรมการจัดเก็บภาษีออนไลน์ นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กับด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สราวุธ ควชะกุล และ ไกรชิต สุตะเมือง (2557) ได้ศึกษา ความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความสะดวกในการใช้งาน มีความสัมพันธ์ต่อความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

4. จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ พบว่า ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ส่วนปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ชัดแย้งกับงานวิจัยของ Anuar และ Othman (2010) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ระบบการชำระภาษีออนไลน์ในมาเลเซีย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบการชำระภาษีผ่านระบบออนไลน์ในประเทศมาเลเซีย แต่ปัจจัยการรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน ไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบการชำระภาษีผ่านระบบออนไลน์ โดยให้ความเห็นว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบ ควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับ และขัดแย้งกับงานวิจัยของพรชนก พลาบุลย์ (2558) ซึ่งได้ศึกษา การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ วันทนี มงคลทรัพย์กุล, อัญญา ดิษฐานนท์, อรพรรณ คงมาลัย และ จันทร์จิรา นพคุณธรรมชาติ (2559) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ :



กรณีศึกษาการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ ที่สรุปกรอบแนวคิดในการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-Services) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ 4 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) คุณภาพ (Quality) และความไว้วางใจ (Trust) อาจเนื่องด้วยปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน โดยทุกคนรับรู้ได้โดยง่ายว่าเทคโนโลยีมีการพัฒนาเพื่อประโยชน์แก่ผู้ใช้ จึงทำให้ไม่มีผลต่อทัศนคติใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ ยังพบว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของคณิตา เทพวงศ์ (2559) ได้ศึกษา การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ในเขตจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ทำให้ชีวิตง่ายขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumar และ Gupta (2017) ได้ศึกษา การรับรู้ของผู้เสียภาษีเงินได้ต่อการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้อิเล็กทรอนิกส์ (E-Filing) ผลการศึกษาพบว่า ผู้เสียภาษีตระหนักถึงการใช้งานของเว็บไซต์ โดยความปลอดภัยหรือการรับรู้ความเสี่ยงสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ใช้รู้สึกถึงความปลอดภัย และพบว่าผู้เสียภาษีเงินได้มีปัญหาเกี่ยวกับเครือข่ายขณะใช้งานและมีปัญหาในการชำระหนี้ผ่าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nasir, Wu, Yago และ Li (2015) ได้ศึกษา อิทธิพลของลักษณะทางจิตวิทยาและการรับรู้ความเสี่ยงต่อการยอมรับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ : สถานการณ์ปัจจุบันของสหราชอาณาจักร ซึ่งพบว่า ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงทางการเงิน และความเสี่ยงทางสังคม โดยความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีอิทธิพลเชิงลบต่อการยอมรับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งกรมสรรพากรควรให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยของผู้ขอคืนภาษีเงินได้ผ่านบริการพร้อมเพย์ ตามงานวิจัย Rajeswari และ Mary (2014) ที่ได้เสนอแนะให้กรมสรรพากรควรให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยของผู้เสียภาษีเงินได้



## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยนี้ เพื่อให้ผลการศึกษานำไปประยุกต์ใช้กำหนดนโยบายวางแผนและดำเนินการปรับปรุงบริการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ จึงแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ประการ คือ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญกับ ความสะดวก และความเร็วในการได้รับคืนเงินค่าภาษี นอกจากนี้ยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายเมื่อเปรียบเทียบกับบริการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยเช็คธนาคารทางไปรษณีย์ ที่ต้องนำเช็คไปเข้าบัญชีธนาคาร ซึ่งอาจมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง หรือค่าธรรมเนียม แต่จากการศึกษาข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าระบบแจ้งเตือนทาง SMS แจ้งเตือนหลังจากกรมสรรพากรโอนเงินคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ล่าช้า ซึ่งผู้ขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จะเลือกตรวจยอดคืนภาษีทางแอปพลิเคชันธนาคาร ดังนั้น กรมสรรพากรควรปรับปรุงระบบการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ให้สอดคล้องกับระบบการแจ้งเตือนทาง SMS เพื่อความสะดวกแต่ผู้ขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

2. การรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยง เมื่อพิจารณาความคิดเห็นโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ให้ความเห็นว่าระบบการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ยังมีความเสี่ยงสูง ในด้านข้อมูลที่อาจถูกโจรกรรมได้ หากในอนาคตระบบดังกล่าวเป็นที่ยอมรับโดยจากผู้ใช้งานส่วนใหญ่ก็จะพิจารณาเลือกคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ดังนั้น กรมสรรพากรควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในด้านความปลอดภัยของระบบพร้อมเพย์ และระบบการยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เพื่อให้ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทราบถึงรูปแบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและทรัพย์สิน และตัดสินใจเลือกคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

3. ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ ประสบการณ์การขอคืนภาษี มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ด้วยช่วงอายุ อาชีพ ที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ดังนั้น กรมสรรพากรควรวางกลยุทธ์การนำเสนอเพื่อจูงใจผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีผ่านบริการพร้อมเพย์ ให้เหมาะสมกับช่วงอายุ อาชีพ โดยอาจเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Facebook เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้มีอายุน้อย การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้มีอายุมาก การจัดอบรมการเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้แก่พนักงานในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ นอกจากนี้กรมสรรพากรควรสร้างความไว้วางใจแก่ผู้ที่ยังไม่เคยขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เนื่องจากผู้ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ค่อนข้างให้ความสำคัญกับการได้รับการคืนภาษีครั้งแรก แต่ยังไม่มีความเชื่อจากการประสบการณ์จริงมาประกอบการตัดสินใจ

4. ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่ายากต่อการใช้งาน มีผลต่อโอกาสในการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ดังนั้น กรมสรรพากรควรมีการประชาสัมพันธ์รูปแบบ ขั้นตอนการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก และปัจจุบันยังพบว่า ช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม ซึ่งเป็นเวลาของการยื่นแบบประเมินภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นช่วงเวลาติดต่อขอคำแนะนำ หรือขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่กรมสรรพากรค่อนข้างยาก เนื่องจากคู่มือเพิ่มเติม จึงควรปรับปรุงช่องทางการติดต่อกับเจ้าหน้าที่กรมสรรพากร เพื่อสร้างความสะดวกแก่ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

5. ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง มีผลต่อโอกาสในการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตยังมีความกังวลถึงความปลอดภัยของข้อมูลและทรัพย์สิน กรมสรรพากรควรประชาสัมพันธ์ถึงข้อดีของการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ รวมถึงชี้แจงระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและทรัพย์สิน ว่ามีระดับปลอดภัยแค่ไหน รูปแบบการรักษาความปลอดภัยเป็นแบบใด ใครเป็นผู้มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความปลอดภัยของระบบดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้รับข้อมูลด้านการรักษาความปลอดภัยยังไม่มากพอที่จะทำให้ตัดสินใจเลือกคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

6. ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน มีผลต่อโอกาสในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านบริการพร้อมเพย์ ซึ่งกรมสรรพากรเป็นหน่วยงานรัฐ และบริการพร้อมเพย์เป็นโครงการหนึ่งภายใต้ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติที่ได้รับการผลักดันจากภาครัฐ ทำให้ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเกิดความไว้วางใจต่อหน่วยงานผู้รับผิดชอบระบบ เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรสร้างความไว้วางใจต่อระบบการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ เพื่อให้ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยควรมีการสื่อสารที่เปิดเผย จริงใจ การให้คำมั่นสัญญาหากเกิดข้อผิดพลาดในขั้นตอนการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ให้ความสะดวกแก่ผู้ซื้อสินค้าผ่านบริการพร้อมเพย์ รวมถึงปรับปรุงระบบให้มีความเสถียร เพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ผู้ใช้งาน

#### ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วยโดยเป็นการศึกษาข้อมูลในเชิงลึก เช่น การสัมภาษณ์ผู้ยื่นภาษี และการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อนของการคืนผ่านบริการพร้อมเพย์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดและมีคุณภาพยิ่งขึ้น สามารถนำมาแก้ไขและพัฒนาคุณภาพการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ยื่นภาษี



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของ  
ผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานต่อระบบการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม
4. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะกระบวนการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม

### คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามชุดนี้ใช้รวบรวมข้อมูลของกลุ่มประชากรจากผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม
2. ลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่
  - ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ส่วนที่ 2 ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
  - ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์
  - ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ
3. ข้อมูลที่ได้รับจากแต่ละท่านถือเป็นความลับ และจะนำเสนอข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น
4. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อมูลของท่าน
5. ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้



### ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อมูลของท่านเพียงข้อเดียว

#### 1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

#### 2. อายุ

( ) ต่ำกว่า 21 ปี ( ) 21 - 30 ปี

( ) 31 - 40 ปี ( ) 41 - 50 ปี

( ) มากกว่า 50 ปี

#### 3. ระดับการศึกษา

( ) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ( ) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

( ) ระดับปริญญาตรี ( ) สูงกว่าระดับปริญญาตรี

#### 4. สถานภาพ

( ) โสด ( ) สมรส

( ) หม้าย ( ) อยู่ร้าง

#### 5. อาชีพ

( ) ข้าราชการ ( ) ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน

( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว

( ) อื่น ๆ ระบุ.....

#### 6. ระดับรายได้ต่อปี

( ) น้อยกว่า 240,001 บาท ( ) 240,001 – 290,000 บาท

( ) 290,001 – 340,000 บาท ( ) 340,001 – 390,000 บาท

( ) 390,001 – 440,000 บาท ( ) 440,001 – 490,000 บาท

( ) มากกว่า 490,000 บาท

7. ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) เว็บไซต์ของกรมสรรพากร ( ) สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter  
 ( ) RD Smart Tax Application ( ) ศูนย์สารนิเทศสรรพากร  
 ( ) การจัดอบรมสัมมนา ( ) โทรศัพท์  
 ( ) วารสารสรรพากร ( ) อื่น ๆ ระบุ.....

8. ประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

- ( ) เคย ( ) ไม่เคย

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

คำชี้แจง : ให้ท่านพิจารณาว่าปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามระดับความคิดเห็นของท่าน โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด)

ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. การยอมรับเทคโนโลยี					
1.1 การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน					
1.1.1 ท่านคิดว่าการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ช่วยให้ท่านได้รับการคืนภาษีได้รวดเร็วยิ่งขึ้น					
1.1.2 ท่านคิดว่าการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ช่วยลดค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในกระบวนการการขอคืนภาษีของท่านได้ (เช่น ค่าเดินทางในการนำเช็คไปขึ้นเงิน)					

ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1.1 การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (ต่อ)					
1.1.3 ท่านคิดว่าการขอคืนภาษี เงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยให้การคืนเงินแก่ท่านมีความถูกต้อง แม่นยำมากขึ้น					
1.1.4 ท่านคิดว่าขั้นตอนการขอ คืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการ พร้อมเพย์ มีความปลอดภัยของข้อมูล					
1.1.5 ท่านคิดว่าการขอคืนภาษี เงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของ กรมสรรพากรในขั้นตอนการขอคืนภาษี					
1.1.6 ท่านคิดว่าหากเกิดปัญหา ในการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านบริการพร้อมเพย์ ท่านสามารถ ตรวจสอบความถูกต้องและรายละเอียดได้					
1.1.7 ท่านคิดว่าการขอคืนภาษี เงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ทำให้ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ เทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น					

ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1.2 การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน					
1.2.1 ท่านสามารถเรียนรู้ และทำ ความเข้าใจการขอคืนภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ได้ง่าย					
1.2.2 ท่านคิดว่าการขอคืนภาษี เงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ มีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อน					
1.2.3 ท่านคิดว่าหากเกิดปัญหา หรือข้อสงสัยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ท่าน สามารถติดต่อเจ้าหน้าที่สรรพากรได้ หลายช่องทาง					
1.2.4 ท่านคิดว่า การแจ้งผลการ โอนเงินคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่าน บริการพร้อมเพย์ ด้วยระบบ SMS ช่วย เพิ่มความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน					
2. การรับรู้ความเสี่ยง					
2.1 ท่านคิดว่าการขอคืนภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ มีความเสี่ยงที่จะได้รับยอดเงินที่ไม่ถูกต้อง					
2.2 ท่านคิดว่าการขอคืนภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์มี ความเสี่ยงที่ข้อมูลอาจถูกขโมยจากผู้ไม่หวังดี					

ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2. การรับรู้ความเสี่ยง (ต่อ)					
2.3 ท่านคิดว่าการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์มีความเสี่ยงจากระบบพร้อมเพย์ขัดข้องในระหว่างขั้นตอนการโอนเงิน					
2.4 ท่านคิดว่าการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ช่วยลดความเสี่ยงจากการที่ท่านไม่ได้รับคืนภาษี					
3. ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน					
3.1 เว็บไซต์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ท่านเข้าใช้งานมีความน่าเชื่อถือ สามารถสร้างความมั่นใจในการใช้งานให้กับท่านได้					
3.2 บริการพร้อมเพย์มีความปลอดภัยสูง ได้มาตรฐาน สร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในการเลือกเป็นช่องทางการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา					
3.3 บริษัทที่รักษาความปลอดภัยให้แก่บริการพร้อมเพย์มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ สามารถสร้างความมั่นใจแก่ท่านได้					
3.4 กรมสรรพากรให้ข้อมูลการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ที่ถูกต้อง เป็นประโยชน์ ชัดเจน ละเอียดยิ่งพอแก่ท่าน					

### ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์


คำชี้แจง : ให้ท่านพิจารณาการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

หากท่านได้รับการคืนภาษี ท่านตัดสินใจขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ในอนาคตอันใกล้นี้

( ) ใช่

( ) ไม่ใช่

### ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....





## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	19

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยให้ได้รับการคืนภาษีได้รวดเร็วยิ่งขึ้น	73.97	48.654	.678	.875
การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยลดค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในกระบวนการการขอคืนภาษีของท่านได้ (เช่น ค่าเดินทางในการนำเช็คไปขึ้นเงิน)	74.03	51.137	.497	.881
การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยให้การคืนเงินมีความถูกต้อง แม่นยำมากขึ้น	74.10	48.438	.641	.876
ขั้นตอนการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ มีความปลอดภัยของข้อมูล	74.10	48.576	.726	.874
การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของกรมสรรพากร ในขั้นตอนการขอคืนภาษี	74.10	48.093	.723	.873
หากเกิดปัญหา ในการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ สามารถตรวจสอบความถูกต้องและรายละเอียดได้	74.13	48.189	.803	.871
การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น	74.07	48.133	.810	.871
สามารถเรียนรู้ และทำความเข้าใจการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ได้ง่าย	74.13	49.982	.599	.878
การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ มีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อน	74.07	47.857	.777	.872

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
หากเกิดปัญหาหรือข้อสงสัยการขอคืนภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ สามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ สรรพากรได้หลายช่องทาง	74.10	48.714	.658	.876
การแจ้งผลการโอนเงินคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่าน บริการพร้อมเพย์ ด้วยระบบ SMS ช่วยเพิ่มความสะดวก แก่ผู้ใช้งาน	73.77	51.013	.612	.879
การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ มีความเสี่ยงที่จะได้รับยอดเงินที่ไม่ถูกต้อง	74.23	47.495	.663	.875
การขอคืนภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ มีความเสี่ยงที่ข้อมูลอาจถูกขโมยจากผู้ไม่หวังดี	74.17	48.144	.632	.876
การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ มีความเสี่ยงจากระบบพร้อมเพย์ขัดข้องในระหว่าง ขั้นตอนการโอนเงิน	74.33	53.333	.232	.890
การคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ช่วยลดความเสี่ยงจากการที่ท่านไม่ได้รับคืนภาษี	74.47	49.913	.607	.878
เว็บไซต์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่เข้าใช้งานมี ความน่าเชื่อถือ สามารถสร้างความมั่นใจในการใช้งานได้	73.33	58.575	-.405	.900
บริการพร้อมเพย์มีความปลอดภัยสูง ได้มาตรฐาน สร้าง ความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในการเลือกเป็นช่องทาง การคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	73.43	56.875	-.140	.896
บริษัทที่รักษาความปลอดภัยให้แก่บริการพร้อมเพย์มี ชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ สามารถสร้างความมั่นใจได้	73.60	52.938	.301	.887
กรมสรรพากรให้ข้อมูลการคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านบริการพร้อมเพย์ที่ถูกต้องเป็นประโยชน์ ชัดเจน ละเอียดเพียงพอ	73.67	56.506	-.086	.900





## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ที่ ศธ 6806 (ทบ)/๕๐

โทร.032-594-107 ภายใน 41241-2  
วันที่ 12 มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย


เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก

ด้วย นางสาวอณิศยาภา บุญรอด รหัสประจำตัว 59602327 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม"

มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็น ผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)  
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ปณิธานของบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"



## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ที่ ศธ 6806 (ทบ)/๖1

โทร.032-594-107 ภายใน 41241-2  
วันที่ 12 มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

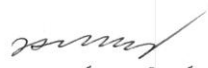
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

ด้วย นางสาวอณิศยาภา บุญรอด รหัสประจำตัว 59602327 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิตสาขาวิชา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม"

มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)  
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ปณิธานของบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"





## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ที่ ศธ 6806 (ทบ)/๕๒

โทร.032-594-107 ภายใน 41241-2  
วันที่ 12 มีนาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

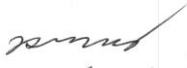
เรียน อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต

ด้วย นางสาวอณิศยาภา บุญรอด รหัสประจำตัว 59602327 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม"

มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)  
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ปณิธานของบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"



๑-๐๖๐๐๐๐๐-๒๒๒๒๒



ที่ กค ๐๗๒๔/๒๕๕๖

สำนักงานสรรพากรภาค ๖  
๕๓ ถ.เทศา ต.พระปฐมเจดีย์  
อ.เมืองนครปฐม จ.นครปฐม ๗๓๐๐๐

๒๖ มีนาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล

เรียน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

อ้างถึง หนังสือ ที่ ศธ ๖๘๐๖ (พบ)/๕๓ ลงวันที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๖๑

สิ่งที่ส่งมาด้วย รายงานแสดงจำนวนการยื่นแบบ ภ.ง.ด.๙๐ และ ภ.ง.ด.๙๑ ปีภาษี ๒๕๕๙

ตามหนังสือที่อ้างถึง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตปีภาษี ๒๕๖๐ ในเขตพื้นที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม ๑ และสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม ๒ ให้แก่นางสาวอณัญญาภา บุญรอด นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

สำนักงานสรรพากรภาค ๖ พิจารณาแล้ว ยินดีให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว รายละเอียดตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ทั้งนี้ นางสาวอณัญญาภา บุญรอด ได้ขอเปลี่ยนแปลงปีภาษีของข้อมูลที่ต้องการเป็นปีภาษี ๒๕๕๙

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายไพฑูรย์ วงษ์สงฆ์)

นักวิชาการสรรพากรชำนาญการพิเศษ รักษาการในตำแหน่ง  
นักวิชาการสรรพากรเชี่ยวชาญ รักษาการแทน  
สรรพากรภาค ๖

ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ  
โทร ๐ ๓๔๒๕ ๑๐๓๗ ต่อ ๒๑๐  
โทรสาร ๐ ๓๔๒๕ ๕๐๐๘

รายงานแสดงจำนวนการยื่นแบบ ภ.ง.ด.๙๐ และ ภ.ง.ด.๙๑ ปีภาษี ๒๕๕๙  
 ที่ยื่นผ่านอินเทอร์เน็ตระหว่างวันที่ ๑ ม.ค. ๒๕๖๐ ถึง ๑๐ เม.ย. ๒๕๖๐  
 แยกตามอำเภอภูมิลำเนาที่ระบุไว้หน้าแบบแสดงรายการ  
 ในท้องที่จังหวัดนครปฐม

ภูมิลำเนา	ภ.ง.ด.๙๐	ภ.ง.ด.๙๑
อำเภอเมืองนครปฐม	๗,๒๒๑	๔๒,๖๒๗
อำเภอกำแพงแสน	๑,๔๔๑	๘,๙๑๑
อำเภอดอนตูม	๕๑๐	๔,๓๓๐
อำเภอนครชัยศรี	๑,๘๘๕	๒๓,๑๕๗
อำเภอบางเลน	๗๑๕	๑๖,๖๑๖
อำเภอพุทธมณฑล	๑,๓๒๖	๖,๙๓๒
อำเภอสสามพราน	๕,๘๑๔	๙๕,๖๐๑

## รายการอ้างอิง

- Ajzen, I. และ Fishbein, M. (1975). Belief, attitude, intention and behaviour : An introduction to theory and research. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
- Anuar, S. และ Othman, R. (2010). Determinants of Online Tax Payment System in Malaysia. *International Journal of Public Information Systems*, 6(1), 17-32.
- Bauer, R. A. (1967). Consumer Behavior as Risk Taking. In: Cox, D.F., (Ed.), Risk Taking & Information Handling in Consumer Behavior. Graduate School of Business Administration, Harvard University: Boston.
- Crotts, J. C. และ Turner, G. B. (1999). Determinants of intra-firm trust in buyer-seller relationships in the international travel trade. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(2/3), 116-123.
- Davis, F. D. (1985). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-user Information Systems: Theory and Results. (Ph.D. IN MANAGEMENT), Massachusetts Institute of Technology
- Kumar, S. และ Gupta, S. (2017). A Study on Income Tax Payers Perception towards Electronic Filing. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(S7), 1-14.
- Lu, C. T., Huang, S. Y. และ Lo, P. Y. (2010). An empirical study of on-line tax filing acceptance model: Integrating TAM and TPB. *African Journal of Business Management*, 4(5), 800-810.
- Morgan, R. M. และ Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Nasir, M. A., Wu, J., Yago, M. และ Li, H. (2015). Influence of Psychographics and Risk Perception on Internet Banking Adoption: Current State of Affairs in Britain. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(2), 461-468.

- Park, S. Y. (2009). An Analysis of the Technology Acceptance Model in Understanding University Students' Behavioral Intention to Use e-Learning. *Educational Technology & Society*, 12(3), 150-162.
- Rajeswari, K. และ Mary, T. S. (2014). E-Filing of Income Tax returns: Awareness and Satisfaction level of salaried employees. *International Journal of Current Research and Academic Review*, 2(9), 39-45.
- Rogers, E. M. และ Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of innovations: a cross-cultural approach*. New York: Free Press.
- Venkatesh, V. และ Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model : four longitudinal field studies. *Management Science*, 26(2), 186-204.
- กรมสรรพากร. (2559a). การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ National e-Payment. Retrieved from [http://www.rd.go.th/publish/seminar/e-Payment\\_2-3-6-7.pdf](http://www.rd.go.th/publish/seminar/e-Payment_2-3-6-7.pdf)
- กรมสรรพากร. (2559b). แถลงข่าวเรื่อง กรมสรรพากรแนะนำให้ยื่นแบบ ภ.ง.ด.90 ภ.ง.ด.91 ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยปีนี้จะคืนภาษีผ่านระบบพร้อมเพย์. เลขที่ข่าว ปชส. 5/2560. วันที่แถลงข่าว 25 ธันวาคม 2559. Retrieved from [http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user\\_upload/news/news05\\_2560.pdf](http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/news/news05_2560.pdf)
- กรมสรรพากร. (2559c). แถลงข่าวเรื่อง การปรับปรุงโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาใหม่ เริ่มใช้ตั้งแต่ปีภาษี 2560 เป็นต้นไป. เลขที่ข่าว ปชส. 15/2559. วันที่แถลงข่าว 20 เมษายน 2559. Retrieved from [http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user\\_upload/news/news15\\_2559.pdf](http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/news/news15_2559.pdf)
- กรมสรรพากร. (2560a). แถลงข่าวเรื่อง ผู้เสียภาษีมั่นใจได้ภาษีคืนไว สรรพากรคืนผ่านพร้อมเพย์มากกว่า 60%. เลขที่ข่าว ปชส. 12/2560. วันที่แถลงข่าว 10 กุมภาพันธ์ 2560. Retrieved from [http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user\\_upload/news/news12\\_2560.pdf](http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/news/news12_2560.pdf)
- กรมสรรพากร. (2560b). สิทธิ และหน้าที่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา. Retrieved from [http://download.rd.go.th/fileadmin/download/insight\\_pasi/personalincome\\_60.pdf](http://download.rd.go.th/fileadmin/download/insight_pasi/personalincome_60.pdf)



- กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร. (2546). ภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร 2546. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์.
- เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม. (2552). การคลังว่าด้วยการจัดสรรและการกระจาย. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์อักษรสัมพันธ์ (1987).
- เกวรินทร์ ละเอียดตินันท์. (2557). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การค้นคว้าอิสระ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนโครงการการให้ความรู้และส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์. (2559). คู่มือการประชาสัมพันธ์โครงการการให้ความรู้และส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์. Retrieved from [http://www.epayment.go.th/home/app/handbill\\_21092559](http://www.epayment.go.th/home/app/handbill_21092559).
- คุณिता เทพวงศ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ในเขตจังหวัดชลบุรี. สหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี, 2(1), 1-9.
- จิตยาดา แก้วแทน. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน : กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การค้นคว้าอิสระ), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จิรวุฒน์ วงศ์ธงชัย. (2555). ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของกลุ่มผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย. (ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยานิพนธ์), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ชวิศา พุ่มดนตรี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การค้นคว้าอิสระ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยรัตน์ เอี่ยมกุลวัฒน์. (2558). เศรษฐศาสตร์ภาครัฐ : ทฤษฎีและแนวคิดเชิงนโยบาย กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิตยาภรณ์ อีรานูวรรตน์. (2553). การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust Perception) ของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location-Based Service. (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต การค้นคว้าอิสระ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ณิษภัค อโนทิพย์. (2556). การศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ Facebook. (ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคนิพนธ์), มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด.
- ทองอุไร ลิ้มปิติ. (2559). ธปท.แถลงบริการโอนเงินและรับโอนเงินแบบใหม่ “พร้อมเพย์ – PromptPay. Retrieved from <http://www.thansettakij.com/content/62487>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). ธุรกิจการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking. Retrieved from <http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=688>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.-a). ความเสี่ยงในระบบการชำระเงิน. Retrieved from <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Others/PaymentRisk/Pages/default.aspx>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.-b). พร้อมเพย์ : บริการโอนเงินและรับเงิน-ทางเลือกใหม่. Retrieved from <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/PSServices/PromptPay/Pages/default.aspx>
- ฉัญญลักษณ์ พลวัน, สุพรรณษา กุลแก้ว และ ณัฐสิทธิ์ เกิดศร. (2557). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี QR Code ของกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิศวกรรมสาร มก., 88(27), 29-40.
- ธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. (2551). โมเดลเชิงสาเหตุของความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สารนิพนธ์), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นภดล อิมกระจ่าง, ณรงค์ ปานเจริญ และ บุญเสริม สังข์มงคล. (2545). ระเบียบและแนวปฏิบัติงานสรรพากร 2545.
- บุญธรรม ราชรักษ์. (2540). เศรษฐศาสตร์ภาษีอากรไทย (พิมพ์ครั้งที่ 1 ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.

- พรชนก พลาบุลย์. (2558). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรม ผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย. (ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การค้นคว้าอิสระ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พริณฎา หลวงเทพ และ ประสพชัย พสุนนท์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. *Veridian E-Journal*, 7(2), 621-638.
- รัฐศักดิ์ พิศุทธางกูร. (ม.ป.ป.). คำบรรยายกฎหมายเกี่ยวกับภาษีเงินได้ Retrieved from [http://e-book.ru.ac.th/ebook\\_files/LAW4001/](http://e-book.ru.ac.th/ebook_files/LAW4001/)
- วรรณาท สามารถ. (2557). บุพปัจจัยและความแตกต่างของความเชื่อถือว่าวางใจในทีมและความผูกพันต่อองค์การระหว่างพนักงานในทีมดั้งเดิมและทีมเสมือนจริง : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมสายการบิน. (ปริญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิทยานิพนธ์), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วรรัตน์ สันติวงษ์. (2549). ปัจจัยที่ผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารต่อการใช้บริการ E-Banking. (ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สารนิพนธ์), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วันทนี มงคลทรัพย์กุล, อัญญา ดิษฐานนท์, อรพรรณ คงมาลัย และ จันทร์จิรา นพคุณธรรมชาติ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ : กรณีศึกษาการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจร.*, 39(1), 3-9.
- ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง. (2558). ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะอิเล็กทรอนิกส์ของ การยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา. *วิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 11(1), 207-215.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3 (ฉบับปรับปรุง). ed.). กรุงเทพฯ: บริษัท เอ.อาร์. บีซิเนส เพรส.
- สมคิด บางโม. (2552). ภาษีอากรธุรกิจ. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สรารุช ควชะกุล และ ไกรชิต สุตะเมือง. (2557). ความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *การเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ*, 4(2), 495-514.

- สวรส อมรแก้ว. (2555). ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าอาหารจากตลาดสดในกรุงเทพมหานครของผู้บริโภค. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สารนิพนธ์), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สัจชัย อุปะเตีย. (2553). ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การศึกษาเฉพาะบุคคล), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2558). การยื่นคำร้องขอหนังสือหรือเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และการจัดทำรายงานและเผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์. Retrieved from <https://www.etda.or.th/content/e-filing-and-e-reporting.html>
- สุกัญญา ตันธนวัฒน์, อสมกนิพงษ์ ฉัตราคม, วรณี จิเจริญ และ อติ ไทยานันท์. (2552). เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economic). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อรทัย เลื่อนวัน. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ : กรณีศึกษากิจกรรมพัฒนาชุมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การค้นคว้าอิสระ), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อรรวรรณ สุขยานี. (2558). ความตั้งใจการใช้ระบบสารสนเทศการบริหารทรัพยากรบุคคลของบุคลากรสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ : การประยุกต์ใช้ตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยี. (งานวิจัย), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อุศณี กอจิตตวนิจ และ มนวิภา ผดุงสิทธิ์. (2553). ความพึงพอใจในการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในเขตกรุงเทพมหานคร. วิชาชีพบัญชี, 6(16), 28-42.
- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). ความตระหนักและการยอมรับการนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์กรภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิทยานิพนธ์), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวอณัศยามา บุญรอด
วัน เดือน ปี เกิด	5 พฤศจิกายน 2530
สถานที่เกิด	จังหวัดกาญจนบุรี
วุฒิการศึกษา	ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	77/2 หมู่ที่ 7 ตำบลสามควายเผือก อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

