

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการ
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขม
Causal Factor Affected on Intention to Use Innovation of E-Filing
Personal Income Tax System through Internet Service of
Population in Nong Khaem District

วรินทร์ เอิบแจ่ง¹ ธัญนันท์ บุญอยู่²

Warintorn Oepchaeng, Thanyanan Boonyoo

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมที่ใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม ADANCO 2.2.1 ผลการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม การยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.725, 0.626 และ 0.283 ตามลำดับ นอกจากนี้การยอมรับนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.251 และการยอมรับนวัตกรรมก็เป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม โดยมีสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่างเท่ากับ 0.140 และขอบเขตบนเท่ากับ 0.441 ส่วนการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อและ ความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.391 และการยอมรับเทคโนโลยีก็เป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม โดยมีสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่างเท่ากับ 0.182 และขอบเขตบนเท่ากับ 0.424

Received: 2021-11-02 Revised: 2022-05-01 Accepted: 2022-06-08

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
Master of Business Administration Program, Business Administration, Graduate School, Southeast
Asia University. Corresponding Author e-mail: toeywarin.oep@gmail.com

² บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ Graduate School, Southeast Asia University.
e-mail: thanyanan7@gmail.com

คำสำคัญ (Keywords) : ความไว้วางใจ; การยอมรับนวัตกรรม; การยอมรับเทคโนโลยี; ความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม

Abstract

The purposes of this study were to investigate Causal Factor Affected on intention to use innovation of e-filing personal income tax system through internet service of population in Nong Khaem district. Samples in this study were 100 people in Nong Khaem district. A questionnaire was used as a research instrument in this study, which was statistically analyzed by using percentage, means, standard deviation, and structural equation model (SEM) analysis by using ADANCO 2.2.1. Findings in the study were trust had impacted on innovation acceptance, technology acceptance, and intention to use innovation of which coefficient scales of path analysis were at 0.725, 0.626, and 0.283 consecutively. Furthermore, innovation acceptance had impacted on intention to use innovation, of which its coefficient scales of path analysis was at 0.251; whereas the innovation acceptance was a mediated factor between trust and intention to use innovation of which its coefficient scales of Boot LLCI was at 0.140 and the coefficient scales of Boot ULCI was at 0.441. Additionally, technology acceptance had impacted on intention to use innovation, of which its coefficient scales of path analysis was at 0.391; whereas the technology acceptance was regarded as a mediated factor between trust and intention to use innovation; of which its coefficient scales of Boot LLCI was at 0.182 and its coefficient scales of Boot ULCI was at 0.424.

Keywords: Trust; Innovation Acceptance; Technology Acceptance

บทนำ (Introduction)

กรมสรรพากรได้มีเป้าหมายการจัดเก็บภาษีให้ได้มากขึ้น ด้วยการปรับแผนกลยุทธ์ครั้งสำคัญเพื่อขับเคลื่อนภารกิจของกรมสรรพากร โดยจัดทำกลยุทธ์ D2RIVE เพื่อยกระดับการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการยื่นแบบชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตให้มีความทันสมัย รวดเร็ว และเป็นธรรม (กรมสรรพากร, 2562) โดยในปี 2544 กรมสรรพากรได้มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพและความสัมฤทธิ์ผลในกระบวนการบริหารงานจัดเก็บภาษีและการให้บริการแก่ผู้เสียภาษีของกรมสรรพากรเป็นครั้งแรก ซึ่งเรียกว่า กรมสรรพากรอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ระบบ E-Revenue ที่เป็นหนึ่งในระบบการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐในรูปแบบการชำระภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านอินเทอร์เน็ต (จุไรรัตน์ ครุฑคำ,

2558) และต่อมาในปี 2545 ได้มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์การยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบการให้บริการออนไลน์แบบครบวงจรตั้งแต่การยื่นแบบแสดงรายการต่อกรมสรรพากร และการโอนเงินผ่านทางธนาคารเพื่อชำระภาษีเงินได้ จึงทำให้มีจำนวนผู้ประกอบการที่ลงทะเบียนในระบบและยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี (อุศณี กอกิตตวนิจ และมนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2553) แต่ถึงกระนั้นการที่มีผู้ประกอบการให้ความสนใจในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตมีจำนวนมากก็ได้หมายถึงความสำเร็จของกรมสรรพากรแต่อย่างใด เนื่องจากยังมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ไม่ใช้บริการถึงร้อยละ 32 ของจำนวนการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อีกทั้งผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต ทั้งในด้านการเข้าใช้งานของระบบอินเทอร์เน็ต ด้านความรู้เกี่ยวกับการวางแผนภาษี ความรู้เกี่ยวกับประมวลรัษฎากรและกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ ก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหลังจากการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ประกอบการบางรายต้องมายื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเพิ่มเติม เนื่องจากกรอกข้อมูลผิดพลาด หรือมิได้ภาษีที่ชำระไว้เกินคืน หรือได้คืนล่าช้า จนเกิดการกระทบกระทั่งกับเจ้าหน้าที่กรมสรรพากรในที่สุด ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ (นิชนันท์ ชาวนา, 2559)

แต่อย่างไรก็ตามการที่จะทำให้อุปกรณ์หรือผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเกิดความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น จากการศึกษาวิจัยของ Wu et al. (2011) ได้กล่าวว่า การที่จะทำให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้บริการเทคโนโลยีบนแอปพลิเคชันสูงขึ้น จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยความไว้วางใจที่ทำให้เกิดความสัมพันธที่ดี เป็นความรู้สึกมั่นใจและปลอดภัยของเทคโนโลยีบนแอปพลิเคชัน โดยมุ่งเน้นสร้างปัจจัยความไว้วางใจที่เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีเพิ่มสูงขึ้น และเมื่อบุคคลรับรู้ได้ถึงประโยชน์และรับรู้ได้ถึงความสะดวกในการใช้งานที่เป็นตัวชี้วัดทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยีอันจะนำไปสู่การกำหนดพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีของบุคคลได้ (พิฑูร ธนบดีกิจ, ทัชชา สุตตสันต์ และดนัย ธนามี, 2563) นอกจากนี้การศึกษาของ Mulyani et al. (2019) กล่าวว่า การที่บุคคลเกิดทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมในด้านต่าง ๆ ที่เป็นการยอมรับเทคโนโลยีทางระบบออนไลน์ก็จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความตั้งใจในการใช้บริการหรือซื้อบริการนั้นได้ ซึ่งจะทำให้ประสิทธิภาพขององค์การเกิดการเติบโตและสามารถพัฒนาธุรกิจให้เกิดการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (Abadi, Abadi & Jafari, 2017) แต่การที่จะทำให้บุคคลเกิดความตั้งใจใช้บริการที่สูงขึ้นได้อย่างยั่งยืนและต่อเนื่องนั้น จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและการยอมรับนวัตกรรมเข้ามาเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดทัศนคติที่ดีที่จะนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้บริการที่สูงขึ้นได้อย่างต่อเนื่องเช่นกัน (จินตนา เกษตรเสริมวิริยะ และธัญนันท์ บุญอยู่, 2564)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขม ซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยทราบถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะจะช่วยให้ได้รับข้อมูลความคิดเห็นจากผู้มีรายได้บุคคลธรรมดา ตลอดจนยังสามารถนำไปเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการนำเสนอกรมสรรพากร เพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์การให้บริการให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจ และยอมรับในนวัตกรรมที่เป็นเทคโนโลยีให้เกิดความพึงพอใจ และตอบสนองต่อความต้องการใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขม

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

- สมมติฐานที่ 1 (H1) ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม
- สมมติฐานที่ 2 (H2) ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี
- สมมติฐานที่ 3 (H3) ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้นวัตกรรม
- สมมติฐานที่ 4 (H4) การยอมรับนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้นวัตกรรม
- สมมติฐานที่ 5 (H5) การยอมรับนวัตกรรมเป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม
- สมมติฐานที่ 6 (H6) การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้นวัตกรรม
- สมมติฐานที่ 7 (H7) การยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขม เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณที่มุ่งเน้นหาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าตามขั้นตอนต่าง ๆ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมที่ใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงทำให้ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้เลือกศึกษากับประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมที่ใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยจะศึกษาข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมที่ใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 100 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาลักษณะข้อมูลจากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ได้มุ่งศึกษาไว้ ซึ่งได้ใช้สถิติ พื้นฐานและการวิเคราะห์ทางสถิติขั้นสูงด้วยการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model--SEM) และการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ผู้วิจัยได้พิจารณาใช้วิธีที่ได้ขนาดตัวอย่างที่ดีที่สุด เพื่อจะได้ผลการคำนวณถูกต้องมากที่สุด โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของมนตรี พิริยะกุล (2553) ซึ่งได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$\text{ถ้า } \frac{\text{จำนวนตัวแปรสมการมาตรฐาน}}{\text{จำนวนตัวแปรแฝงอันดับที่ 1}} \leq 2 \text{ กำหนดให้ขนาดตัวอย่าง } (n) \geq 200$$

$$\text{ถ้า } \frac{\text{จำนวนตัวแปรสมการมาตรฐาน}}{\text{จำนวนตัวแปรแฝงอันดับที่ 1}} > 3 \text{ กำหนดให้ขนาดตัวอย่าง } (n) \leq 100$$

$$\text{ในที่นี้ } \frac{\text{จำนวนตัวแปรสมการมาตรฐาน}}{\text{จำนวนตัวแปรแฝงอันดับที่ 1}} = \frac{30}{4} = 7.50$$

ดังนั้นจากการคำนวณ พบว่า ขนาดตัวอย่าง (n)=100 ตัวอย่าง และเพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้เกิดความเชื่อมั่นสูง เกิดความคลาดเคลื่อนน้อย และได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความเป็นตัวแทนที่ดีและเหมาะสม ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยนำแนวคิดของมนตรี พิริยะกุล (2553) ซึ่งเมื่อคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแล้วได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 100 ตัวอย่าง และเนื่องจากปัจจุบันมีสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) อีกทั้งยังมีข้อจำกัดทางด้านเวลาในการตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง ซึ่งอาจจะเป็นปัญหาในการตอบแบบสอบถาม จึงทำให้การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บตัวอย่างเท่ากับ 100 ตัวอย่าง ส่วนการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาลักษณะของข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ที่ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากมีการกำหนดลักษณะของกลุ่มตัวอย่างอย่างชัดเจน คือ ประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมที่

ใช้บริการนวัตกรรม การยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 100 ตัวอย่าง (รักษิณกร กล่อมเกลี้ยง และธัญนันท์ บุญอยู่, 2564)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม การยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขม” ในครั้งนี้จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลและนำผลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลอีกครั้ง ซึ่งในแบบสอบถามฉบับนี้นั้นจะประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มี ข้อคำถาม 5 ข้อ ส่วนที่ 2-5 แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความไว้วางใจ การยอมรับนวัตกรรม การยอมรับเทคโนโลยี การยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม โดยในแต่ละส่วนจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ Likert (1932) ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยใช้คำถามที่แสดงระดับการวัดข้อมูลอันตรภาค (Interval Scale) ที่มีเกณฑ์การกำหนดค่าระดับ คือ “มากที่สุด ให้คะแนน 5 คะแนน” “มาก ให้คะแนน 4 คะแนน” “ปานกลาง ให้คะแนน 3 คะแนน” “น้อย ให้คะแนน 2 คะแนน” “น้อยที่สุด ให้คะแนน 1 คะแนน”

4. การหาคุณภาพของเครื่องมือ

การหาคุณภาพของเครื่องมือที่ผู้วิจัยได้สร้างมีขั้นตอนในการดำเนินงานไว้ ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความไว้วางใจ การยอมรับนวัตกรรม การยอมรับเทคโนโลยี ความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเป็นนิยามของตัวแปร และดัชนีชี้วัด ขั้นที่ 2 สร้างแบบสอบถามและข้อคำถามให้ครอบคลุมตัวแปรที่กำหนดตามดัชนีวัด โดยภายใต้ คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพด้าน ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) รายข้อเพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 มาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้วเฉพาะข้อที่อยู่ในเกณฑ์มาปรับปรุงและสร้างเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้กับประชากรที่เป็นประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมที่ใช้บริการนวัตกรรม การยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 30 คน โดยเมื่อทำการทดลองเก็บข้อมูลแล้ว จึงนำคำตอบมาวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach & Meehl (1955) ซึ่งการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของความไว้วางใจ การยอมรับนวัตกรรม การยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมโดยรวมมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.904, 0.915, 0.944 และ 0.924 ตามลำดับ

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมเก็บข้อมูลกับประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมที่ใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 100 ตัวอย่าง ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลได้กระทำในระหว่างเดือนกรกฎาคม-เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ตามเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่คำนวณค่าสถิติจากข้อมูลในแบบสอบถาม โดยแบ่งการวิเคราะห์สถิติข้อมูลออกเป็น 1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมที่ใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับของความไว้วางใจ การยอมรับนวัตกรรม การยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจใช้บริการนวัตกรมด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร โดยการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายตามแนวความคิดของ Best (1981) คือ “ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด” “ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก” “ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง” “ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย” “ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด” และ 3) สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เป็นการนำวิธีการสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) เพื่อหาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุและหาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling--SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยโปรแกรม ADANCO 2.2.1 และการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรคั่นกลางด้วยโปรแกรม Process (Preacher & Hayes, 2008)

ผลการวิจัย (Research Results)

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขม ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมที่ใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 มีอายุ 25-35 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 มีสถานภาพโสด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญา

ตรี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00

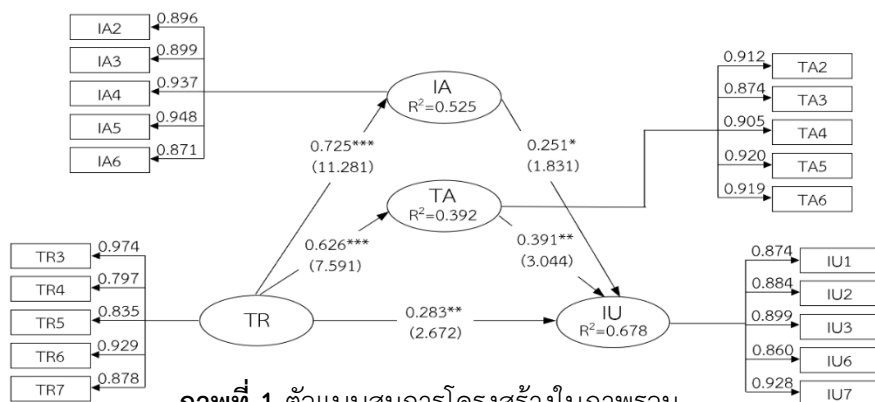
2. สรุปผลการวิเคราะห์ระดับของความไว้วางใจ การยอมรับนวัตกรรม การยอมรับเทคโนโลยี ความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับของความไว้วางใจ การยอมรับนวัตกรรม การยอมรับเทคโนโลยี ความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม

ตัวแปร	($\bar{x}$)	SD	CV	ระดับ
ความไว้วางใจ	3.55	0.646	0.18	มาก
การยอมรับนวัตกรรม	3.75	0.635	0.17	มาก
การยอมรับเทคโนโลยี	3.74	0.726	0.19	มาก
ความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม	3.74	0.745	0.20	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมที่ใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีระดับของความไว้วางใจ การยอมรับนวัตกรรม การยอมรับเทคโนโลยี ความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55, 3.75, 3.74 และ 3.74 ตามลำดับ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.646, 0.635, 0.726 และ 0.745 ตามลำดับ และค่าสัมประสิทธิ์ความแปรผัน (Coefficient of Variation--CV) เท่ากับ 0.18, 0.17, 0.19 และ 0.20 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างในภาพรวม ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขม และผลการทดสอบสมมติฐาน โดยผลการวิเคราะห์เป็นดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ตัวแบบสมการโครงสร้างในภาพรวม

จากภาพที่ 1 แสดงเส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างในภาพรวม พบว่า 1) ความไว้วางใจ (TR) มีอิทธิพลทางตรงต่อการยอมรับนวัตกรรม (IA) การยอมรับเทคโนโลยี (TA) และความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม (IU) มีค่าเท่ากับ 0.725, 0.392 และ 0.678 ตามลำดับ ส่วนความไว้วางใจ (TR) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม (IU) มีค่าเท่ากับ 0.426 2) การยอมรับนวัตกรรม (IA) มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม (IU) มีค่าเท่ากับ 0.251 และ 3) การยอมรับเทคโนโลยี (TA) มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม (IU) มีค่าเท่ากับ 0.391 ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis)	สัมประสิทธิ์ เส้นทาง (Coef.)	ค่า t-test	ผลลัพธ์
H1 TR → IA	0.725***	11.281	สนับสนุน
H2 TR → TA	0.626***	7.591	สนับสนุน
H3 TR → IU	0.283**	2.672	สนับสนุน
H4 IA → IU	0.251*	1.831	สนับสนุน
H6 TA → IU	0.391**	2.834	สนับสนุน

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า 1) ความไว้วางใจ (TR) มีอิทธิพลทางตรงต่อการยอมรับนวัตกรรม (IA) และการยอมรับเทคโนโลยี (TA) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Coef.) 0.725*** และ 0.626*** ตามลำดับ และมีค่า t-test เท่ากับ 11.281 และ 7.591 ตามลำดับ ส่วนความไว้วางใจ (TR) มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม (IU) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Coef.) 0.283** และมีค่า t-test เท่ากับ 2.672 2) การยอมรับนวัตกรรม (IA) มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม (IU) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Coef.) 0.251* และ และมีค่า t-test เท่ากับ 1.831 และ 3) การยอมรับเทคโนโลยี (TA) มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม (IU) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Coef.) 0.391** และมีค่า t-test เท่ากับ 2.834

4. ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของตัวแปรคั่นกลาง (Mediation Variables) ที่เข้ามาเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของตัวแปรคั่นกลางปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรคั่นกลาง

สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis)						Effect	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
H5	TR	→	IA	→	IU	0.281	0.076	0.140	0.441
H7	TR	→	TA	→	IU	0.288	0.061	0.182	0.424

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรคั่นกลาง พบว่า 1) การยอมรับนวัตกรรมเป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม โดยมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่าง (Boot LLCI) มีค่าเท่ากับ 0.140 และมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบเขตบน (Boot ULCI) มีค่าเท่ากับ 0.441 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การยอมรับนวัตกรรมเป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม โดยมีค่าช่วงความเชื่อมั่นไม่คลุม 0 และ 2) การยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม โดยมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่าง (Boot LLCI) มีค่าเท่ากับ 0.182 และมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบเขตบน (Boot ULCI) มีค่าเท่ากับ 0.424 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม โดยมีค่าช่วงความเชื่อมั่นไม่คลุม 0

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานไว้ว่า 1) ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม การยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจใช้นวัตกรรม 2) การยอมรับนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้นวัตกรรม และเป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม 3) การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้นวัตกรรม และเป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม ซึ่งผลจากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม การยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม นอกจากนี้การยอมรับนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมและการยอมรับนวัตกรรมก็เป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม ส่วนการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม และการยอมรับเทคโนโลยีก็เป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรม ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขมที่ใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตเกิดความไว้วางใจในระบบก็จะก่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมที่เป็นรูปแบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต และสามารถรับรู้ได้ถึงกรยอมรับเทคโนโลยีที่เป็นความสะดวก รวดเร็ว และง่ายในการใช้งานก็จะนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้ระบบที่เพิ่มสูงขึ้น โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Wu et al. (2011) ที่ว่า ความไว้วางใจที่เป็นความรู้สึกเชื่อมั่นของ

บุคคลจะมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการเทคโนโลยีบนแอปพลิเคชันสูงขึ้น (พิฑูร ธนบดีกิจ, ทัชชา สุตตสันต์ และดนัย ธนามี, 2563) แต่อย่างไรก็ตามการศึกษาของ Mulyani et al. (2019) ยังกล่าวว่า ความตั้งใจใช้บริการจะเกิดขึ้นได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยความไว้วางใจที่ทำให้บุคคลเกิดทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมในด้านต่าง ๆ ที่เป็นการยอมรับเทคโนโลยีทางระบบออนไลน์ก็จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความตั้งใจในการใช้บริการ (Abadi, Abadi & Jafari, 2017) อีกทั้งการศึกษาของ Ridha, Lubis & Utami (2018) ก็ยังกล่าวว่า การที่จะทำให้บุคคลเกิดความตั้งใจใช้บริการที่สูงขึ้นได้อย่างยั่งยืนและต่อเนื่องนั้น จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและการยอมรับนวัตกรรมเข้ามาเป็นปัจจัยในการสนับสนุนให้เกิดทัศนคติที่ดีที่จะนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้บริการที่สูงขึ้นได้อย่างต่อเนื่องเช่นกัน (จินตนา เกษตรเสริมวิริยะ และชญนันท์ บุญอยู่, 2564)

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาอิทธิพลของการยอมรับนวัตกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีที่อยู่ในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจสู่ความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขม สามารถสรุปได้เป็นข้อเสนอแนะเชิงวิชาการได้

1.1 กรมสรรพากรควรสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงอยู่เสมอ ๆ และมีความปลอดภัยในการใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้และการรับข่าวสาร

1.2 กรมสรรพากรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบเข้าสู่เพอร์ฟอมนออนไลน์เพื่อให้เกิดความรวดเร็วต่อการใช้บริการการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพราะผู้บริการยังไม่มี ความคุ้นเคยกับระบบยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต

1.3 กรมสรรพากรควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญและสร้างการยอมรับนวัตกรรมปรับปรุงการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตให้มีความง่ายต่อการใช้งานมากที่สุด เพื่อให้ผู้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีความไว้วางใจในระบบนวัตกรรมของกรมสรรพากร

1.4 กรมสรรพากรควรมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีความทันสมัย เพื่อง่ายต่อการใช้งานพร้อมทั้งฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ที่สามารถแนะนำต่อผู้บริการ เพื่อความง่ายและทำให้ผู้ใช้งานใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไปในอนาคต ควรศึกษาตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทัศนคติและด้านอื่น ๆ เพื่อจะได้มีข้อมูลที่หลากหลายในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม และควรศึกษาเกี่ยวกับการยื่น

แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 เขตพื้นที่ เพื่อทำการศึกษาเปรียบเทียบถึงพฤติกรรมที่แตกต่างแต่ละเขตพื้นที่

2.2 การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาอิทธิพลของตัวแปรสาเหตุหรือปัจจัยอื่น ๆ หรือตัวแปรคั่นกลางและตัวแปรตามอื่น ๆ เช่น ปัจจัยความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และความจงรักภักดี เพื่อนำไปสู่การค้นคว้าในเรื่องการพัฒนาระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ผ่านอินเทอร์เน็ตของกรมสรรพากรให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

กรมสรรพากร. (2562). *แผนปฏิบัติการการกรมสรรพากรประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562*.

กรุงเทพฯ: กลุ่มวางแผนและประเมินผล.

จินตนา เกษตรเสริมวิริยะ และธัญนันท์ บุญอยู่. (2564). อิทธิพลของความไว้วางใจและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่อยู่ในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างการรับรู้ถึงความปลอดภัยสู่ความตั้งใจใช้บริการโรงเรียนสอนขับรถในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*. 4(2), 789-801.

จุไรรัตน์ ครุฑคำ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือการบริหารจัดเก็บภาษีอากรในรูปแบบการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ (E-Filing) ของกลุ่มภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา. สารนิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

นิชนันท์ ขาวนา. (2559). ปัญหาและอุปสรรคของการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 1. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร. มหาวิทยาลัยบูรพา.

พิฑูร ธนบดีกิจ, ทักษา สุดตสันต์ และดนัย ธนามี. (2563). การผสมผสานความไว้วางใจและยอมรับเทคโนโลยี กรณีศึกษาการยอมรับธนาคารบนมือถือในประเทศไทยเมียนมาร์. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*. 12(3), 107-119.

มนตรี พิริยะกุล. (2553). *ตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

รัชนิกร กล่อมเกลี้ยง และธัญนันท์ บุญอยู่. (2564). ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการนวัตกรรมทางการเงินของธนาคารรัฐวิสาหกิจในพื้นที่จังหวัดนครปฐม. *วารสาร ศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*. 4(2), 647-657.

อุศณี กอกิตตวนิจ และมนวิภา ผดุงสิทธิ์. (2553). ความพึงพอใจในการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 6(16), 28-42.

- Abadi, A. M., Abadi, A. M., & Jafari, A. (2017). Innovation acceptance and customer satisfaction. A survey on tax information systems. *AD-Minister*. 30(4), 149-171.
- Best, J. W. (1981). *Research in education* (4th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Cronbach, L. J., & Meehl, P. E. (1955). Construct validity in psychological tests. *Psychological Bulletin*, 52(4), 281-302.
- Likert, R. A. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*. 140(4), 5-53.
- Mulyani, S. R., Sari, M. W., Sari, V. N., Rani, L. N., & Ekajaya, D. S. (2019). How online media and technology innovation influence consumer's purchase intention. *International Conference Computer Science and Engineering*. 1339(2), 1-5.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effect in multiple mediator model. *Behavioral Research Method*. 40(3), 879-891.
- Ridha, T. K., Lubis, P. H., & Utami, S. (2018). Consumer trust, adoption level of innovation and acceptance of technology as the variables that affecting online shopping behavior-evidence in Banda Aceh. *International Journal of Business and Management Review*. 6(8), 24-42.
- Wu, K., Zhao, Y., Zhu, Q., Tan, X., & Zheng, H. (2011). A meta-analysis of the impact of trust on technology acceptance model: Investigation of moderating influence of subject and context type. *International Journal of Information Management*. 31(4), 572-581.

