



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-TAX ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร  
FACTORS AFFECTING DECISIONS FOR ENTREPRENEURS TO USE E-TAX SERVICES  
IN BANGKOK



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2566

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-TAX ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการ)  
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ปีการศึกษา 2566  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

FACTORS AFFECTING DECISIONS FOR ENTREPRENEURS TO USE E-TAX SERVICES  
IN BANGKOK



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
(Business Administration)  
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2023

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-TAX ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ

ภัทน์พงศ์ พรหมศรี

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการ)  
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กังวาน ยอดวิเศษศักดิ์)

..... ประธาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ กุลวิเศษชนะ)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ)

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-TAX ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	ภัทน์พงศ์ พรหมศร
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กังวาน ยอดวิเศษศักดิ์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax 2) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ส่งผลต่อการกระบวนการตัดสินใจใช้บริการตามแนวคิด AIDA Model ด้านการรับรู้ การสนใจ การต้องการ และการตัดสินใจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 372 คน ซึ่งการสุ่มเก็บตัวอย่างแบบเจาะจงและการสุ่มแบบตามสะดวก ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ การทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการรับรู้ว่าง่าย ด้านทัศนคติ และด้านความตั้งใจอยู่ในระดับมาก ส่วนกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ประกอบด้วยด้านการต้องการ และด้านการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการสนใจและด้านการรับรู้ประโยชน์ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย ระยะเวลาที่เปิดกิจการและด้านการรับรู้ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วยด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านการรับรู้ว่าง่าย ด้านทัศนคติ และด้านความตั้งใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผลการวิจัยในการครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ว่าง่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการ

คำสำคัญ : ไบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์, ผู้ประกอบการ, การยอมรับเทคโนโลยี, การตัดสินใจใช้บริการตามแนวคิด AIDA Model

Title	FACTORS AFFECTING DECISIONS FOR ENTREPRENEURS TO USE E-TAX SERVICES IN BANGKOK
Author	PATTANAPONG PROMSORN
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2023
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Kangwan Yodwisitsak

The aims of this research are as follows: (1) to study the factors influencing the decisions of businesses to use E-Tax services; and (2) to study the factors affecting acceptance of technology businesses, and influencing decisions on using E-Tax services in Bangkok, which affected the decision-making process according to the AIDA Model, focusing on perception, interest, desire, and decision-making. The questionnaire was used as the instrument for data collection. In order to collect data from business owners in the Bangkok. There were 372 samples and group sampling was conducted by selecting areas in Bangkok. The data analyzed using statistics, including mean, percentage and standard deviations, as well as t-tests, analysis of variance, and multiple regression analysis to test the hypothesis. The research findings indicated that the factor of technology acceptance concerning perceived benefits was at the highest level. As for the aspects of perceived ease, attitudes and intentions, they were at a high level. Concerning the decision-making process to use E-Tax services, it had desire and decision-making at the highest level. Moreover, interest and perception were also at a high level. The results of the hypothesis testing results indicated that there are statistically significant differences among business owners, including the duration of business operation and perception, which influenced decisions to use E-Tax services among business owners in Bangkok at a significance level of 0.05. Furthermore, the aspect of technology acceptance includes perceived benefits, perceived ease, attitudes, and intentions, significantly impacts decisions to use E-Tax services among business owners in Bangkok at a level of 0.05. The findings of this study demonstrated that perceived benefits and perceived ease significantly influenced the decision to use E-Tax services among business owners.

Keyword : Electronic Tax Invoice, Entrepreneurs, Technology acceptance, Purchasing decisions, AIDA model

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จไม่ได้หากผู้วิจัยไม่ได้รับความกรุณา และความเมตตาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กังวาน ยอดวิเศษศักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ซึ่งเป็นผู้ชี้แนะแนวทางช่วยเหลือ และให้คำแนะนำเป็นอย่างดีเสมอมา ตรวจสอบสารนิพนธ์ให้ผ่านลุล่วงไปได้ด้วยดี นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนเสร็จสมบูรณ์เป็นสารนิพนธ์ ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาอย่างสูง ขอกราบขอบคุณผู้บริหารทางบริษัท การศึกษาครั้งนี้ผู้บังคับบัญชาที่เปิดโอกาสทางการศึกษาและส่งเสริมการพัฒนาความรู้เสมอมา ขอกราบขอบพระคุณประธานกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์ในครั้งนี้ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบุญ กุลวิเศษชนะ และกรรมการสอบผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐยา ประดิษฐสุวรรณ ที่ให้คำแนะนำในการจัดทำและปรับปรุงที่เพิ่มความสมบูรณ์ให้กับสารนิพนธ์ฉบับนี้คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณอันยิ่งใหญ่ ของบิดาและมารดา ผู้ให้ความรัก ความเมตตา และสนับสนุนให้ได้รับการศึกษาอย่างดีมาโดยตลอดรวมทั้งผู้อยู่เบื้องหลังของความสำเร็จในครั้งนี้ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจในการก้าวผ่านอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการทำวิจัยครั้งนี้สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณคณาจารย์เจ้าหน้าที่ เพื่อน ๆ สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่คอยช่วยเหลือในทุก ๆ ด้านของการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

ภัทน์พงศ์ พรหมศรี

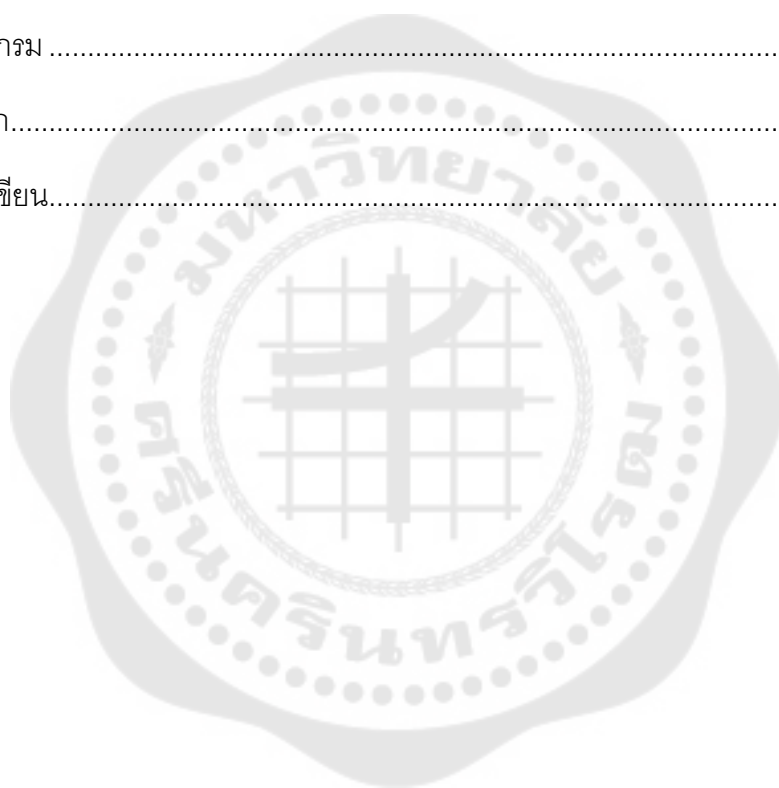
## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ .....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง .....	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย .....	2
ความสำคัญของการวิจัย .....	2
ขอบเขตของการวิจัย .....	3
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	3
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย .....	3
ตัวแปรที่ศึกษา .....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ .....	7
2.1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ .....	7
2.1.2 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ.....	9



2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ .....	12
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ .....	17
2.3.1 ความหมายของกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ .....	17
2.3.2 แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการตอบสนอง ไอดาโมเดล (AIDA Model).....	23
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	28
3.1 รูปแบบการวิจัย .....	28
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	28
3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
3.4 การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย.....	31
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	33
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	33
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	39
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	39
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน.....	39
4.1.1 ปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ .....	39
4.1.2 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี .....	41
4.1.3 กระบวนการตัดสินใจ.....	47
4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	52
4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 .....	52
4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 .....	56
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	59

5.1 ความมุ่งหมายการวิจัย.....	59
5.2 ความสำคัญของการวิจัย.....	59
5.3 สมมติฐานการวิจัย.....	59
5.4 สรุปผลการวิจัย.....	60
5.5 การอภิปรายผลการวิจัย.....	62
5.6 ข้อเสนอแนะ.....	64
บรรณานุกรม.....	66
ภาคผนวก.....	70
ประวัติผู้เขียน.....	78



## สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงจำนวนค่าความถี่ และร้อยละตามปัจจัยส่วนผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่าง .....	40
ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวม ....	42
ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์.....	43
ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ว่าง่าย .....	44
ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติ .....	45
ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความตั้งใจ .....	46
ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจ โดยรวม.....	47
ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของกระบวนการตัดสินใจ ด้านการรับรู้ .....	48
ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของกระบวนการตัดสินใจ ด้านการสนใจ .....	49
ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของกระบวนการตัดสินใจ ด้านการต้องการ	50
ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของกระบวนการตัดสินใจ ด้านการตัดสินใจ	51
ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนใช้บริการใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทธุรกิจ .....	52
ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนใช้บริการใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนพนักงานในองค์กร .....	54

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนให้บริการ ใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจให้บริการ E-Tax ของ ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ.....	55
ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีผู้ประกอบการธุรกิจที่ ขึ้นทะเบียนให้บริการใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจให้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Least - Significant Different (LSD) .....	56
ตาราง 16 ตารางค่าของคะแนนมาตรฐาน (Beta) และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในการพยากรณ์ คะแนนดิบ (B) ในสมการพหุคูณถดถอย ใช้ในการพยากรณ์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผล ต่อการตัดสินใจให้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร .....	57
ตาราง 17 สรุปผลทดสอบสมมติฐาน .....	58

## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	5
ภาพประกอบ 2 ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล: TRA (Fishbein & Ajzen, 1980).....	13
ภาพประกอบ 3 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Ajzen, 1991) .....	14
ภาพประกอบ 4 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี :TAM (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989) .....	16
ภาพประกอบ 5 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process) .....	17



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

ใบกำกับภาษีเป็นเอกสารหลักฐานสำคัญที่ออกโดยผู้ประกอบการที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มต่อกรมสรรพากร ซึ่งต้องมีหน้าที่ในการจัดทำและออกใบกำกับภาษีให้แก่ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการทุกครั้งที่มีการขายสินค้าหรือให้บริการทันทีที่มีการชำระเงินและแสดงถึงการชำระภาษีมูลค่าเพิ่มเกิดขึ้น เพื่อแสดงมูลค่าของสินค้าหรือบริการ และจำนวนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ผู้ประกอบการเรียกเก็บหรือพึงเรียกเก็บจากการขายสินค้าหรือให้บริการในแต่ละครั้ง หรือในกรณีที่ผู้ซื้อสินค้ามาใช้บริการจำนวนหลายครั้งต่อวัน ผู้ประกอบการสามารถพิจารณาออกใบกำกับภาษีรวมเพียงครั้งเดียวในหนึ่งวันทำการสำหรับผู้ซื้อสินค้านั้นก็ได้ โดยรายละเอียดสำคัญที่ต้องแสดงในใบกำกับภาษีเต็มรูปประกอบด้วย ชื่อใบกำกับภาษีที่แสดงให้เห็นชัดเจน ชื่อ ที่อยู่ และเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากรของผู้ประกอบการ ชื่อ ที่อยู่ของผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการ หมายเลขลำดับของใบกำกับภาษี ชนิด ประเภทของสินค้าหรือบริการ วัน เดือน ปี ที่ออกใบกำกับภาษี ซึ่งรายละเอียดต่างๆ ในใบกำกับภาษีจะต้องแสดงอย่างชัดเจน สามารถอ่านและเห็นรายละเอียดดังกล่าวได้ กรมสรรพากร, (ม.ป.ป) เนื่องจากใบกำกับภาษีเต็มรูปนั้นประกอบด้วยรายละเอียดต่างๆ จำนวนมาก อีกทั้งยังต้องแสดงรายการสินค้าให้ครบถ้วนสมบูรณ์จึงทำให้ใบกำกับภาษีเต็มรูปมีขนาดใหญ่ ต่อมากรมสรรพากรได้อนุญาตให้ใช้ใบกำกับภาษีอย่างย่อที่มีขนาดและรายละเอียดที่ลดลงแต่ยังคงความหมายของการแสดงภาษีมูลค่าเพิ่มที่ชำระอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการใช้งานมากขึ้น เมื่อมีการขายสินค้าหรือมีการให้บริการในทุกๆ ครั้ง ผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องออกใบกำกับภาษีที่ถูกต้องให้แก่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการ และต้องจัดทำใบกำกับภาษีแบบเต็มรูปทันทีที่ได้รับการร้องขอจากผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการอีกด้วย (Ginkgo Soft. 2022)

ต่อมากรมสรรพากรได้มีการปรับปรุงรูปแบบการออกใบกำกับภาษีให้มีความสะดวกสบายต่อผู้ประกอบการมากขึ้น โดยได้รับระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการบันทึกและส่งข้อมูลการชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งเป็นไปตามประมวลรัษฎากร ใบกำกับภาษีตามมาตรา 86/4 รวมถึง ใบเพิ่มหนี้ตามมาตรา 86/9 และใบลดหนี้ตามมาตรา 86/10 รวมถึงใบรับตามมาตรา 105 ทวิ แห่งประมวลรัษฎากร ที่ได้มีการจัดทำข้อความขึ้นเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้ลงลายมือชื่อดิจิทัลด้วยวิธีการที่กรมสรรพากรกำหนด โดยผู้ประกอบการสามารถยื่นเจตจำนงในการขอใช้บริการใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อขออนุญาตเปิดดำเนินการออกภาษีในรูปแบบดังกล่าวได้

ผ่านช่องทางการส่งอีเมลถึงผู้ซื้อและสำเนา ไปยังระบบกลางที่ csemail@etax.teda.th เพื่อให้ระบบประทับรับรองเวลา (Time Stamp) จากนั้น ระบบ E-Tax Invoice by Email จะส่งใบกำกับภาษีที่ประทับรับรองเวลา (Time Stamp) ไปยังอีเมลของผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อเก็บรักษาไว้เป็นหลักฐาน และนำส่งข้อมูลให้กรมสรรพากรโดยอัตโนมัติ ตามระเบียบกรมสรรพากร ว่าด้วยการจัดทำ ส่งมอบ และเก็บรักษาใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ E-Tax Invoice by Email พ.ศ. 2560 (กรมสรรพากร, 2560)

ถึงแม้ว่าระบบการออกใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ E-Tax Invoice นั้นจะเปิดให้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2560 แต่ยังคงพบว่ามีจำนวนผู้ใช้งานในระบบดังกล่าวไม่มากนัก ซึ่งจากสถิติการขึ้นทะเบียนรายชื่อผู้ประกอบการออกใบกำกับภาษี/ใบรับ ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ระบบ E-Tax Invoice & E-Receipt และ E-Tax Invoice by Email ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2566 พบว่า มีจำนวนผู้ประกอบการที่ใช้บริการใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ จำนวนทั้งสิ้น 3,045 ราย (กรมสรรพากร, 2566) หากจะเทียบกับจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจและกิจการที่มีจำนวนมากกว่า 114,829 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565) จึงจะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ประกอบการที่เลือกใช้บริการระบบดังกล่าวมีจำนวนน้อย ซึ่งอาจเนื่องจากปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการระบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้

### วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

#### ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

### ความสำคัญของการวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้หวังผลเพื่อผู้ประกอบการ E-Tax และผู้สนใจในบริการ ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ผู้ที่มีความสนใจในบริการ E-Tax สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็น แนวทางในการเริ่มต้นการใช้บริการ E-Tax ได้

## ขอบเขตของการวิจัย

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนให้บริการใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์  
ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนทั้งสิ้น 3,045 ราย (กรมสรรพากร, 2566)

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนให้บริการใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์  
ในเขตกรุงเทพมหานคร คำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณของ Yamane (1967) ด้วย  
วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) แบบชั้นภูมิ (Stratified  
sampling) ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 354  
ราย

### ตัวแปรที่ศึกษา

#### 1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

##### 1.1 ปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ

- ประเภทธุรกิจ
- จำนวนพนักงาน
- ระยะเวลาที่เปิดกิจการ
- พฤติกรรมการเก็บข้อมูล

##### 1.2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

- การรับรู้ประโยชน์การใช้บริการ E-Tax
- การรับรู้ความง่ายการใช้บริการ E-Tax
- ทศนคติของผู้ใช้บริการ E-Tax
- ความตั้งใจที่จะใช้บริการ E-Tax

#### 2. ตัวแปรตาม ได้แก่

##### 2.1 กระบวนการตัดสินใจใช้บริการตามแนวคิด AIDA Model

- การรับรู้ (Attention)
- การสนใจ (Interest)
- การต้องการ (Desire)
- การตัดสินใจ (Action)



## นิยามศัพท์เฉพาะ

**ใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์** หมายถึง ใบกำกับภาษีรูปแบบหนึ่งที่อยู่ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้เป็นหลักฐานแสดงจำนวนภาษีมูลค่าเพิ่ม ที่ผู้ประกอบการมีหน้าที่ในการออกใบเสร็จให้แก่ผู้ซื้อหรือผู้ให้บริการ

**ผู้ประกอบการ** หมายถึง บุคคลที่ศึกษาการสร้างธุรกิจและทำธุรกิจใหม่ ๆ รวมถึงผู้ที่ผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อขายแก่ผู้ซื้อ โดยการสร้างร้านหรือองค์กรเพื่อการขายสินค้าและบริการนั้น

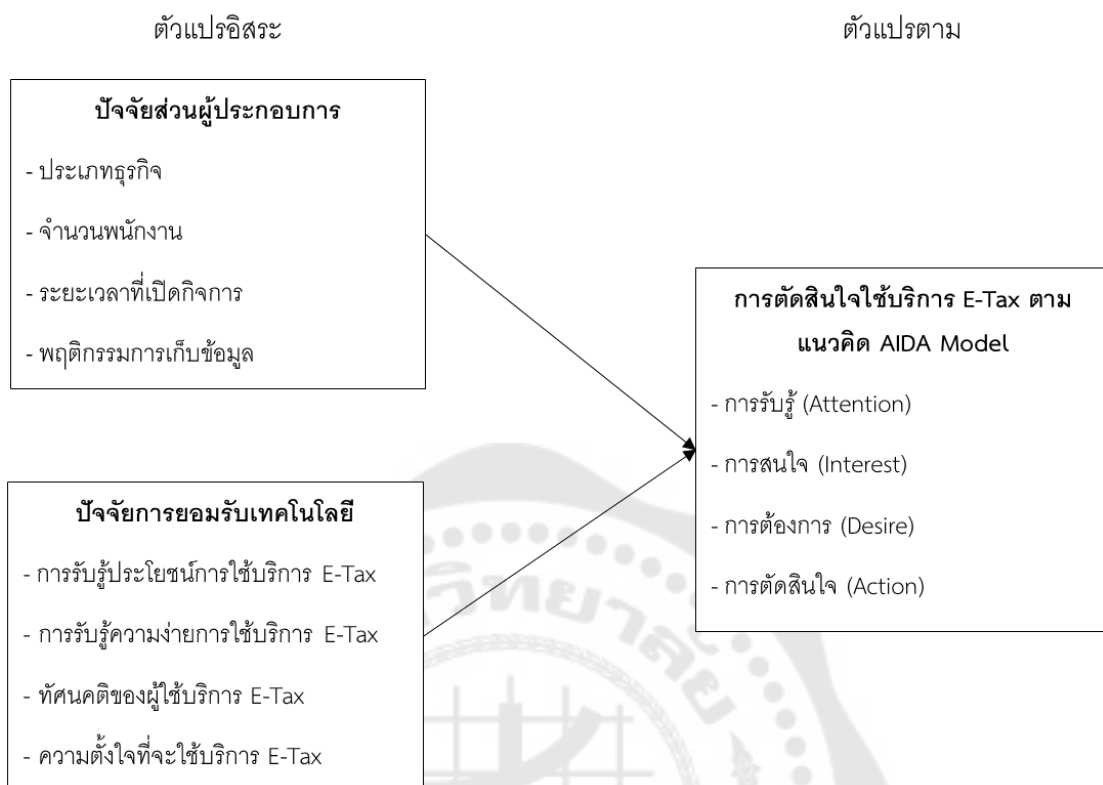
**การยอมรับเทคโนโลยี** หมายถึง ความเข้าใจในเทคโนโลยีและการตัดสินใจในการยอมรับเทคโนโลยีและนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

1. การรับรู้ประโยชน์การให้บริการ E-Tax หมายถึง การเข้าใจข้อมูลคุณค่าประโยชน์การใช้งานส่วนบุคคลที่มีต่อการให้บริการ E-Tax ซึ่งคาดว่าจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการทำงาน
2. การรับรู้ว่าง่ายต่อการให้บริการ E-Tax หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลว่าการให้บริการ E-Tax สามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน หรือไม่ต้องใช้ความพยายาม
3. ทศนคติของผู้ให้บริการ E-Tax หมายถึง ความรู้สึก ความคิดหรือความเชื่อ และแนวโน้มในการแสดงออกเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล โดยเป็นปฏิกิริยาโต้ตอบเมื่อได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ E-Tax
4. ความตั้งใจที่จะให้บริการ E-Tax หมายถึง ความตั้งใจและการวางแผนของผู้ใช้ที่จะให้บริการ E-Tax

**การตัดสินใจใช้บริการตามแนวคิด AIDA Model** หมายถึง กระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้คนผ่านการพิจารณาความรู้สึกต่างๆ ได้แก่ การรับรู้ (Attention), การสนใจ (Interest), การต้องการ (Desire), การตัดสินใจ (Action)

## กรอบแนวคิดการวิจัย

ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ เป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี และการตัดสินใจใช้บริการตามแนวคิด AIDA Model สร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ ผู้วิจัยสืบค้นแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากเอกสาร ตำรา วารสาร บทความ ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ

##### 2.1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

Hatten (2006) ได้ให้คำนิยามของคำว่าผู้ประกอบการไว้ว่า ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีโอกาสและผลประโยชน์จากการทำธุรกิจ โดยผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีความรู้รวมถึงความเข้าใจเกี่ยวกับการเงิน การจัดการทรัพยากรดิบ อีกทั้งต้องเผชิญกับความเสี่ยงในการริเริ่มดำเนินธุรกิจ Hatten ได้ระบุลักษณะพฤติกรรมผู้ประกอบการไว้ดังนี้:

1. ความคิดสร้างสรรค์ (Creation): ริเริ่มดำเนินธุรกิจแนวใหม่
2. การสร้างนวัตกรรม (Innovation): ดำเนินธุรกิจใหม่รวมถึงกระบวนการผลิตสินค้า การตลาด และการจัดการองค์กร โดยใช้กระบวนการที่แตกต่าง
3. การบริหารความเสี่ยง (Risk management): สามารถรับผิดชอบต่อความเสี่ยงที่อาจเป็นสาเหตุในการดำเนินธุรกิจล้มเหลว
4. ความสามารถบริหารงานทั่วไป (General management): มีแนวทางการดำเนินธุรกิจ และจัดสรรทรัพยากรองค์กรให้เหมาะสม
5. มุ่งหวังประสิทธิภาพ (Performance intention): ตั้งคาคาดหวังผลกำไร และระดับการเจริญเติบโตของธุรกิจ

สิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2555) ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งธุรกิจหรือมีส่วนในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเพื่อเก็บเกี่ยวกำไรและความพึงพอใจตามเป้าหมายที่กำหนด นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังเป็นผู้กระตุนการเปลี่ยนแปลงทาง

เศรษฐกิจ ต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบและตัดสินใจตามกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจของตน การทำงานอย่างสร้างสรรค์ โดยมีมุมมองในการจัดการเพื่อสร้างแหล่งทรัพยากรใหม่ ๆ หรือนำความสามารถเก่ามาใช้ร่วมกันเพื่อสร้างความสามารถใหม่ ๆ เพื่อเป้าหมายในการสร้างความมั่งคั่งแก่ธุรกิจ

ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558) ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งธุรกิจขึ้นมาด้วยตนเอง สามารถรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจได้ทั้งหมด มีการค้นหาโอกาสทางธุรกิจให้ตนเอง และส่งมอบสินค้าหรือบริการตามที่ถูกค่าความต้องการ เพื่อสร้างผลกำไรคืนสู่ธุรกิจของตนเอง

สว่างพงษ์ แซ่จิ่ง (2559) ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ริเริ่มก่อตั้งธุรกิจและดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง โดยใช้ความสามารถทั้งหมดที่ตนเองมีในการเผชิญกับความไม่แน่นอน มีเป้าหมายเพื่อแสวงหาผลกำไรและทำให้ธุรกิจขยายเติบโตได้ บุคคลที่เป็นผู้ประกอบการมีความขยัน, อยากรำเนินธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์, สามารถนำปัจจัยการผลิตต่าง ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่หรือสามารถพัฒนากระบวนการผลิตเดิมให้ดีขึ้นได้

สำคัญสุด สีหตุลานนท์ (2560) ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ริเริ่มจัดตั้งธุรกิจด้วยตนเองและเป็นเจ้าของธุรกิจนั้น มีการประยุกต์ใช้ความรู้และความสามารถของตนเองในเรื่องของการบริหารจัดการ, ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อช่วยในการวางแผนดำเนินการจัดการ, บริหาร และพัฒนาธุรกิจ โดยผู้ประกอบการต้องสามารถแบกรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการบริหารจัดการธุรกิจมีจุดประสงค์หลักคือความสำเร็จของธุรกิจในลักษณะของผลกำไรและความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ

จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงขอสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ริเริ่มโดยใช้กระบวนการในการแยกแยะ สินค้าและบริการที่มีอยู่เดิมเพื่อสร้างสินค้าและบริการใหม่ ซึ่งเป็นบุคคลที่ต้องการความสำเร็จสูงโดยเป็นผู้มีความกระตือรือร้นและทนรับความเสี่ยงของการล้มเหลวและความไม่แน่นอน เพื่อผลกำไร และความก้าวหน้าขององค์กร โดยการใช้ประโยชน์จากโอกาส และทรัพยากรต่างๆขององค์กรตามที่จำเป็น มีความเชื่อมั่นในตนเองที่จะปฏิบัติตามความคิดหรือความฝันของตน โดยมุ่งมั่นที่จะทำให้สิ่งที่ตนต้องการเป็นจริง และเมื่อต้องเผชิญกับความผิดหวังหรือ ความล้มเหลว ก็จะไปค้นหาทางอื่นอยู่เสมอเพื่อหาทางให้สิ่งที่ตนต้องการเป็นจริง

### 2.1.2 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

วิมพิริภา เกตุเทียน (2556) ได้ให้คุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง ลักษณะที่เฉพาะเจาะจงและชัดเจนของบุคคลที่ดำเนินธุรกิจ ลักษณะเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สามารถกระตุ้นและสนับสนุนการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจและการนำธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ล้วนแล้วผู้ประกอบการที่มีลักษณะนี้มีความสามารถในการกระตุ้นแรงบันดาลใจและสร้างพลังผู้นำที่สามารถนำทางธุรกิจไปสู่ความเจริญเติบโตและความสำเร็จ ลักษณะพิเศษเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการมีความเปิดโอกาสและมองหาทางที่นำเสนอใจในการพัฒนาธุรกิจของตน ไม่เพียงแต่เป็นผู้ที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นผู้สร้างประสบการณ์และความประทับใจในลูกค้า ทำให้ธุรกิจมีความมีชีวิตและน่าสนใจมากขึ้น นอกจากนี้ลักษณะนี้ยังช่วยให้ผู้ประกอบการเผชิญหน้ากับความเสียดี และพร้อมที่จะรับมือกับทุกอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น ทั้งนี้ทำให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้ในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Michael Frese (2000) ได้ให้ความหมายของคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ ที่สำคัญไว้ 8 ประการ ดังนี้

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) หมายถึง ความสามารถและความพยายามในการนำพาธุรกิจของตนเองผ่านทางโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งสามารถพึ่งพาตนเองและตัดสินใจได้ด้วยตนเองในสถานการณ์ที่มีการบีบบังคับ คุณลักษณะนี้ต้องการความเปิดเผยต่อโอกาสและความพร้อมที่จะยอมรับความไม่แน่นอน คนที่มีความเป็นตัวของตัวเองมักจะมีชีวิตชีวาและกระตือรือร้นที่จะพัฒนาธุรกิจของตน พวกเขาทำให้ความเป็นจริงในแง่มุมใหม่ ๆ และไม่กลัวที่จะเดินทางออกนอกเส้นทางที่มีอยู่แล้ว ความเป็นตัวของตัวเองช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจด้วยความอิสระและนำธุรกิจไปสู่ทิศทางที่ตนเองเลือก และพร้อมที่จะเผชิญหน้ากับทุกอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง การมีความคิดริเริ่มในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ และการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจ คุณลักษณะนี้ช่วยให้ธุรกิจมีความสามารถในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงทีผู้ประกอบการที่มีความมีนวัตกรรมมักมีจิตสำนึกที่เน้นการค้นหาและพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของตลาด พวกเขาเป็นผู้นำทางที่พร้อมที่จะนำธุรกิจของตนไปสู่รูปแบบใหม่และไม่กลัวที่จะท้าทายสถานะความเป็นไปได้ที่มีอยู่แล้ว ความมีนวัตกรรมช่วยให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่น

และสามารถทำให้ตนเองติดอยู่กับเทคโนโลยีและแนวโน้มทางธุรกิจล่าสุดได้ เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จในระยะยาว

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) หมายถึง ความเต็มใจและความพร้อมของแต่ละบุคคลที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งมีลักษณะที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจนั้นมีความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา คุณลักษณะนี้แสดงถึงความสามารถของบุคคลในการยอมรับความไม่แน่นอนและการเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่มีความเสี่ยง คนที่มีความกล้าเสี่ยงมักจะมีจิตสำนึกที่มองเห็นโอกาสและความท้าทายเป็นสิ่งที่สนุกสนานและสามารถนำทางธุรกิจของตนไปสู่ความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความกล้าเสี่ยงเป็นลักษณะที่สำคัญที่สุด เพราะมันช่วยให้ผู้ประกอบการมีความเปิดใจและพร้อมที่จะทำสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเข้ากับสภาพแวดล้อมธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

4. การแข่งขันเชิงรุก (Competitive Aggressive) หมายถึง การสร้างอุปสรรคหรือส่วนแข่งขันที่ทำให้คู่แข่งในตลาดต้องพบกับความท้าทายหลายวิธี ซึ่งอาจเป็นการใช้กลยุทธ์หลากหลายวิธีเพื่อควบคุมส่วนแบ่งตลาดและกีดกันคู่แข่งในการเข้ามาแข่งขันในตลาดเดียวกัน คุณลักษณะนี้แสดงถึงความพร้อมที่จะทำให้คู่แข่งพบกับความยากลำบากและสร้างสภาพแวดล้อมที่ท้าทายในการแข่งขัน เจ้าของธุรกิจที่มีลักษณะนี้มักมีความกล้าในการทำสิ่งที่ต้องการเพื่อความเป็นผู้นำในตลาด พวกเขามีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองที่จะเอาชนะคู่แข่งและคว้าส่วนแบ่งตลาด การแข่งขันเชิงรุกช่วยกระตุ้นสร้างสรรค์นวัตกรรมในธุรกิจ เนื่องจากต้องพัฒนากลยุทธ์ที่สามารถทำให้ธุรกิจของตนมีความได้เปรียบในตลาดที่เต็มไปด้วยคู่แข่ง ทำให้เกิดการพัฒนาลิขสิทธิ์ใหม่หรือบริการที่มีคุณค่าและเป็นเอกลักษณ์ เพื่อที่จะคว้าความสนใจและความไว้วางใจจากลูกค้า

5. ความมั่นคงสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง การเน้นการดำเนินธุรกิจอย่างมีความมั่นคงและเรียนรู้จากประสบการณ์หรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้น เจ้าของธุรกิจที่มีลักษณะนี้มีทัศนคติที่ยั่งยืนและพร้อมที่จะปรับตัวตามสถานการณ์ เพื่อความยั่งยืนและการพัฒนาที่เป็นไปได้ คุณลักษณะนี้ตั้งใจที่จะบรรลุความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจโดยมีการวางแผนและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเปิดรับการเรียนรู้จากประสบการณ์และความผิดพลาด ทำให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจในทิศทางที่ถูกต้อง การมีความมั่นคงสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ช่วยให้ธุรกิจไม่เพียงทนทานต่อ



สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง แต่ยังสามารถนำเสนอนวัตกรรมและการปรับตัวต่อทิศทางทางธุรกิจที่กำลังเกิดขึ้น

6. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) หมายถึง ความกระตือรือร้นและความต้องการที่จะทำสิ่งใหม่ ๆ โดยเฉพาะในการเผชิญหน้ากับความท้าทาย นอกจากนี้ยังมีความสนใจในความท้าทายเป็นจุดประสงค์ที่เตรียมตัวให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ คุณลักษณะนี้แสดงถึงความกระตือรือร้นในการพัฒนาและท้าทายตนเองเพื่อความสำเร็จในธุรกิจ คนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มักมีความทะเยอทะยานและไม่ยอมหยุดยั้งที่จะพัฒนาตนเองและธุรกิจของตน พวกเขามองหาความท้าทายเป็นโอกาสในการเติบโตและประสบความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่

7. ความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการ (Personal Integrity) หมายถึง การเรียนรู้ถึงความน่าไว้วางใจ รวมถึงการเชื่อถือของลูกค้าและผู้จัดหาวัตถุดิบ นี่เป็นลักษณะที่สร้างความน่าเชื่อถือและความเป็นธรรมในธุรกิจ คุณลักษณะนี้แสดงถึงความมุ่งมั่นในการรักษาความซื่อสัตย์และความเป็นธรรมของธุรกิจ ผู้ประกอบการที่มีความซื่อสัตย์ส่วนตัวมักมีการกระทำที่สอดคล้องกับค่านิยมทางจริยธรรมและรักษาความน่าเชื่อถือจากลูกค้าและพาร์ทเนอร์ เป็นความภูมิใจในความถูกต้องและนำธุรกิจของตนไปสู่ทิศทางที่สามารถได้รับความนับถือและความเข้าใจจากผู้อื่น

8. คตินิยมประเพณี และแนวความคิดสมัยใหม่ (Traditionalism and Modernism) หมายถึง ทศนคติต่อโลกธุรกิจ ซึ่งสนใจในธรรมเนียมประเพณีและการบริหารด้วยหลักของศาสนา พร้อมทั้งมีความเปิดสู่แนวความคิดสมัยใหม่ในการนำธุรกิจไปข้างหน้า คุณลักษณะนี้แสดงถึงความรู้สึกที่มีการค้าขายระหว่างการนำเสนอความเป็นทางการและการที่เปิดรับเทคโนโลยีและแนวความคิดใหม่ในธุรกิจ ผู้ประกอบการที่มีคตินิยมนี้มีความสามารถในการรักษาความเป็นทางการและเปิดโอกาสให้กับการพัฒนาแนวความคิดใหม่ในธุรกิจของตน เขามีความตั้งใจที่จะรักษาและนำเสนอคุณค่าของธรรมเนียมประเพณี พร้อมทั้งเป็นผู้นำที่รับมือกับความเปลี่ยนแปลงและนำธุรกิจไปสู่อนาคตสมัยใหม่ได้

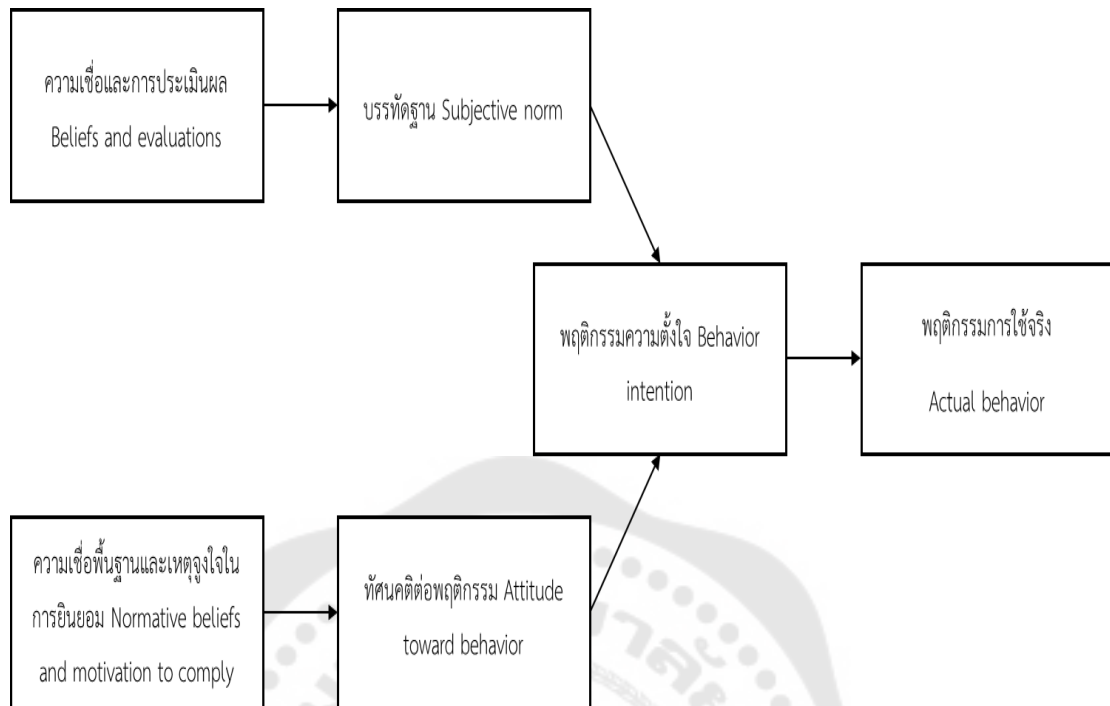
จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ลักษณะที่เฉพาะเจาะจงและชัดเจนของบุคคลที่ดำเนินธุรกิจ เป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นและสนับสนุนการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ผู้ประกอบการที่มีลักษณะนี้มีความสามารถในการกระตุ้นแรงบันดาลใจและสร้างพลังผู้นำที่นำทางธุรกิจไปสู่ความเจริญเติบโตและความสำเร็จได้ ลักษณะพิเศษเหล่านี้ทำให้ธุรกิจมีความมีชีวิตและน่าสนใจมากขึ้น ช่วยผู้ประกอบการเผชิญหน้าความเสี่ยงได้ดี และพร้อมรับมือกับทุกอุปสรรคที่เกิดขึ้น ทำให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้ในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ



## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

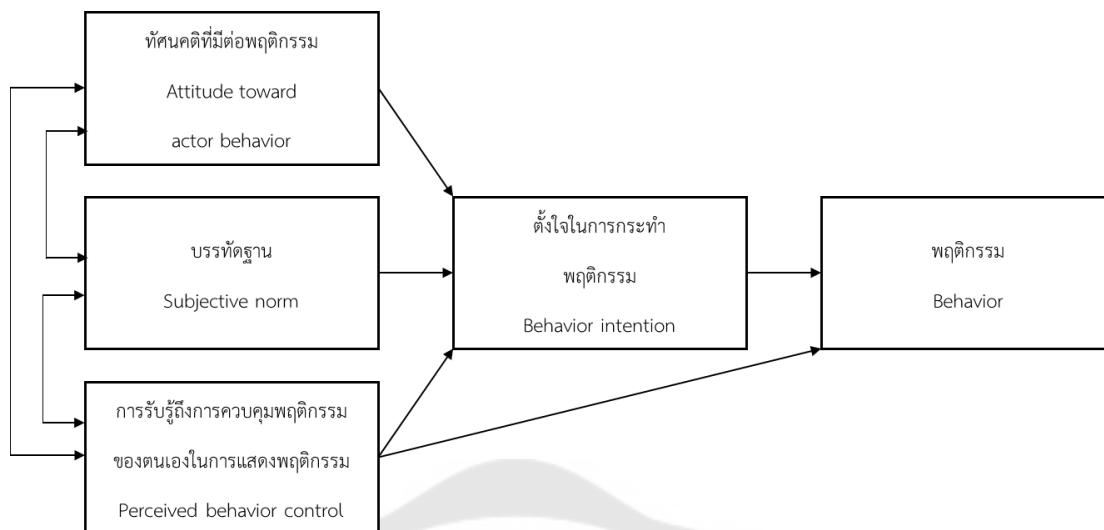
การศึกษาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศได้ดำเนินการโดยใช้แนวคิดทฤษฎีแบบจำลอง ซึ่งได้รับการพัฒนามาจากทฤษฎีพื้นฐานเพื่ออธิบายและทำนายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมและมีการใช้งานในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) เป็นทฤษฎีพื้นฐานสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมบุคคล ทฤษฎีนี้ถูกพัฒนาโดย Fishbein และ Ajzen (1975) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ (Attitude) ความเชื่อ (Beliefs) ความตั้งใจ (Intention) และพฤติกรรม (Behavior) โดยทฤษฎีนี้ยึดหยุ่นตามแนวคิดที่บุคคลจะมีหรือไม่มีพฤติกรรมอย่างไร โดยอย่างหนึ่งจะต้องเกิดจากความตั้งใจและมีเหตุผลก่อนการกระทำเสมอ หากพฤติกรรมนั้นถูกประเมินว่ามีผลบวกต่อบุคคล และบุคคลมีความสำคัญกับตนเอง เขาจะเห็นควรแสดงพฤติกรรมนั้น และเมื่อทัศนคติและบรรทัดฐานสอดคล้องกันกับความตั้งใจ พฤติกรรมนั้นจะเกิดขึ้น ทำให้เกิดทัศนคติและบรรทัดฐาน ทำให้มีความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น และเมื่อสอดคล้องกัน จึงสามารถกระทำพฤติกรรมได้ดีขึ้น นอกจากนี้ ทฤษฎียังกล่าวถึงความเชื่อที่เป็นพื้นฐานของทัศนคติ เรียกว่าความเชื่อตามพฤติกรรม (Behavioral beliefs) และความเชื่อที่เป็นพื้นฐานของบรรทัดฐาน คือความเชื่อจากกลุ่มอ้างอิง (Normative belief) ซึ่งทำให้ทฤษฎี TRA เป็นเครื่องมือที่ดีในการอธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี โดยการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้งานและบรรทัดฐานเชิงจิตวิสัย ดังภาพ



ภาพประกอบ 2 ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล: TRA (Fishbein & Ajzen, 1980)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมที่พัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยการรับรู้จนถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองก่อนการแสดงพฤติกรรมใด ๆ ออกมาก็ตาม (Perceived Behavioral Control) เพื่อเป็นการลดข้อจำกัดของทฤษฎี TRA และสามารถปรับใช้เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจและพฤติกรรมในบริบทที่หลากหลาย ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude toward behavior) บรรทัดฐานเชิงจิตวิสัย (Subjective Norm) และการรับรู้รวมถึงการควบคุมพฤติกรรมในการแสดงพฤติกรรมใด ๆ (Perceived Behavioral Control) เป็นปัจจัยหลักที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมออกมา (Behavioral Intention) ทั้งนี้ ความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมนั้นจะได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานของบุคคลที่มีอิทธิพลโดยรอบ และการรับรู้ถึงสิ่งที่ควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใด ๆ โดยปัจจัยการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมนี้จะถูกกำหนดด้วยความเชื่อของบุคคลต่อปัจจัยที่ส่งเสริมหรือขัดขวางการแสดงพฤติกรรมนั้น เช่น ความรู้และความสามารถแต่ละบุคคล เป็นต้น



ภาพประกอบ 3 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Ajzen, 1991)

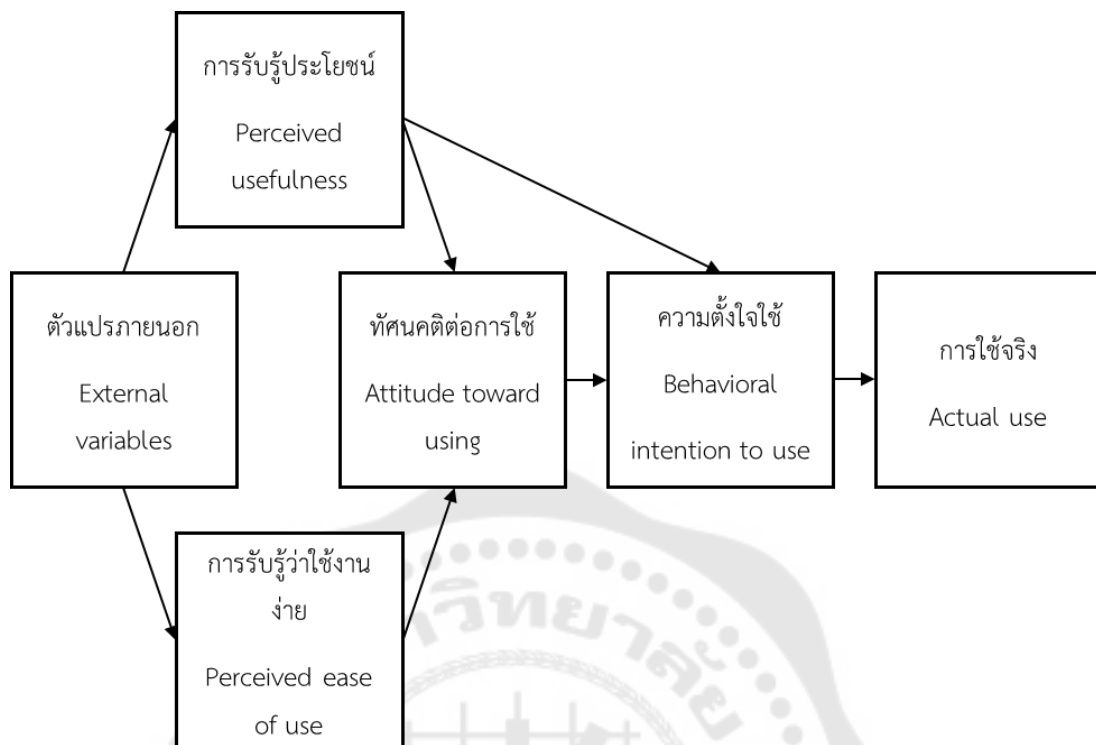
อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีการกระทำตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ยังมีข้อจำกัดบางประการที่ส่งผลให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ เช่น ข้อจำกัดบางประการที่ส่งผลให้ที่ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงไม่สอดคล้องกัน เมื่อเวลาผ่านไป จึงเกิดการพัฒนารูปแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เพื่อทำนายและอธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งนี้ TAM นำเสนอว่า พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีนั้นถูกมองเป็นผลลัพธ์จากการตอบสนองต่อความสมบูรณ์ของเทคโนโลยีและผู้ใช้งานต่อปัจจัยที่ส่งเสริมหรือขัดขวางการใช้งาน โดย TAM ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 2 ประการคือ Perceived Usefulness (การรับรู้ถึงความช่วยเหลือ) และ Perceived Ease of Use (การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน) ทั้งนี้ TAM มีทฤษฎีหลักอยู่บนพื้นฐานของ TPB และเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการศึกษาพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานในบริบททางองค์กรและสังคม

จากแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี มีการปรับปรุงแบบจำลองอย่างต่อเนื่องเพื่อความแม่นยำและสอดคล้องกับบริบททางองค์กรและสังคมในปัจจุบัน การพัฒนารูปแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) คือ ปัจจัยที่ตระหนักถึงความมีประโยชน์ (Perceived usefulness) เป็นสิ่งที่ต้องตระหนักถึง โดยเฉพาะเรื่องการใช้งานง่าย (Perceived ease of use) ส่วนปัจจัยด้านทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานนั้น (Attitude towards using) เป็นปัจจัยที่กล่าวถึงความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม (Behavior intention) (วนิดา ตะนุรักษ์, 2559)

การคาดการณ์พฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศโดยใช้แบบจำลอง TAM ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากทฤษฎีการยอมรับตามหลักเหตุผล มีแนวคิดพื้นฐานที่ประกอบด้วยปัจจัยหลักต่อไปนี้

1. การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness): ผู้ใช้เข้าใจต้องมีความเข้าใจถึงประโยชน์และคุณค่าที่ได้รับหากมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้
2. การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use): การรับรู้ว่าการใช้งานง่ายและสะดวกรวดเร็วหากนำเทคโนโลยีมาใช้
3. ทศนคติของผู้ใช้ (Attitude towards use): ความคิดเห็นและทัศนคติที่ผู้ใช้มีต่อการใช้เทคโนโลยี
4. ความตั้งใจที่จะใช้ (Behavioral Intention to Use): ความตั้งใจ รวมถึงมีการวางแผนในการใช้งานเทคโนโลยี
5. พฤติกรรมการใช้จริง (Actual System Use): การใช้งานเทคโนโลยีจริง ๆ โดยผู้ใช้ โดยการวิเคราะห์และคาดการณ์ตัวแปรเหล่านี้ สถาบันหรือองค์กรสามารถปรับปรุงและพัฒนาาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้เหมาะสมต่อความต้องการและคาดหวังของผู้ใช้ (จักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ์, 2554)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีหรือ TAM ถูกเสนอโดย Davis (1989) โดยท่านได้พัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำตามหลักการและเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของตนเอง แบบจำลองนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อผนวกกับแบบจำลอง TRA เพื่อให้เหมาะสมกับการอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี การประเมินระดับการรับรู้ของผู้ใช้ถูกนำเข้ามาในแบบจำลองเพื่อให้สามารถทำนายและอธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังภาพ



ภาพประกอบ 4 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี :TAM (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989)

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีข้างต้น ผู้วิจัยได้เลือกแนวคิดของ จักรพงษ์ สือประเสริฐสุทธิ (2554) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีกับการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ปัจจัยเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยเกี่ยวกับการรับรู้ว่าการใช้งานง่ายต่อการใช้งาน ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้ และปัจจัยด้านพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดมาเป็นแนวทางในการศึกษา รวมถึงการสร้างแบบสอบถาม เพื่อการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีกับการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ

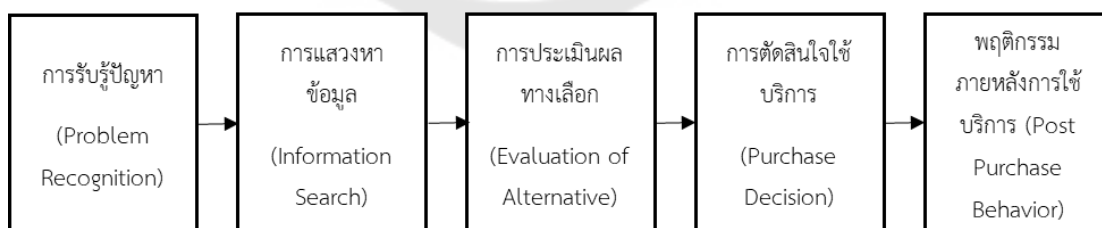
### 2.3.1 ความหมายของกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ

Schiffman and Kanuk (1994) ให้ความหมายเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคไว้คือ เป็นขั้นตอนในการเลือกใช้บริการมากกว่าหนึ่งทางเลือกขึ้นไป โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคทำการพิจารณาจากกระบวนการตัดสินใจทางด้านจิตใจ หรือความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมทางกายภาพ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการ รวมถึงพฤติกรรมการใช้บริการตามบุคคลอื่น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า การตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค จะเป็นการเลือกใช้ สินค้าและบริการโดยมีปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง เกิดจากการที่บุคคลทำการค้นหาคำตอบจากสิ่งที่สนใจ (Searching) การซื้อสินค้าและบริการ (Purchasing) การนำมาใช้ (Using) รวมถึงการประเมินผล (Evaluation) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อนำมาซึ่งการตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภค หรือใช้เป็นกระบวนการในการตัดสินใจการเลือกลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล

Kotler และ Keller (2555) กล่าวว่า ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคมีกระบวนการในการตัดสินใจเป็นลำดับขั้นตอนทั้งหมด 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงสิ่งที่ต้องการ หลังจากนั้นจะทำการค้นหาข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนจึงทำการประเมินผลทางเลือก และทำการตัดสินใจใช้บริการในที่สุด ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกภายหลังการเข้ารับบริการ จากที่กล่าวมานั้นแสดงให้เห็นตั้งแต่กระบวนการที่เกิดการซื้อจริง รวมถึงผลที่ได้รับจากการซื้อรวมถึงการใช้ โดยมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนดังนี้



ภาพประกอบ 5 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process)

ที่มา Kotler, Philip (1997) Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control.

กระบวนการในการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process) แม้ว่าผู้บริโภคจะมีลักษณะประชากรศาสตร์ไม่เหมือนกัน ความต้องการแตกต่างกัน แต่รูปแบบการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งเป็นกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ แบ่งออกเป็นขั้นตอนทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังนี้

### 1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition)

บุคคลเมื่อมีความรู้สึกแตกต่างระหว่างสภาพในอุดมคติกับสภาพในความเป็นจริงจึงส่งผลให้ปัญหาเกิดขึ้น (Ideal) เป็นสภาพที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งรู้สึกดีจนปรารถนาให้สภาพนั้นเป็นอยู่จริง (Reality) จึงส่งผลให้ต้องการเติมเต็มในส่วนต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามสภาพอุดมคติ ซึ่งสาเหตุแห่งปัญหามีความแตกต่างในแต่ละบุคคลกันสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1.1 สิ่งของที่เคยใช้อยู่เดิมนั้นหมดไป ผู้บริโภคจะพยายามหาสิ่งของใหม่ๆ เพื่อทดแทนสิ่งของเดิมที่หมดไป

1.2 ผลลัพธ์ที่ได้จากวิธีการแก้ปัญหาเมื่อครั้งอดีตนำมาซึ่งปัญหาใหม่ เกิดจากการที่คิดว่าใช้วิธีการแก้ปัญหาแบบเดิมไม่ได้ปัญหาเดิมหมดไป หรือหากหมดไปแต่ก็สร้างปัญหาใหม่ขึ้นมา เช่น เมื่อสายพานรถยนต์เสื่อมสภาพไปตามกาลเวลาและเนื่องจากใช้รถเป็นระยะเวลานานจึงไม่สามารถหาแบบของเดิมได้ จึงนำของเทียบเคียงมาใช้แทนส่งผลให้เกิดเสียงดัง จึงต้องหาสเปร์ย์มาทำการฉีดเพื่อบำรุงรักษาลดการเสียดทาน

1.3 การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล วุฒิภาวะรวมถึงคุณวุฒิย่อมเติบโตตามวัยวุฒิ หรือแม้แต่การเปลี่ยนแปลงความคิดในแง่ลบ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ อาการเจ็บป่วย การเจริญเติบโต หรือเหตุการณ์ใดๆ ก็แล้วแต่ที่ส่งผลกระทบต่อสภาวะทางจิตใจจึงทำให้ต้องแสวงหาความต้องการที่ไม่เคยพบ

1.4 การเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว ในสภาพแวดล้อมหรือบุคคลภายในครอบครัวมีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น มีการแต่งงานเกิดขึ้นจนมีบุตร จึงทำให้ครอบครัวต้องการสินค้าหรือบริการมากยิ่งขึ้น

1.5 การเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงิน แม้ว่าสถานะทางการเงินมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดก็ตาม ย่อมเกิดการเปลี่ยนแปลงการดำรงชีวิต

1.6 ผลจากการเปลี่ยนกลุ่มอ้างอิง แต่ละช่วงวัย ช่วงชีวิต และแต่ละสังคมของแต่ละบุคคลจะมีกลุ่มอ้างอิงที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงอายุวัย ดังนั้นกลุ่มอ้างอิงเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม รวมถึงการตัดสินใจของผู้บริโภค



1.7 การส่งเสริมทางการตลาดที่ได้ประสิทธิภาพ กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดต่างๆ ได้แก่ โฆษณา การประชาสัมพันธ์ ส่วนลด ของแลกเปลี่ยน การขายโดยใช้พนักงานขายตรงที่มีประสิทธิภาพ ช่วยกระตุ้นยอดขายให้กับกิจการได้ กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคมองเห็นถึงปัญหาซึ่งส่งผลให้เกิดมีความต้องการได้

เมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคพยายามหาทางในการแก้ไขปัญหาหรือไม่แก้ไขก็ได้ หากปัญหาที่พบไม่มีความสำคัญมากนักการแก้ไขปัญหาอาจเกิดขึ้นหรือไม่ก็ได้ อย่างไรก็ตาม หากปัญหาไม่สามารถหายไปได้ด้วยตนเอง ปัญหาไม่มีทางลดลงหรือปัญหาเพิ่มมากขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป ปัญหาดังกล่าวส่งผลให้ความเครียดเพิ่มมากขึ้น จนเกิดแรงผลักดันให้เกิดความพยายามในการแก้ปัญหา ผู้บริโภคพยายามหาทางแก้ไขปัญหา โดยทำการแสวงหาข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหา

## 2. การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for Information)

เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น ผู้บริโภคจะพยายามแสวงหาแนวทางการแก้ไขเพื่อให้ปัญหาเหล่านั้นหายไป จึงทำการหาข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับการคิด วิเคราะห์ เพื่อทำการตัดสินใจเลือกจากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้

2.1 แหล่งบุคคล (Personal Search) เป็นการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือกลุ่มคนที่เคยใช้สินค้าชนิดนั้นแล้ว

2.2 แหล่งธุรกิจ (Commercial Search) เป็นการแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข่าวสาร ณ จุดขายสินค้า ตัวแทนจัดจำหน่าย บริษัท ห้างร้านที่เป็นผู้ผลิต หรือจากพนักงานขายโดยตรง

2.3 แหล่งข่าวทั่วไป (Public Search) เป็นแหล่งที่น่าเสนอให้เห็นภาพในอุดมคติกับภาพในความเป็นจริง แหล่งข่าวสารไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ทางด้านสื่อมวลชนต่างๆ อาจนำมาใช้เพื่อค้นหาข้อมูล

2.4 จากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง (Experimental Search) เกิดจากการทดลองใช้จริง สัมผัสจริง ตรวจสอบได้จริง หรือทำการทดลองใช้ด้วยตนเอง

ผู้บริโภคบางคนใช้ความพยายามอย่างมากในการแสวงหาข้อมูลที่เกิดจากการใช้งานจริง เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ โดยการแสวงหาข้อมูลมากหรือน้อยแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล ทั้งนี้ อาจขึ้นอยู่กับปริมาณของข้อมูลเดิมที่มีอยู่ ความปรารถนาที่รุนแรง หรือความระมัดระวังจากการสืบหาข้อมูล

## 3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative)



เมื่อผู้บริโภคทำการเสาะแสวงหาข้อมูลตามขั้นตอนที่ 2 ครบถ้วนและเพียงพอแล้ว จึงมีการทำการประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด วิธีการในการทำการประเมินทางเลือกของผู้บริโภคอาจทำการประเมินโดยการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละผลิตภัณฑ์ จากหลากหลายยี่ห้อให้เหลือเพียงยี่ห้อเดียว หากไม่ได้ทำการเลือกผลิตภัณฑ์จากคุณสมบัติอาจทำการเลือกจากความเชื่อ ธรรมเนียม ความศรัทธาในตราสินค้า นั้น ๆ หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีตและสถานการณ์ ณ ปัจจุบันที่เป็นอยู่ แนวคิดในการพิจารณาเพื่อช่วยทำการประเมินทางเลือกในแต่ละทางเลือก เพื่อให้การตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ดังนี้

3.1 คุณสมบัติ (Attributes) และประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับ (Benefit) เป็นการทำการพิจารณาเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากคุณสมบัติของสินค้าดังกล่าว ความสามารถของสินค้าว่าสามารถทำอะไรบ้างหรือสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งการตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคแต่ละรายมีความแตกต่างกันตามมุมมองในการมองผลิตภัณฑ์ ว่ามวบรวมของผลิตภัณฑ์เป็นลักษณะใด ซึ่งผู้บริโภคจะมองลักษณะแตกต่างกัน โดยมองว่าเกี่ยวข้องกับตนเองเพียงใด และให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเองได้มากที่สุด

3.2 ระดับความสำคัญ (Degree of Importance) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เป็นการพิจารณาหลัก (Attribute Importance) เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ รองลงมาจึงจะพิจารณาความน่าสนใจในสินค้า (Salient Attributes) ที่ผู้บริโภคพบเห็นได้ ผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับลักษณะต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการ

3.3 ความเชื่อต่อตราที่ยี่ห้อ (Brand Beliefs) ความน่าเชื่อถือของตราผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสินค้า (Brand Image) หากผู้บริโภคเคยพบเห็น รับรู้ ทำการประเมินจากประสบการณ์ในอดีต ตราผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความเชื่อให้กับผู้บริโภคได้อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งความเชื่อเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการประเมินทางเลือกของผู้บริโภค

3.4 ความพอใจ (Utility Function) มีการทำการประเมินความพอใจต่อสินค้าแต่ละยี่ห้อว่ามีมากน้อยเพียงใด ผู้บริโภคมีทัศนคติอย่างไรกับการเลือกตราผลิตภัณฑ์ โดยผู้บริโภคจะกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการแล้ว หลังจากนั้นผู้บริโภคทำการเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการกับคุณสมบัติของตราผลิตภัณฑ์ต่างๆ

3.5 กระบวนการประเมิน (Evaluation Procedure) เป็นการนำเอาปัจจัยสำคัญหลายๆ ตัวมาใช้เพื่อการตัดสินใจ เช่น ความพอใจ ความน่าเชื่อถือในแต่ละตราผลิตภัณฑ์

คุณสมบัติของสินค้า มาทำการพิจารณาเปรียบเทียบและให้คะแนน หลังจากนั้นจะทำการสรุปผล ว่ายี่ห้อใดได้รับคะแนนมากที่สุด เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจซื้อต่อไป

#### 4. การตัดสินใจใช้บริการ (Decision Making)

ผู้บริโภคแต่ละคนต้องการข้อมูลและระยะเวลา เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจสำหรับสินค้าและบริการแต่ละประเภทแตกต่างกัน คือ สินค้าและบริการแต่ละประเภทมีความต้องการข้อมูลมากน้อยแตกต่างกัน รวมถึงระยะเวลาที่ใช้ในการเปรียบเทียบแตกต่างกันด้วย แต่บางสินค้าและบริการผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจนาน

ในเรื่องของลักษณะในการยอมรับเทคโนโลยีนั้น (ภานุพงศ์ เสกทวีลาภ, 2557) ได้กล่าวว่า ขั้นตอนในการยอมรับเทคโนโลยี (Process) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นทางภายในจิตใจของแต่ละบุคคล โดยเริ่มตั้งแต่การได้ยินในเรื่องต่างๆ จากวิทยากร จนนำมาซึ่งการยอมรับในการนำไปใช้ในที่ที่สุด กระบวนการเหล่านี้มีลักษณะคล้ายกับกระบวนการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Decision Making) โดยกระบวนการยอมรับแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ

1) ขั้นการรับรู้หรือตื่นตน (Awareness Stage) เป็นกรยอมรับหรือปฏิบัติซึ่งเป็นขั้นตอนเริ่มแรก โดยขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการรับรู้สิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่เกี่ยวกับนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหรือกิจกรรม แต่ผู้บริโภคยังไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วน ซึ่งการรับรู้ข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่นั้นเป็นการรับรู้แบบบังเอิญ จึงส่งผลให้เกิดมีความรู้สึกอยากรู้ อยากเห็น รวมถึงการพยายามค้นคว้าว่าสิ่งที่อยากรู้จะสามารถนำมาช่วยในการแก้ไขปัญหาที่ตนเองมีอยู่ได้หรือไม่

2) ขั้นสนใจ (Interest Stage) เป็นการให้ความสนใจในรายละเอียด วิทยากรใหม่ๆ ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมอย่างตั้งใจ ทำการเกิดการแสวงหาความรู้เกี่ยวกับวิธีการใหม่เพิ่มขึ้น และใช้วิธีการในการคิดและวิเคราะห์มากกว่าขั้นการรับรู้ ในการติดตามข่าวสารของแต่ละบุคคล เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพและค่านิยมของแต่ละบุคคล ซึ่งมีผลต่อการติดตามข่าวสารรวมถึงรายละเอียดต่างๆ รวมถึงวิทยากรใหม่ด้วย

3) ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) ทำการคิดไตร่ตรอง หาวิธีการในการทดลองใช้ วิธีการใหม่ๆ โดยเกิดการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย หากพบว่ามีข้อดีมากกว่าข้อเสีย จึงทำการตัดสินใจซื้อและนำมาซึ่งการใช้ โดยทั่วไปมักคิดว่าการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียเป็นวิธีการที่เสี่ยงอีกทั้งไม่สามารถทราบผลลัพธ์ได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง จึงต้องมีแรงผลักดัน

(Reinforcement) เพื่อทำให้เกิดความแน่ใจ โดยอาจคำแนะนำต่างๆ มาพิจารณาเพื่อประกอบการตัดสินใจ

4) **ขั้นทดลอง (Trial Stage)** คนส่วนน้อยที่จะทำการทดสอบเพื่อให้ทราบผลลัพธ์ที่ชัดเจน โดยทำการดูก่อนทำการทดลองใช้วิธีการใหม่ๆ โดยในขั้นนี้จะทำการสรรหาข้อมูลข่าวสารที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับวิทยาการความก้าวหน้าใหม่ๆ หรือนวัตกรรมต่างๆ ที่ต้องการทราบ

5) **ขั้นตอนการยอมรับ (Adoption Stage)** เป็นขั้นที่เกิดจากการนำไปปฏิบัติใช้งานจริงจนเป็นที่ยอมรับของบุคคลแต่ละบุคคล รวมถึงวิทยาการใหม่ๆ ว่าได้เกิดประโยชน์จากสิ่งนั้นแล้ว

(อรทัย เลื่อนวัน, 2555) กล่าวว่า ผลจากการยอมรับเทคโนโลยีมาจาก เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีกระบวนการดังนี้

1) **ขั้นตระหนักหรือขั้นตื่นตัว (Awareness Stage)** บุคคลรู้ว่ามีเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นแต่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้น

2) **ขั้นสนใจ (Interest Stage)** เมื่อบุคคลเริ่มให้ความสนใจในเทคโนโลยี โดยพยายามแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ที่ตนเองสนใจ

3) **ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage)** บุคคลทำการประเมินผลในสมองของตน โดยทดลองตั้งสมมติฐานในสมองว่าหารับเทคโนโลยีได้รับการยอมรับ เกิดการนำมาใช้แล้วเพื่อค้นหาว่าเหมาะสมกับสถานการณ์ เหตุการณ์ในปัจจุบันหรืออนาคตหรือไม่ มีคุ้มค่าหรือไม่หากเทียบความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการนำเทคโนโลยีมาใช้

4) **ขั้นทดลอง (Trial Stage)** บุคคลทดลองนำเทคโนโลยีมาใช้ ทดลองปฏิบัติในวงจำกัดก่อน เพื่อดูว่าเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์กับธุรกิจของตนจริงๆ หรือไม่ ตามสถานการณ์ต่างๆ ที่พบ

5) **ขั้นยอมรับ (Adoption Stage)** เทคโนโลยีได้รับการยอมรับจากบุคคลในการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้อย่างเต็มที่และสม่ำเสมอ

### 5. พฤติกรรมหลังการให้บริการ (Post Purchase Behavior)

หลังจากมีการให้บริการแล้ว ทำให้ผู้บริโภคเกิดประสบการณ์ ซึ่งอาจหรือไม่พอใจก็ได้ หากผู้บริโภคเกิดความพอใจ เนื่องจากได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆ ของสินค้าและบริการส่งผลให้เกิดการซื้อหรือใช้บริการซ้ำได้ และนำมาซึ่งการแนะนำลูกค้ารายใหม่ แต่หากเกิดความไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ และอาจส่งผลเสียจากการบอกต่อของผู้บริโภค ทำให้ลูกค้าใช้บริการน้อยลงตามไปด้วย

### 2.3.2 แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการตอบสนอง ไอดาโมเดล (AIDA Model)

AIDA เป็นคำย่อมาจาก Attention (ดึงดูดความสนใจ) Interest (ความสนใจ) Desire (ความปรารถนา) และ Action (การลงมือทำ)

AIDA Model เป็น 1 ใน 5 ตัวแบบในลำดับขั้นตอนการตอบสนองของผู้บริโภค (Response Hierarchy Model) ขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์ในค้นหาวิธีการส่งเสริมทางการตลาด โดยกระบวนการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าตามการตอบสนองมี 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย การดึงดูดความตั้งใจ (Attention) การสร้างความสนใจ (Interest) การกระตุ้นความต้องการ (Desire) และการทำให้ผู้ใช้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ (Action) หรือ เป็นการส่งเสริมการตลาดที่ต้องทำให้เกิดผลหรือวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสาร (เสรี วงษ์มณฑา, 2547) มีแนวคิดดังนี้

1) การรับรู้ (Attention: A) ผู้ส่งข่าวสารจะต้องทำให้ผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้รับข่าวสารเกิดความอยากในการรับข่าวสารก่อน โดยกับทำสารให้มีความน่าสนใจ สะดุดตา สะดุดตา

2) การสนใจ (Interest: I) เมื่อเกิดความอยากหรือความตั้งใจในการรับฟังข่าวสารในขั้นแรกแล้ว ผู้ส่งข่าวสารต้องสร้างสารให้เกิดความสนใจเพื่อให้ผู้รับสารตั้งใจที่จะติดตามบริการหรือข่าวสารตลอดเวลา

3) การต้องการใช้ (Desire: D) ผู้ส่งข่าวสารจะต้องจูงใจให้ผู้รับข่าวสารเกิดความต้องการในบริการ เป็นการกระตุ้นเร่งเร้าให้เกิดความสนใจมากขึ้น จนกลายเป็นความปรารถนาอยากใช้บริการนั้น

4) การตัดสินใจใช้บริการ (Action: A) เป็นขั้นตอนที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการอย่างแน่นอน ผู้ส่งข่าวสารโดยทั่วไปเป็นพนักงานขาย ต้องเร่งรัดให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจใช้บริการ

จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงขอสรุปได้ว่ากระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกถึงความต้องการใช้ การใช้บริการของผู้บริโภคอันจะนำไปสู่ความพึงพอใจตามความต้องการ ตามความคิดและตามประสบการณ์ของผู้บริโภค การศึกษาผู้บริโภคจะก่อให้เกิดแนวคิด AIDA Model ประกอบด้วย ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการอยากได้ และการตัดสินใจใช้บริการ มาใช้เพื่อการพิจารณาประกอบการศึกษา

### 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อภิสรฯ คงแก้ว (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบ REVENUE DEPARTMENT E-FILING (FACTORS AFFECTING THE ACCEPTANCE OF

REVENUE DEPARTMENT E-FILING SYSTEM) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยรายด้านความสำเร็จของระบบ REVENUE DEPARTMENT E-FILING โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ด้านคุณภาพระบบ ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ด้านคุณภาพบริการ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ด้านคุณภาพสารสนเทศ และลำดับสุดท้ายคือ ด้านประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับตามลำดับ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อให้เกิดการยอมรับการนำระบบมาใช้งาน REVENUE DEPARTMENT E-FILING อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพระบบ (System Quality), ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ (Service Quality), ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับ (Net Benefit), ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบในการปฏิบัติงาน (User Satisfaction) ในขณะที่ปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการนำระบบมาใช้งาน REVENUE DEPARTMENT E-FILING ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพสารสนเทศ (Information Quality) และปัจจัยด้านความตั้งใจในการนำระบบมาใช้งาน (Intention to Use) หรือการใช้งาน (Use) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บุญวิทย์ ธรรมกิจไพโรจน์ (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ และอาชีพ ที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้ระบบการยื่นแบบแสดง รายการภาษีผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน ที่มีอายุ และรายได้ ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านทาง อิเล็กทรอนิกส์ของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน (2) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการ รับรู้ประโยชน์จากการใช้งานด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยจากการใช้งานมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านทาง อิเล็กทรอนิกส์ของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร (3) ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการภาษี ทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านเครื่องมือและทักษะการใช้งานมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้ระบบการยื่นแบบ แสดงรายการภาษีผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนด้านระบบการยื่น แบบแสดงรายการ ภาษีผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้ระบบการยื่นแบบแสดง รายการภาษีผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร

ธนาकर ปทีปกมล (2561) ทำการค้นคว้า แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลที่ได้ ผู้เสียภาษีที่มีการติดต่อระบบราชการในท้องที่สำนักงาน



สรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกันมีความแตกต่างในแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการ ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในท้องถิ่น และปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เช่น ความพึงพอใจในบริการ ประสบการณ์ทางการตลาด คุณภาพ การให้บริการ การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลต่อแรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการ

กฤติน หนูเจริญกุล (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของระบบบริการ จัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (E-Tax Invoice & E-Receipt) ของกรมสรรพากร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของระบบบริการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (E-Tax Invoice & E-Receipt) ของกรมสรรพากร โดยปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล ไม่มีอิทธิพลทางตรง แต่จะมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

วินัย ปณิธานรักษ์ชัย (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของ ใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ทางอีเมลของผู้ทำบัญชีในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า อิทธิพลของปัจจัยทักษะ ด้านกฎหมาย ภาษีอากร ตามระเบียบกรมสรรพากรทักษะด้านวิชาชีพบัญชี และทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในระบบ E-Tax Invoice by Email ของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งพบว่า ทักษะด้านกฎหมาย ภาษีอากร ตามระเบียบกรมสรรพากร ทักษะด้านวิชาชีพบัญชีและทักษะ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการ ปฏิบัติงานในระบบ E-Tax Invoice by Email โดยรวมได้รับการสนับสนุนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สุธีกานต์ สุขโกมล (2562) ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้ระบบบริการ จัดทำ และนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพของระบบมีปัจจัยต่างๆ ดังนี้ หากความน่าเชื่อถือของระบบ รูปแบบของระบบ การตอบสนองความต้องการของระบบ การแสดงผลรวดเร็วของระบบเมื่อทำการใช้ มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ว่าคุณภาพเทคโนโลยีใช้ง่ายและความสามารถในการนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และรับอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ โดยปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพของข้อมูล ได้แก่ เกิดความครบถ้วนและสมบูรณ์ของข้อมูล ความถูกต้องของข้อมูล และการส่งข้อมูลทันเวลา มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์และง่ายต่อการนำระบบมาใช้

อภิตี สุขเสริม (2564) ทำการศึกษาเรื่อง การเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้เสียภาษีในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้ผลสรุปว่าปัจจัยด้านส่วนบุคคล มีผลต่อการใช้บริการแบบยื่นแสดงรายการและการชำระภาษีเงินได้ประเภทบุคคลธรรมดาผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้เสียภาษีในเขตสำนักงานสรรพากรจังหวัดกรุงเทพมหานคร ต่างกัน การยอมรับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ว่าง่าย และทัศนคติต่อพฤติกรรมใช้งาน ทำให้เกิดการเลือกบริการที่จะใช้ และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ก็มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

สืบพงษ์ ปัทมโยธิน (2556) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการยื่นแบบฯ ออนไลน์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผลการศึกษา พบว่า การยอมรับในการยื่นแบบฯ ออนไลน์มีปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ว่าการยื่นแบบผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับ ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยที่ให้ตระหนักถึงความสำคัญ ปัจจัยความเชื่อมั่น ปัจจัยคุณภาพของการให้บริการ ปัจจัยทัศนคติของผู้ใช้งาน และปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้งาน

อาริสรา นนทะคุณ (2561) ทำการสืบหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการสืบค้นปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา ประเภทรายได้ ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพได้แก่ ประโยชน์ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบ และประโยชน์ที่สามารถเพิ่มความปลอดภัยในการยื่นแบบ มีผลต่อการเลือกบริการใช้ยื่นแบบออนไลน์ในแง่บวก และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนได้แก่ กรมสรรพากรให้คำแนะนำและคู่มืออย่างเหมาะสม จะทำให้การเลือกใช้บริการยื่นแบบออนไลน์ในแง่ลบ ทำให้มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร

อุศณี กอจิตตวนิจ (2553) การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เสียภาษีต่อการยื่นแบบฯ ผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ยื่นแบบภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตปี 2551 จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ยื่นแบบภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ยื่นแบบภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ในเรื่อง คุณภาพของระบบการชำระระบบขอคืนภาษี ระบบการสมัคร ระบบการยื่นแบบแสดงรายการ ระบบมีความปลอดภัย รวมถึงระบบตอบปัญหา คุณภาพของเว็บไซต์ รวมถึงการให้คำปรึกษาและแนะนำ การที่ผู้ยื่นภาษีมีความรู้เกี่ยวกับยื่นแบบภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต รวมถึงระดับการศึกษาสูงสุด โดยผู้ที่จบระดับ

การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโทมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่จบการศึกษาระดับสูงสุดระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ ส่วนใหญ่ของผู้เสียภาษีประสบปัญหาหากเกิดข้อผิดพลาดในการทำรายการที่ยื่นแบบไปแล้ว ไม่สามารถแก้ไขข้อมูลได้ จึงต้องทำการกรอกข้อมูลและยื่นแบบแสดงรายการใหม่ ทำให้ผู้เสียภาษีต้องเสียเวลาในการทำงานที่ซ้ำเติม และมีความเห็นว่าระบบการยื่นแบบภาษีควรปรับปรุงเพื่อให้ผู้เสียภาษีสามารถยื่นแบบภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตได้ด้วยตนเองในทุกขั้นตอน รวมถึงพบข้อคิดเห็นในเรื่องการพิจารณาและการคืนของเงินภาษีซ้ำมาก ซึ่งระบบการขอเอกสารประกอบการพิจารณาขอคืนภาษีต้องทำการส่งแล้วส่งอีกแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในเรื่องระบบและกระบวนการทำงานของกรมสรรพากร





### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดรายละเอียดวิธีดำเนินการศึกษา ดังนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งใช้การวิเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่มีอยู่ในปัจจุบัน (Documentary Research) และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ผล โดยเป็นเครื่องมือทางสถิติ

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนใช้บริการใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์จำนวนทั้งสิ้น 3,045 ราย (กรมสรรพากร, 2566)

2) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนใช้บริการใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ตามสูตรการคำนวณของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลื่อน 5%

$$\text{สูตรที่ใช้ในการหากลุ่มตัวอย่าง } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดย	$n$	คือ	ขนาดของตัวอย่างที่ควรสุ่ม
	$N$	คือ	ขนาดของประชากรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา
	$e$	คือ	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม กำหนดไว้ในเกิน 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{3,045}{1+3,045(0.05)^2} \\ &= 354 \end{aligned}$$

จากการแทนค่าในสูตรพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการทำวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 354 ราย และเพื่อให้การเก็บข้อมูลของแบบสอบถามครอบคลุมสมบูรณ์ จึงมีการเผื่อความผิดพลาดของแบบสอบถามไว้ 5% เท่ากับ 18 ราย ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยในครั้งนี้เท่ากับ 372 ราย

### 3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลและการทบทวนเอกสารแนวคิด ทฤษฎีและการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นเครื่องมือแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ ประเภทธุรกิจ จำนวนพนักงาน ระยะเวลาที่เปิดกิจการ พฤติกรรมการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีข้อความถาม 5 ข้อ โดยให้เลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียวที่เป็นจริงมากที่สุด

1. ประเภทธุรกิจ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนั้น ประเภทธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม ดังนี้

- (1) กิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภท ห้างหุ้นส่วน
- (2) กิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภท บริษัทจำกัด
- (3) กิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภท บริษัทจำกัดมหาชน
- (4) กิจการที่ไม่เป็นนิติบุคคล

2. จำนวนพนักงานในองค์กร

- (1) น้อยกว่า 50 คน
- (2) 50 - 150 คน
- (3) 151 - 250 คน

- (4) 251 - 350 คน
  - (5) 350 คน ขึ้นไป
3. ระยะเวลาที่เปิดกิจการ
- (1) ไม่เกิน 5 ปี
  - (2) 6-10 ปี
  - (3) 11-15 ปี
  - (4) 16-20 ปี
  - (5) 21 ปีขึ้นไป
4. พฤติกรรมการเก็บข้อมูล (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม)
- (1) เก็บไว้เป็นไฟล์ส่วนตัว
  - (2) เก็บเป็นกระดาษ
  - (3) เก็บในระบบขององค์กร
  - (4) อื่นๆ.....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านการยอมรับทางเทคโนโลยี เพื่อสอบถามความคิดเห็น จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness) และ ด้านการรับรู้ว่าง่ายต่อการ ใช้ (Perceived Ease of Use) ทศนคติของผู้ใช้ (Attitude towards use) ความตั้งใจที่จะใช้ (Behavioral Intention to Use) เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบสามารถเรียงลำดับ (Ranking Question) ตามมาตราวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ดังนี้

- คะแนน 5 เท่ากับ มีการยอมรับทางเทคโนโลยี ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง
- คะแนน 4 เท่ากับ มีการยอมรับทางเทคโนโลยี ในระดับเห็นด้วย
- คะแนน 3 เท่ากับ มีการยอมรับทางเทคโนโลยี ในระดับไม่แน่ใจ
- คะแนน 2 เท่ากับ มีการยอมรับทางเทคโนโลยี ในระดับไม่เห็นด้วย
- คะแนน 1 เท่ากับ มีการยอมรับทางเทคโนโลยี ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย การดึงดูดความตั้งใจ (Attention) การสร้างความสนใจ (Interest) การกระตุ้นความต้องการ (Desire) และการทำให้ผู้ซื้อเกิดการตัดสินใจซื้อ (Action) เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบสามารถเรียงลำดับ (Ranking Question) ตามมาตราวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 เท่ากับ มีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนน 4 เท่ากับ มีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model ในระดับเห็นด้วย

คะแนน 3 เท่ากับ มีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model ในระดับไม่แน่ใจ

คะแนน 2 เท่ากับ มีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนน 1 เท่ากับ มีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดเกณฑ์การแปลผลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครออกเป็นจำนวน 5 ระดับ โดยใช้ค่าเฉลี่ยของ คะแนนในมาตรวัดเป็นตัวชี้วัด และทำการแบ่งระดับโดยใช้สูตรที่กำหนดไว้

$$\begin{aligned} \text{การหาอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

การศึกษาครั้งนี้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2549)

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

### 3.4 การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย

1. การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยการหาค่า (Index of Item Objective Congruence IOC) ของผู้เชี่ยวชาญจากการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย ว่ามีความเที่ยงตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยหรือไม่ ค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ วัตถุประสงค์ในการตรวจสอบ โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้ (สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์ 2551)

ให้คะแนน +1	ถ้าแน่ใจว่า	ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน 0	ถ้าไม่แน่ใจว่า	ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน -1	ถ้าแน่ใจว่า	ข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

จากนั้นทำการคำนวณค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยการหาค่า (Index of Item

$$\text{Objective Congruence IOC) จากสูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC คือ ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถาม

$\sum R$  คือ ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

2. การวัดคุณภาพความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามว่าข้อคำถามแต่ละข้อ คำถามสอดคล้องกันหรือไม่ เป็นการวัดการสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ซึ่งใช้สูตรทางคณิตศาสตร์ที่อยู่ในเกณฑ์ยอมรับอยู่ที่ 0.7 ขึ้นไป โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (ทัศนกร อินทจักร์ 2564)

ค่าความเชื่อมั่น	ความหมาย
0.00 - 0.20	มีความเชื่อมั่นต่ำมากหรือไม่มีเลย
0.21 - 0.40	มีความเชื่อมั่นต่ำ
0.41 - 0.70	มีความเชื่อมั่นปานกลาง
0.71 - 1.00	มีความเชื่อมั่นสูง

โดยผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นดังนี้

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.90 มีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

- |                                    |              |
|------------------------------------|--------------|
| 1. การรับรู้ถึงประโยชน์            | เท่ากับ 0.73 |
| 2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน | เท่ากับ 0.77 |
| 3. ทัศนคติของผู้ใช้                | เท่ากับ 0.83 |
| 4. ความตั้งใจที่จะใช้              | เท่ากับ 0.78 |

ด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.94 มีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านการรับรู้	เท่ากับ 0.92
2. ด้านความสนใจ	เท่ากับ 0.95
3. ด้านความต้องการ	เท่ากับ 0.83
4. ด้านการตัดสินใจ	เท่ากับ 0.94

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) รวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งหมด 372 ชุด จะดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างพร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยตลอดจนลักษณะของแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากการสืบค้นข้อมูลทบทวนผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูลงานวิจัยที่มีอยู่เดิม เช่น การสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล THAIJO คลังข้อมูลงานวิจัยไทย (TNRR) จากฐานข้อมูลงานวิจัยที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชนและเว็บไซต์ต่าง ๆ รวมถึงการศึกษาข้อมูลทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีความสัมพันธ์กับการทำนายปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทฤษฎีทางสถิติมาวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายข้อมูลส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ
2. ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard deviation) ใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลส่วนที่ 2 ถึง ส่วนที่ 3

3. การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอ้างอิง เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในส่วนที่ 2 ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนที่ 3 และทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของตัวแปร (Multiple Regression Analysis) และทำการสรุปผลสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05%

#### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย

1.1 ค่าความถี่และค่าร้อยละ ใช้สูตรดังต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา,2544)

$$P = \left(\frac{f}{n}\right) 100$$

เมื่อ P แทน ค่าสถิติร้อยละ  
F แทน ความถี่ของข้อมูล  
N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean:  $\bar{X}$ ) ใช้สูตรดังต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา.2544:49)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ X แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย  
 $\sum X$  แทน ผลรวมของข้อมูลทั้งหมดหรือคะแนนทั้งหมด  
n แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตร ดังต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา,2544)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง  
X แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง  
n แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง  
 $\sum x^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง  
 $(\sum x)^2$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง



2. สถิติที่ใช้ทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น การหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วัดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Cronbach's alpha coefficient) ใช้สูตรดังต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา.2550:34)

$$\alpha = \frac{\overline{K \text{covariance}} / \sqrt{\overline{\text{variance}}}}{1 + (k-1) \overline{\text{covariance}} / \sqrt{\overline{\text{variance}}}}$$

เมื่อ	$\alpha$	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
	K	แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\overline{\text{covariance}}$	แทน ค่าเฉลี่ยในค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	$\overline{\text{variance}}$	แทน ค่าเฉลี่ยค่าความแปรปรวนในส่วนของคำถาม

### 3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างใน 2 กลุ่ม ซึ่งใช้สูตร t-test แบบ Independent ทูศรี วงศ์รัตน์ (2544) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ซึ่งการทดสอบ t-test หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances assumed และถ้าค่าความแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances not assumed โดยจะทำการทดสอบค่าแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม ก่อนโดยใช้ Levene's test (สุรินทร์ นิยมางกุล ,2548) โดยใช้สูตรดังนี้

$$F = \frac{(n-k) \sum_{i=1}^k n_i (\bar{Z}_i - \bar{Z})^2}{(k-1) \sum_{i=1}^k \sum_{j=i}^{n_i} (z_{ji} - \bar{Z}_i)^2}$$

โดยที่ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Levene

$Z_{ij}$  แทน ค่า  $X_{ij} - X_i$  ดังนี้

$X_i$  แทน ค่าเฉลี่ยของตัวอย่างที่ i

$X_{ij}$  แทน ค่าสังเกตที่ j ของตัวอย่างที่ i

df แทน ชั้นของความเป็นอิสระดังนี้

ระหว่างกลุ่ม = k - 1

ในกลุ่ม = n - k

เมื่อ n คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

K คือจำนวนกลุ่ม



3.1.1 กรณีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน หรือเท่ากัน  $S_1^2 = S_2^2$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2} \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

3.1.2 กรณีค่าความแปรปรวนแตกต่างกันหรือไม่เท่ากัน  $S_1^2 \neq S_2^2$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

โดยที่

$$df = \frac{\left[ \frac{s_1^2}{n_1} - \frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[ \frac{s_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[ \frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

โดยที่

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อ

t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$\bar{X}_1$  แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1

$\bar{X}_2$  แทน ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$S_1^2$  แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$S_2^2$  แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$n_1$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$n_2$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

df แทน องศาแห่งความอิสระ (Degree of Freedom)

3.2 การทดสอบสมมติฐานในความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยใช้สูตร(กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

3.2.1 ใช้ค่า F-test กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน มีสูตรดังนี้

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ  $F$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution

$MS_B$  แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

$MS_W$  แทน ค่าความแปรปรวนในกลุ่ม

โดย df หรือ ชั้นแห่งความเป็นอิสระระหว่างกลุ่มเท่า (k-1) และภายในกลุ่มเท่ากับ (n-k) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% จึงทดสอบรายคู่โดยใช้วิธีรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Different) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549: 108)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \frac{\sqrt{2MSE}}{n_i}$$

$$\begin{aligned} \text{โดยที่} \quad n_i &\neq n_j \\ r &= n - k \end{aligned}$$

เมื่อ  $LSD$  แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j

$MSE$  แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

$k$  แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

$n$  แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

$\alpha$  แทน ค่าความเชื่อมั่น

3.2.2 ใช้ค่า Brown-Forsythe (B) กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน (Hartung. 2001: 300) มีสูตรดังนี้

$$\beta = \frac{MS_B}{MS_W}$$

$$\text{โดย} \quad MS_W = \sum_{i=1}^k \left( \frac{1-n_j}{N} \right) s_i^2$$

เมื่อ  $\beta$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brow-Forsythe

$MS_B$  แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

$MS_W$  แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

$k$	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$n$	แทน ขนาดข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง
$N$	แทน ขนาดประชากร
$s_i^2$	แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

3.3 ค่าสถิติการถดถอย (Regression Analysis) เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะประมาณหรือพยากรณ์ค่าของตัวแปรหนึ่ง จากตัวแปรอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรที่ต้องการพยากรณ์ (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 2558) โดยการศึกษาครั้งนี้ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X มาพยากรณ์ Y และด้วยตัวแปร X มากกว่า 1 ตัวจะเรียกว่าการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

โดยทั่วไปสมการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายจะมีรูปแบบดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

โดยที่	$Y$	แทน ตัวแปรตาม
	$X_1$ ถึง $X_n$	แทน ตัวแปรอิสระ
	$\beta_0$	แทน จุดตัดแกน Y หรือค่าของ y เมื่อ x=0
	$\beta_1$ ถึง $\beta_n$	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient)
	$\varepsilon$	แทน ค่าคลาดเคลื่อนเชิงสุ่ม (error)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 372 คน ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยมีการแบ่งเป็น 2 ตอน มีผลการศึกษาดังนี้

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

##### 4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
SS	แทน	ผลรวมกำลังสอง
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยกำลังสอง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ใน t - distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ใน F - distribution
P	แทน	ความน่าจะเป็นของสถิติที่คำนวณได้
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

##### 4.1.1 ปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 372 คน โดยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ จำนวนพนักงาน ระยะเวลาที่เปิดกิจการ และพฤติกรรมการเก็บข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ และร้อยละ ในการอธิบายผลข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนค่าความถี่ และร้อยละตามปัจจัยส่วนผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. ประเภทธุรกิจ</b>		
กิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภท ห้างหุ้นส่วน	118	31.70
กิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภท บริษัทจำกัด	170	45.70
กิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภท บริษัทจำกัดมหาชน	28	7.50
กิจการที่ไม่เป็นนิติบุคคล	56	15.10
<b>รวม</b>	<b>372</b>	<b>100.00</b>
<b>2. จำนวนพนักงานในองค์กร</b>		
น้อยกว่า 50 คน	34	9.10
50-150 คน	136	36.60
151-250 คน	100	26.90
251-350 คน	84	22.60
350 คน ขึ้นไป	18	4.80
<b>รวม</b>	<b>372</b>	<b>100.00</b>
<b>3. ระยะเวลาที่เปิดกิจการ</b>		
ไม่เกิน 5 ปี	37	9.90
6-10 ปี	162	43.50
11-15 ปี	95	25.50
16-20 ปี	35	9.40
21 ปีขึ้นไป	43	11.70
<b>รวม</b>	<b>372</b>	<b>100.00</b>
<b>4. พฤติกรรมการเก็บข้อมูล (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
เก็บไว้เป็นไฟล์ส่วนตัว	257	34.80
เก็บเป็นกระดาษ	160	21.60
เก็บในระบบขององค์กร	323	43.60
<b>รวม</b>	<b>740</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามปัจจัยส่วนผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 372 คน จำแนกตามตัวแปรดังนี้

**ประเภทธุรกิจ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภทบริษัทจำกัด จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 45.70 กิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภท ห้างหุ้นส่วน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 กิจการที่ไม่เป็นนิติบุคคล จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10 และกิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภท บริษัทจำกัดมหาชน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

**จำนวนพนักงานในองค์กร** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นจำนวนพนักงาน 50-150 คน จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 จำนวนพนักงาน 151-250 คน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 จำนวนพนักงาน 251-350 คน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 จำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 และจำนวนพนักงาน 350 คน ขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80

**ระยะเวลาที่เปิดกิจการ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นระยะเวลาที่เปิดกิจการระยะ 6-10 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 ระยะ 11-15 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ระยะ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 ระยะไม่เกิน 5 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 และระยะ 16-20 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40

**พฤติกรรมการเก็บข้อมูล** พบว่า ส่วนใหญ่พฤติกรรมการเก็บข้อมูล เก็บในระบบขององค์กร จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 เก็บไว้เป็นไฟล์ส่วนตัว จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และเก็บเป็นกระดาษ จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6

#### 4.1.2 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี

ในส่วนนี้ จะเป็นการนำเสนอการประมวลผลข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านการรับรู้ว่าง่าย ด้านทัศนคติ และด้านความตั้งใจ โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวม

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
ด้านการรับรู้ประโยชน์	4.27	0.661	มากที่สุด
ด้านการรับรู้ว่าง่าย	4.06	0.77	มาก
ด้านทัศนคติ	4.07	0.755	มาก
ด้านความตั้งใจ	4.02	0.783	มาก
รวม	4.11	.742	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.11$ , SD = 0.742) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.27$ , SD = 0.661) รองลงมาคือ ด้านทัศนคติ มีระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{X} = 4.07$ , SD = 0.755) ด้านการรับรู้ว่าง่าย มีระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{X} = 4.06$ , SD = 0.77) และด้านความตั้งใจ มีระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{X} = 4.02$ , SD = 0.783) ตามลำดับ



ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์

ด้านการรับรู้ประโยชน์	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
ท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท	4.32	.608	มากที่สุด
ท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax ช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน	4.73	.494	มากที่สุด
ท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax เป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้	4.43	.647	มากที่สุด
ท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.96	.769	มาก
ท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax ตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน	3.93	.789	มาก
รวม	4.27	.661	มากที่สุด

จากตาราง 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.27$ ,  $SD = 0.661$ ) โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax ช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.73$ ,  $SD = 0.494$ ) รองลงมาคือท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax เป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.43$ ,  $SD = 0.647$ ) มีท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.32$ ,  $SD = 0.608$ ) ท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax มีความปลอดภัยในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ,  $SD = 0.769$ ) และท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax ตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.93$ ,  $SD = 0.789$ ) ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้  
ว่าง่าย

ด้านการรับรู้ว่าง่าย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการเข้าถึงบริการ	4.03	.739	มาก
ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการจัดเก็บข้อมูล ใบกำกับภาษี	4.07	.711	มาก
ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการเรียกใช้งาน ข้อมูลใบกำกับภาษี	3.94	.874	มาก
ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการลดหนี้	3.95	.756	มาก
ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการยื่นเสียภาษี	4.29	.770	มากที่สุด
รวม	4.06	.707	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ว่าง่าย โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06$ ,  $SD = 0.770$ ) โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการยื่นเสียภาษี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.29$ ,  $SD = 0.770$ ) รองลงมาคือท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการจัดเก็บข้อมูลใบกำกับภาษี มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 4.07$ ,  $SD = 0.711$ ) ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการเข้าถึงบริการ มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 4.03$ ,  $SD = 0.739$ ) ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการลดหนี้ มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ,  $SD = 0.756$ ) และท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการเรียกใช้งานข้อมูลใบกำกับภาษี มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.94$ ,  $SD = 0.874$ ) ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติ

ด้านทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
ท่านคิดว่าระบบ E-Tax ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของ การทำงานภายในบริษัท	4.39	.690	มากที่สุด
ท่านคิดว่าระบบ E-Tax ช่วยจัดทำเอกสารหลักฐาน ประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน	3.84	.797	มาก
ท่านคิดว่าระบบ E-Tax เป็นเทคโนโลยีการเก็บ ข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้	3.94	.775	มาก
ท่านคิดว่าระบบ E-Tax มีความปลอดภัยในการใช้ งาน	3.93	.760	มาก
ท่านคิดว่าระบบ E-Tax ตอบโจทย์การใช้งานใน การยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน	4.25	.751	มากที่สุด
รวม	4.07	.755	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.07$ ,  $SD = 0.755$ ) โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ท่านคิดว่าระบบ E-Tax ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.39$ ,  $SD = 0.690$ ) รองลงมาคือท่านคิดว่าระบบ E-Tax ตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.25$ ,  $SD = 0.751$ ) ท่านคิดว่าระบบ E-Tax เป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้ มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.94$ ,  $SD = 0.775$ ) ท่านคิดว่าระบบ E-Tax มีความปลอดภัยในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.93$ ,  $SD = 0.760$ ) และท่านคิดว่าระบบ E-Tax ช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.84$ ,  $SD = 0.797$ ) ตามลำดับ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความตั้งใจ

ด้านความตั้งใจ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท	4.13	.687	มาก
ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน	3.93	.756	มาก
ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้	4.12	.834	มาก
ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน	4.03	.860	มาก
ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน	3.87	.776	มาก
รวม	4.02	.783	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความตั้งใจ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$ ,  $SD = 0.783$ ) โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ,  $SD = 0.687$ ) รองลงมาคือ ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 4.12$ ,  $SD = 0.834$ ) ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 4.03$ ,  $SD = 0.860$ ) ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วนมีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.93$ ,  $SD = 0.756$ ) และท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.87$ ,  $SD = 0.776$ ) ตามลำดับ

### 4.1.3 กระบวนการตัดสินใจ

ในส่วนนี้ จะเป็นการนำเสนอการประมวลผลข้อมูลความคิดเห็นของกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ ด้านการสนใจ ด้านการต้องการ และด้านการตัดสินใจ โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจ โดยรวม

กระบวนการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
ด้านการรับรู้	3.95	0.839	มาก
ด้านการสนใจ	4.14	0.795	มาก
ด้านการต้องการ	4.29	0.701	มากที่สุด
การตัดสินใจใช้บริการ	4.22	0.715	มากที่สุด
รวม	4.15	.763	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ระดับความคิดเห็นของกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ , SD = 0.763) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการต้องการ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.29$ , SD = 0.701) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$ , SD = 0.715) ด้านการสนใจ มีระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{X} = 4.14$ , SD = 0.795) และด้านการรับรู้ มีระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{X} = 3.95$ , SD = 0.839) ตามลำดับ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของกระบวนการตัดสินใจ ด้านการรับรู้

ด้านการรับรู้	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
ท่านทราบว่าระบบ E-Tax ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท	3.98	.826	มาก
ท่านทราบว่าระบบ E-Tax ช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน	4.07	.799	มาก
ท่านทราบว่าระบบ E-Tax เป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้	3.90	.771	มาก
ท่านทราบว่าระบบ E-Tax มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.83	.944	มาก
ท่านทราบว่าระบบ E-Tax ตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน	3.96	.839	มาก
รวม	3.95	.839	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ระดับความคิดเห็นของกระบวนการตัดสินใจ ด้านการรับรู้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ,  $SD = 0.839$ ) โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ท่านทราบว่าระบบ E-Tax ช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 4.07$ ,  $SD = 0.799$ ) รองลงมา คือ ท่านทราบว่าระบบ E-Tax ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.98$ ,  $SD = 0.826$ ) ท่านทราบว่าระบบ E-Tax ตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ,  $SD = 0.839$ ) ท่านทราบว่าระบบ E-Tax เป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้ ( $\bar{X} = 3.90$ ,  $SD = 0.771$ ) และท่านทราบว่าระบบ E-Tax มีความปลอดภัยในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.83$ ,  $SD = 0.944$ ) ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของกระบวนการตัดสินใจ ด้านการสนใจ

ด้านการสนใจ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท	3.66	1.012	มาก
ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน	4.13	.754	มาก
ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้	4.32	.776	มากที่สุด
ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน	4.30	.703	มากที่สุด
ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน	4.28	.729	มากที่สุด
รวม	4.14	.795	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ระดับความคิดเห็นของกระบวนการตัดสินใจ ด้านการสนใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ ,  $SD = 0.795$ ) โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.32$ ,  $SD = 0.703$ ) รองลงมา คือ ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.30$ ,  $SD = 0.703$ ) ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$ ,  $SD = 0.729$ ) ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน ( $\bar{X} = 4.13$ ,  $SD = 0.754$ ) และท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.66$ ,  $SD = 1.012$ ) ตามลำดับ



ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของกระบวนการตัดสินใจ ด้านการต้องการ

ด้านการต้องการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท	4.15	.755	มาก
ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน	4.26	.692	มากที่สุด
ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้	4.29	.753	มากที่สุด
ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน	4.40	.639	มากที่สุด
ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การทำงานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน	4.34	.665	มากที่สุด
รวม	4.29	.701	มากที่สุด

จากตาราง 10 พบว่า ระดับความคิดเห็นของกระบวนการตัดสินใจ ด้านการต้องการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.29$ ,  $SD = 0.701$ ) โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.40$ ,  $SD = 0.639$ ) รองลงมา คือ ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การทำงานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.34$ ,  $SD = 0.665$ ) ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.29$ ,  $SD = 0.753$ ) ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.26$ ,  $SD = 0.771$ ) และท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัทมีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ,  $SD = 0.755$ ) ตามลำดับ

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของกระบวนการตัดสินใจ ด้านการตัดสินใจ

ด้านการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท	4.27	.698	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน	4.23	.738	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้	4.24	.736	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน	4.31	.677	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากตอบใจത്യการใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน	4.05	.728	มาก
รวม	4.22	.715	มากที่สุด

จากตาราง 11 พบว่า ระดับความคิดเห็นของกระบวนการตัดสินใจ ด้านการตัดสินใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$ ,  $SD = 0.715$ ) โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.31$ ,  $SD = 0.677$ ) รองลงมา คือ ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.27$ ,  $SD = 0.698$ ) ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.24$ ,  $SD = 0.736$ ) ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.23$ ,  $SD = 0.738$ ) และท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากตอบใจത്യการใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 4.05$ ,  $SD = 0.728$ ) ตามลำดับ

## 4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ ด้านการสนใจ ด้านการต้องการ และด้านการตัดสินใจ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ จำนวนพนักงาน ระยะเวลาที่เปิดกิจการ โดยใช้ สถิติ สถิติ ANOVA (F-test) กรณีที่ประชากรมีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป กำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1

ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ จำนวนพนักงาน ระยะเวลาที่เปิดกิจการ แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครโดยจำแนกเป็นแต่ละด้านดังนี้

**สมมติฐานที่ 1.1** ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_0$  ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนให้บริการ ใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทธุรกิจ

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
ด้านการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	3	.882	.294	.792	.499
	ภายในกลุ่ม	368	136.566	.371		
	รวม	371	137.447			
ด้านการสนใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	.799	.266	.648	.585
	ภายในกลุ่ม	368	151.199	.411		
	รวม	371	151.998			

ตาราง 12 (ต่อ)

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
ด้านการต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	3	.707	.236		
	ภายในกลุ่ม	368	128.853	.350	.673	.569
	รวม	371	129.560			
ด้านการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	.051	.017		
	ภายในกลุ่ม	368	127.852	.347	.049	.986
	รวม	371	127.903			

จากตาราง 12 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทธุรกิจ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

$H_0$  ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ จำนวนพนักงานในองค์กรแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ จำนวนพนักงานในองค์กรแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.2** ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ จำนวนพนักงานแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_0$  ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ จำนวนพนักงานในองค์กรแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ จำนวนพนักงานในองค์กรแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนให้บริการ  
ใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของ  
ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนพนักงานในองค์กร

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
ด้านการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	4	1.898	.475	1.285	.275
	ภายในกลุ่ม	367	135.549	.369		
	รวม	371	137.447			
ด้านการสนใจ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.238	.809	1.997	.094
	ภายในกลุ่ม	367	148.760	.405		
	รวม	371	151.998			
ด้านการต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	4	.198	.049	.140	.967
	ภายในกลุ่ม	367	129.362	.352		
	รวม	371	129.560			
ด้านการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.139	.285	.825	.510
	ภายในกลุ่ม	367	126.764	.345		
	รวม	371	127.903			

จากตาราง 13 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนพนักงานในองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

$H_0$  ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ ระยะเวลาที่เปิดกิจการแตกต่างกัน  
ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ ระยะเวลาที่เปิดกิจการแตกต่างกัน  
ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.3** ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ ระยะเวลาที่เปิดกิจการแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_0$  ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ ระยะเวลาที่เปิดกิจการแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ ระยะเวลาที่เปิดกิจการแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนให้บริการใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
ด้านการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	4	3.768	.942	2.586	.037*
	ภายในกลุ่ม	367	133.680	.364		
	รวม	371	137.447			
ด้านการสนใจ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.519	.380	.926	.449
	ภายในกลุ่ม	367	150.480	.410		
	รวม	371	151.998			
ด้านการต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.361	.340	.974	.422
	ภายในกลุ่ม	367	128.199	.349		
	รวม	371	129.560			
ด้านการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	4	.520	.130	.375	.827
	ภายในกลุ่ม	367	127.383	.347		
	รวม	371	127.903			

จากตาราง 14 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการแตกต่างกันด้านการรับรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Least - Significant Different (LSD)

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีผู้ประกอบการธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนใช้บริการใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Least - Significant Different (LSD)

ระยะเวลาที่เปิด กิจการ	$\bar{X}$	ไม่เกิน 5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	16-20 ปี	21 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 5 ปี	3.64	-	.123	.009*	.703	.618
6-10 ปี	3.81	-	-	.079	.305	.324
11-15 ปี	3.95	-	-	-	.035*	0.031*
16-20 ปี	3.70	-	-	-	-	.922
21 ปีขึ้นไป	3.71	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีผู้ประกอบการธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนใช้บริการใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการแตกต่างกัน พบว่า

ระยะเวลาที่เปิดกิจการ ไม่เกิน 5 ปี แตกต่างกับกับ ระยะเวลาที่เปิดกิจการ 11-15 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระยะเวลาที่เปิดกิจการ 11-15 ปี มีแตกต่างกับระยะเวลาที่เปิดกิจการ 16-20 ปี และ 21 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Multiple Regression Analysis สามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตาราง 15

$H_0$  ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$  ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร



ตาราง 16 ตารางค่าของคะแนนมาตรฐาน (Beta) และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในการพยากรณ์คะแนนดิบ (B) ในสมการพหุคูณถดถอย ใช้ในการพยากรณ์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

การยอมรับเทคโนโลยี	กระบวนการตัดสินใจ					
	B	Std. Error	$\beta$	t	Sig.	Tolerance
Constant	2.060	.161		12.798	.000	
ด้านการรับรู้ประโยชน์	.218	.052	.249	4.221*	.000	.533
ด้านการรับรู้ว่าง่าย	.156	.053	.198	2.961*	.003	.414
ด้านทัศนคติ	.190	.041	-.031	-.461*	.045	.423
ด้านความตั้งใจ	.162	.044	.240	3.657*	.000	.431

R = 0.566 R Square = 0.321 Adjusted R Square = .313 F = 43.332 Sig. = 0.000

\*มีนัยสำคัญในทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 พบว่าผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านการรับรู้ว่าง่าย ด้านทัศนคติ และด้านความตั้งใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและสามารถอธิบายความแปรปรวน ได้ร้อยละ 31.3 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่ด้านการรับรู้ประโยชน์ ( $\beta=0.249$ ) มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความตั้งใจ ( $\beta=0.240$ ) โดยสามารถเขียนสมการทำนายที่ส่งผลต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครได้ดังนี้

เขียนสมการทำนายในรูปของคะแนนดิบได้ ดังต่อไปนี้

$$y = 2.060 + 0.218(\text{ด้านการรับรู้ประโยชน์})^* + 0.156(\text{ด้านการรับรู้ว่าง่าย})^* + 0.190(\text{ด้านทัศนคติ})^* + 0.162(\text{ด้านความตั้งใจ})^*$$

ตาราง 17 สรุปผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ		
1. ประเภทกิจการ	One-Way ANOVA	ไม่สอดคล้อง
2. จำนวนพนักงาน	One-Way ANOVA	ไม่สอดคล้อง
3. ระยะเวลา	One-Way ANOVA	สอดคล้องด้านการรับรู้
สมมติฐานที่ 2		
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี		
1. การรับรู้ประโยชน์การให้บริการ	Multiple Linear Regression	สอดคล้อง
2. การรับรู้ว่าง่ายต่อการให้บริการ	Multiple Linear Regression	สอดคล้อง
3. ทศนคติของผู้ให้บริการ	Multiple Linear Regression	สอดคล้อง
4. ความตั้งใจที่จะใช้บริการ	Multiple Linear Regression	สอดคล้อง

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 372 คน ผู้ศึกษาได้สรุป อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 ความมุ่งหมายการวิจัย

5.2 ความสำคัญของการวิจัย

5.3 สมมติฐานการวิจัย

5.4 สรุปผลการวิจัย

5.5 การอภิปรายผลการวิจัย

5.6 ข้อเสนอแนะ

#### 5.1 ความมุ่งหมายการวิจัย

5.1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

5.1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 5.2 ความสำคัญของการวิจัย

5.2.1 การศึกษารุ่นนี้หวังผลเพื่อผู้ประกอบการ E-Tax และผู้สนใจในบริการ ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2.2 ผู้ที่มีความสนใจในบริการ E-Tax สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็น แนวทางในการเริ่มต้นการให้บริการ E-Tax ได้

#### 5.3 สมมติฐานการวิจัย

5.3.1 ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

5.3.2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

## 5.4 สรุปผลการวิจัย

### 5.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

#### 1) ปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภท บริษัทจำกัด จำนวนพนักงาน 50 - 150 คน ระยะเวลาที่เปิดกิจการ 6-10 ปี พฤติกรรมการเก็บข้อมูล เก็บในระบบขององค์กร

#### 2) ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.11$ ) โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.27$ ) รองลงมาคือ ด้านทัศนคติ มีระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{X} = 4.07$ ) ด้านการรับรู้ว่าง่าย มีระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{X} = 4.06$ ) และด้านความตั้งใจ มีระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{X} = 4.02$ ) ตามลำดับ สามารถจำแนกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

2.1) ด้านการรับรู้ประโยชน์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax ช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน ท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax เป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้ ท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท ท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax มีความปลอดภัยในการใช้งาน และท่านเข้าใจว่าระบบ E-Tax ตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน

2.2) ด้านการรับรู้ว่าง่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการยื่นเสียภาษี ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการจัดเก็บข้อมูลใบกำกับท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการเข้าถึงบริการ ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการลดหนี้ และท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการเรียกใช้งานข้อมูลใบกำกับภาษี

2.3) ด้านความตั้งใจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคิดว่าระบบ E-Tax ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท คิดว่าระบบ E-Tax ตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน คิดว่าระบบ E-Tax เป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้ คิดว่าระบบ E-Tax มีความปลอดภัยในการใช้งาน และคิดว่าระบบ E-Tax ช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน

2.4) ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท มีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุค

นี้ มีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน มีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน และมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน

### 3) กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax

กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการต้องการ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.29$ ) รองลงมา คือ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$ ) ด้านการสนใจ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.14$ ) และด้านการรับรู้ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.95$ ) ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านความต้องการเนื่องมาจากมีความมั่นใจในความปลอดภัยในการใช้งาน และมีความต้องการใช้งานระบบ E-Tax ใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้า ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีความต้องการใช้งาน และพร้อมที่ตัดสินใจใช้บริการ สามารถจำแนกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

3.1) ด้านการรับรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมีทราบว่าระบบ E-Tax ช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน ทราบว่าระบบ E-Tax ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท ทราบว่าระบบ E-Tax ตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน ทราบว่าระบบ E-Tax เป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุด ในยุคนี้ และทราบว่าระบบ E-Tax มีความปลอดภัยในการใช้งาน

3.2) ด้านการสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้ สนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน สนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน สนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน และสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท

3.3) ด้านการต้องการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน มีต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน ต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยที่สุดในยุคนี้ ต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน และต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายใน

3.4) ด้านการตัดสินใจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน ตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท ตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้ ตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน และตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน

#### 5.4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

1) สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการที่แตกต่างกันประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ จำนวนพนักงานในองค์กร และระยะเวลาที่เปิดกิจการส่งผลกระทบต่อการใช้งาน E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $P < 0.05$ )

2) สมมติฐานข้อที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านการรับรู้ว่าง่าย ด้านทัศนคติ และด้านความตั้งใจ ส่งผลกระทบต่อการใช้งาน E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและสามารถอธิบายความแปรปรวน ได้ร้อยละ 31.3 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่ด้านการรับรู้ประโยชน์ ( $\beta = 0.249$ ) มากที่สุด รองลงมาคือด้านความตั้งใจ ( $\beta = 0.240$ ) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 68.7 เป็นการส่งผลจากปัจจัยอื่นๆ ที่ผู้วิจัยไม่ได้นำมาศึกษา โดยสามารถเขียนสมการทำนายที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อการใช้งาน E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

เขียนสมการทำนายในรูปของคะแนนดิบได้ ดังต่อไปนี้

$$y = 2.060 + 0.218(\text{ด้านการรับรู้ประโยชน์}) + 0.156(\text{ด้านการรับรู้ว่าง่าย}) + 0.190(\text{ด้านทัศนคติ}) + 0.162(\text{ด้านความตั้งใจ})$$

### 5.5 การอภิปรายผลการวิจัย

5.5.1 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับ โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการรับรู้ประโยชน์ รองลงมาคือ ด้านทัศนคติ ด้านการรับรู้ว่าง่าย และด้านความตั้งใจ สอดคล้องกับ สืบพงษ์ ปัทมโยธิน (2556) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการยื่นแบบฯ ออนไลน์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่าผลการศึกษาที่ได้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการยื่นแบบฯ ออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ว่าง่ายเมื่อใช้งาน ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ปัจจัยอิทธิพลของสังคม ปัจจัยที่ตระหนักถึงความสำคัญ ปัจจัยความเชื่อมั่น ปัจจัยคุณภาพของการให้บริการ ปัจจัยทัศนคติ



ผู้ใช้งาน และปัจจัยพฤติกรรมผู้ใช้งาน ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการเกิดเป็นความตั้งใจในการนำระบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในกิจการ ระบบดังกล่าวต้องช่วยให้การออกไปกำกับภาษีมีความถูกต้อง รวดเร็ว ประหยัดเวลาและมีค่าใช้จ่ายรวมถึงสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองระบบใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน

5.5.2 ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ จำนวนพนักงานในองค์กร และระยะเวลาที่เปิดกิจการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติน หนูเจริญกุล (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของระบบบริการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (E-Tax Invoice & E-Receipt) ของกรมสรรพากร ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของระบบบริการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (E-Tax Invoice & E-Receipt) ของกรมสรรพากร โดยปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูลไม่มีอิทธิพลทางตรง ซึ่งพิจารณาจากจำนวนการจ้างแรงงานที่มีความแตกต่างกัน ทำให้ผู้ประกอบการนิติบุคคลที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มมีความตั้งใจที่จะนำระบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในกิจการแตกต่างกัน ซึ่งกิจการที่มีขนาดใหญ่มีความตั้งใจที่จะนำระบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในงานในกิจการแตกต่างจากกิจการขนาดกลางและขนาดเล็ก เนื่องจากกิจการที่มีขนาดใหญ่ย่อมมีจำนวนแรงงาน ปริมาณการจัดทำและการเก็บรักษาใบกำกับภาษีมากกว่ากิจการที่มีขนาดเล็กกว่า รวมทั้งอาจเกิดข้อผิดพลาดในการจัดทำใบกำกับภาษีที่เกิดจากเจ้าหน้าที่ รวมถึงปัญหาเอกสารสูญหาย

5.5.3 การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านการรับรู้ว่าง่าย ด้านทัศนคติ และด้านความตั้งใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุณยวีณ์ ธรรมกิจไพโรจน์ (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษพบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยจากการใช้งานมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สอดคล้องกับสุธิกานต์ สุขโกมล (2562) ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้ระบบบริการจัดทำและนำส่งข้อมูล



ใบกำกับภาษีประเภทอิเล็กทรอนิกส์และใบเสร็จรับเงินประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยแสดงว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ และปัจจัยข้อมูลที่มีคุณภาพ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ได้มีอิทธิพลอย่างมาก ต่อการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ว่าง่ายเมื่อใช้ระบบการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจใช้งานในระบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ นิติบุคคลที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เนื่องจากผู้ประกอบการ นิติบุคคลสามารถรับรู้หรือสัมผัสได้ถึงประโยชน์ของการนำระบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ในกิจการ และช่วยให้กิจการมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ช่วยเพิ่มช่องทางในการแข่งขันทางธุรกิจ และเพิ่มกำไรให้แก่กิจการ

## 5.6 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปเป็นแนวทางผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

### 5.6.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1) จากผลการวิจัยพบว่าประเภทธุรกิจไม่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการ ควรทำการวิเคราะห์เชิงลึกในแต่ละกลุ่มธุรกิจเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเหตุผลที่ธุรกิจแต่ละประเภทไม่มีผลต่อการใช้ E-Tax

2) จากผลการวิจัยพบว่าจำนวนพนักงานไม่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการ ควรมีการจัดทำกรณีศึกษาจากธุรกิจที่ใช้บริการ E-Tax และประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน เพื่อเป็นตัวอย่างให้แก่พนักงาน และสร้างแรงจูงใจให้กับการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax

3) จากผลการวิจัยพบว่าระยะเวลาที่เปิดกิจการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการ ควรทำการวิจัยเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจที่เพิ่งเปิดใหม่กับธุรกิจที่เปิดมานาน เพื่อดูความแตกต่างในแต่ละปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax เช่น ระดับความรู้ทางเทคโนโลยี ประสบการณ์ในการจัดการภาษี และการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของบริการ E-Tax

4) จากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการส่วนมากเลือกเก็บข้อมูลในระบบขององค์กร ควรจัดการอบรมพัฒนาทักษะในการจัดเก็บข้อมูลดิจิทัลและการใช้ E-Tax แก่ผู้ประกอบการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในการใช้งานระบบมากขึ้น

5) จากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการ ควรจัดทำคู่มือการให้บริการ E-Tax ที่อธิบายถึงขั้นตอนการใช้งานและประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับอย่างละเอียดและเข้าใจง่าย

6) จากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ว่าง่ายส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการ ควรให้ผู้ประกอบการสามารถทดลองใช้งานระบบ E-Tax ฟรีในช่วงแรก เพื่อให้พวกเขาได้สัมผัสกับความง่ายในการใช้งานก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการอย่างเต็มรูปแบบ

7) จากผลการวิจัยพบว่าทัศนคติส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการ ควรจัดการอบรมและสัมมนาเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับ E-Tax รวมถึงการเชิญผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการใช้ E-Tax มาพูดคุยและแบ่งปันประสบการณ์ เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่อาจมีความเข้าใจผิดหรือความกลัวในการใช้งาน

8) จากผลการวิจัยพบว่าความตั้งใจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการ ควรควรทำการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจของผู้ประกอบการในการใช้ E-Tax เช่น ประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยี

#### 5.6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรเลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเสริมด้วยเพื่อเป็นการค้นคว้าข้อมูลเชิงลึก เช่น สัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างโดยตรง หรือผู้ประกอบการในองค์กรที่ใช้งานระบบการจัดเก็บข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (E-Tax) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาแก้ไขปรับปรุงพัฒนา เช่น การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

2) งานวิจัยศึกษาเพิ่มเติม ควรมีการแยกกลุ่มตัวอย่างกระจายตามด้านของตำแหน่งงานในองค์กร จะได้เห็นถึงความคิดที่แตกต่างออกไป เช่น ผู้บริหาร หรือนักบัญชี ซึ่งอาจช่วยให้งานวิจัยมีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

3) แนะนำให้การศึกษาครั้งหน้าศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การใช้บริการ E-Tax เช่น ราคา โปรโมชันในการเลือกใช้บริการ E-Tax

4) การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากฎหมาย และนโยบายของรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจใช้บริการ E-Tax

## บรรณานุกรม

- Ajzen I, Fishbein M. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Addison-Wesley Publishing Company:Inc.
- Ajzen, I. (1980). From intentions to actions. Attitudes, personality, and behavior, Chicago: the Dorsey Press. p:112-145.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. Management Science, 35(8), 982-1003.
- Frese, M. 2000. Success and Failure of Microbusiness Owner in Africa. The United States of America: Greenwood Publishing Group, Inc.
- Ginkgo Soft. (2022). ออกใบกำกับภาษีอย่างย่อทำได้อย่างไร ให้ถูกต้องตามกฎหมายและถูกใจสรรพากร. e-tax invoice. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <https://www.getinvoice.net/tax-invoice-abb/>
- Hatten, T. S. (2006). Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond (3rd ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Kotler, Philip. 1997. Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control. 9th Edition. New Jersey : Prentice Hall, Inc..
- Kotler, Philip and Keller, Lane Kevin. 2012. Marketing Management. 14th ed. Edinburgh Gate, England: Pearson Education Limited.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazer. Consumer Behavior. 5 th Edition. New Jersey: Prentice - Hall, 1994.
- กรมสรรพากร. (2560). ข้อมูลเกี่ยวกับใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ e-tax invoice & Receipt. เข้าถึงได้จาก [https://etax.rd.go.th/etax\\_staticpage/app#/index/aboutinfo#top](https://etax.rd.go.th/etax_staticpage/app#/index/aboutinfo#top).
- กรมสรรพากร, (2560). ข้อมูลเกี่ยวกับใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ e-tax invoice & Receipt. เข้าถึงได้จาก [https://etax.rd.go.th/etax\\_staticpage/app#/index/aboutinfo#top](https://etax.rd.go.th/etax_staticpage/app#/index/aboutinfo#top)
- กรมสรรพากร, (2566). รายชื่อผู้ประกอบการออกใบกำกับภาษี/ใบรับ ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

ระบบ e-Tax Invoice & e-Receipt และ e-Tax Invoice by Email. เข้าถึงได้จาก

<https://efiling.rd.go.th/rd-questionnaire-web/etax-invoice>

กรมสรรพากร, (ม.ป.ป). รูปแบบของใบกำกับภาษี. เข้าถึงได้จาก

[https://www.rd.go.th/fileadmin/user\\_upload/SMEs/infographic/13-1.vat\\_360.pdf](https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/SMEs/infographic/13-1.vat_360.pdf)

กฤติน หนูเจริญกุล (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของระบบบริการจัดทำและนำส่งข้อมูล

ใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (E-Tax Invoice & E-Receipt) ของ

กรมสรรพากร. วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา ปีที่ 5 ฉบับที่ 2: เมษายน-มิถุนายน 2566

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). หลักสถิติ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

จักรพงษ์ สือประเสริฐสุทธิ. (2554). การยอมรับบริการการสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและ

รูปภาพแบบทันทีผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Instant Messaging : MIM) ของประชากร

ในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร

เทคโนโลยีวิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.)

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร : เทพเนรมิต

การพิมพ์.

ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. (วิทยานิพนธ์ปริญญา

ธนาการ ปทีปกมล. (2561). แรงจูงใจของผู้เสียภาษีในการเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการ ภาษี

เงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

บุญวิทย์ ธรรมกิจไพโรจน์ (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษี

ผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาบัณฑิต). (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน). สืบค้นจาก

[http://narinet.sut.ac.th:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/376/RMUTI\\_Kanyaphat\\_Thes170.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://narinet.sut.ac.th:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/376/RMUTI_Kanyaphat_Thes170.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

ภาณุพงศ์ เสกทวีลาภ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud Storage ใน

ระดับ Software-as-a-Service (SaaS) ของพนักงานองค์กร เอกชน ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ

ของกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก [http://dspace.](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1261/1/phanuphong.sekt.pdf)

[bu.ac.th/bitstream/123456789/1261/1/phanuphong.sekt.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1261/1/phanuphong.sekt.pdf). 13 มกราคม 2558.

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. (2558). สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์การถดถอย. สาขาวิชา

คณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

วนิดา ตะนุรักษ์. (2559). อิทธิพลของทัศนคติต่อการใช้งานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของพนักงานอุตสาหกรรมการค้าส่งและค้าปลีกไทย. วารสารสมาคมนักวิจัย, 22(1), 41-53

วินัย ปณิธานรักษ์ชัย (2562) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ทางอีเมลของผู้ทำบัญชีในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

วิมลวิภา เกตุเทียน. (2556). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนิน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิตวิพัฒนา จำกัด

ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ. สืบค้นจาก

<http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/933/131875.pdf?sequence=1>.

ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ. (2558). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต).

(มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). สืบค้นจาก

[http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU\\_2015\\_5702030767\\_2923\\_1899.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702030767_2923_1899.pdf)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, (2565). จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2565. เข้าถึงได้จาก <https://data.go.th/dataset/https-sme-go-th-th-page-php-modulekey-348>

สว่างพงษ์ แซ่จิ่ง. (2559). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารไทยประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว ในเขตจังหวัดชลบุรี (ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา ). สืบค้นจาก

[http://digital\\_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/57700022.pdf](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/57700022.pdf)

สำคัญสุด สีหตุลานนท์. (2560). ปัจจัยแวดล้อมที่เกื้อหนุนต่อการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ 75 กรณีศึกษา นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. (ปริญญาโทมหาบัณฑิต). (มหาวิทยาลัยศิลปากร). สืบค้นจาก

<http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1710/1/59602715.pdf>

สิทธิชัย ธรรมเสนห์. (2555). สมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- ประเภทกิจการสถานบริการสปา ในจังหวัดชลบุรี กับขีดความสามารถอันพึงประสงค์ของผู้รับบริการ. สืบค้นจาก <http://ssruir.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/701/1/101-55.pdf>
- สีบพงษ์ ปัทมโยธิน. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีออนไลน์ (E-filing) สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs). (สารนิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สุธีกานต์ สุขโกมล (2562) การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้ระบบบริการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์. บัญชีมหาบัณฑิต วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- สุรินทร์ นียมางกุล. (2548). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ ภาควิชาสถิติ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ. พ.ย. 2548. 467 หน้า.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิสร คงแก้ว (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบ REVENUE DEPARTMENT E-FILING FACTORS AFFECTING THE ACCEPTANCE OF REVENUE DEPARTMENT E-FILING SYSTEM. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- อรทัย เลื่อนวัน. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ: กรณีศึกษากรมการพัฒนารัฐบาล
- ออดิตี สุขเสริม. (2564). การเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้เสียภาษีในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 1. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ. (การค้นคว้าอิสระปริญญาามหาบัณฑิต).
- อาริศรา นนทะคุณ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ. (การค้นคว้าอิสระปริญญาามหาบัณฑิต).
- อุศณี กอจิตตวนิจ. (2553). ความพึงพอใจในการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาชีพบัญชี, 6(16), 28-42.





## แบบสอบถามในการวิจัย

### ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร” หลักสูตรบริหารมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นที่เป็นจริง เพื่อให้คำตอบของท่านสามารถใช้เป็น ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุดในการศึกษาครั้งนี้

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนผู้ประกอบการ

ตอนที่ 2 ด้านการยอมรับทางเทคโนโลยี

ตอนที่ 3 ด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model

ผู้วิจัยขอรับรองว่า ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ ซึ่งจะไม่มีการเผยแพร่ใด ๆ ต่อตัวท่าน และขอขอบคุณในความร่วมมือ สำหรับการเสียสละเวลาอันมีค่าของของท่านเพื่อการตอบ แบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย

### ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนผู้ประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่าน

1. ประเภทธุรกิจ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนั้น ประเภทธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม ดังนี้

- 1) กิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภท ห้างหุ้นส่วน
- 2) กิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภท บริษัทจำกัด
- 3) กิจการที่เป็นนิติบุคคล ประเภท บริษัทจำกัดมหาชน
- 4) กิจการที่ไม่เป็นนิติบุคคล

2. จำนวนพนักงานในองค์กร

- 1) น้อยกว่า 50 คน
- 2) 50 - 150 คน
- 3) 151 -250 คน
- 4) 251 - 350 คน
- 5) 350 คน ขึ้นไป

3. ระยะเวลาที่เปิดกิจการ

- 1) ไม่เกิน 5 ปี
- 2) 6-10 ปี
- 3) 11-15 ปี
- 4) 16-20 ปี
- 5) 21 ปีขึ้นไป

4. พฤติกรรมการเก็บข้อมูล (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม)

- 1) เก็บไว้เป็นไฟล์ส่วนตัว

- 2) เก็บเป็นกระดาษ
- 3) เก็บในระบบขององค์กร
- 4) อื่นๆ.....

## ตอนที่ 2 ด้านการยอมรับทางเทคโนโลยี เพื่อสอบถามความคิดเห็น

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการยอมรับทางเทคโนโลยี เพื่อสอบถามความคิดเห็น โดยแต่ละช่องมีความหมายดังนี้

- คะแนน 5 เท่ากับ มีการยอมรับทางเทคโนโลยี ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง
- คะแนน 4 เท่ากับ มีการยอมรับทางเทคโนโลยี ในระดับเห็นด้วย
- คะแนน 3 เท่ากับ มีการยอมรับทางเทคโนโลยี ในระดับไม่แน่ใจ
- คะแนน 2 เท่ากับ มีการยอมรับทางเทคโนโลยี ในระดับไม่เห็นด้วย
- คะแนน 1 เท่ากับ มีการยอมรับทางเทคโนโลยี ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ประเด็นคำถาม	ระดับความเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>1. การรับรู้ประโยชน์การใช้บริการ E-Tax</b>					
1.1 ท่านทราบว่าระบบ E-Tax ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท					
1.2 ท่านทราบว่าระบบ E-Tax ช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน					
1.3 ท่านทราบว่าระบบ E-Tax เป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้					
1.4 ท่านทราบว่าระบบ E-Tax มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
1.5 ท่านทราบว่าระบบ E-Tax ตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน					
<b>2. การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้บริการ E-Tax</b>					
2.1 ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการเข้าถึงบริการ					
2.2 ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการจัดเก็บข้อมูลใบกำกับภาษี					
2.3 ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการเรียกใช้งานข้อมูลใบกำกับภาษี					
2.4 ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการลดหนี้					
2.5 ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax สะดวกในการยื่นเสียภาษี					
<b>3. ทักษะคนของผู้ใช้บริการ E-Tax</b>					

ประเด็นคำถาม	ระดับความเห็น				
	5	4	3	2	1
3.1 ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท					
3.2 ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax ช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน					
3.3 ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax เป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้					
3.4 ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3.5 ท่านเชื่อว่าระบบ E-Tax ตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน					
<b>4. ความตั้งใจที่จะใช้บริการ E-Tax</b>					
4.1 ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท					
4.2 ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน					
4.3 ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้					
4.4 ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน					
4.5 ท่านมีความตั้งใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน					

### ตอนที่ 3 ด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model

**คำชี้แจง** โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุดในความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model โดยแต่ละช่องมีความหมาย ดังนี้

คะแนน 5 เท่ากับ มีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนน 4 เท่ากับ มีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model ในระดับเห็นด้วย

คะแนน 3 เท่ากับ มีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model ในระดับไม่แน่ใจ

คะแนน 2 เท่ากับ มีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนน 1 เท่ากับ มีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ E-Tax ตามแนวคิด AIDA Model ในระดับ  
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง



ประเด็นคำถาม	ระดับความเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>1. การรับรู้ในการใช้บริการ E-Tax</b>					
1.1 ท่านทราบว่าระบบ E-Tax ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท					
1.2 ท่านทราบว่าระบบ E-Tax ช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน					
1.3 ท่านทราบว่าระบบ E-Tax เป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้					
1.4 ท่านทราบว่าระบบ E-Tax มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
1.5 ท่านทราบว่าระบบ E-Tax ตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน					
<b>2. การสนใจใช้บริการ E-Tax</b>					
2.1 ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท					
2.2 ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน					
2.3 ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้					
2.4 ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน					
2.5 ท่านสนใจใช้ระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน					
<b>3. การต้องการใช้บริการ E-Tax</b>					
3.1 ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท					
3.2 ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน					
3.3 ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้					
3.4 ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3.5 ท่านต้องการใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน					
<b>4. การตัดสินใจใช้บริการ E-Tax</b>					

ประเด็นคำถาม	ระดับความเห็น				
	5	4	3	2	1
4.1 ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานภายในบริษัท					
4.2 ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากช่วยจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการยื่นเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน					
4.3 ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคนี้					
4.4 ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากมีความปลอดภัยในการใช้งาน					
4.5 ท่านตัดสินใจใช้งานระบบ E-Tax เนื่องจากตอบโจทย์การใช้งานในการยื่นภาษีกับคู่ค้าของท่าน					



ประวัติผู้เขียน

