

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการยื่นแบบแสดงรายการ และชำระภาษีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
ชื่อผู้เขียน	นางสาวศัทธิตยา ปานสุนทร
ชื่อปริญญา	การจัดการภาครัฐและภาคเอกชนมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2549

วิทยานิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการบริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในลักษณะของผู้มีหน้าที่ยื่นแบบฯ ที่ยอมรับ (Adopters) คาดว่าจะยอมรับ (Likely Adopters) และไม่ยอมรับ (Non-Adopters) บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 3) เพื่อเปรียบเทียบการยอมรับบริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของบุคลากรภาครัฐและภาคเอกชน และ 4) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการยอมรับบริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีการการแพร่กระจายของนวัตกรรมของ Everett M. Rogers ในการศึกษาครั้งนี้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาภาคตัดขวางที่ผสมผสานระหว่างวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สำหรับการศึกษาเชิงปริมาณใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีหน้าที่ยื่นแบบฯ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ และธนาคารออมสิน (สำนักงานใหญ่) รวม 471 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และสถิติอนุमान ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: ANOVA) การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม (T-Test) และใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกพหุกลุ่ม (Multinomial Logistic Regression Analysis) การวิจัยเชิง

คุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) กับบุคลากรของธนาคารไทยพาณิชย์ บุคลากรของธนาคารออมสิน (สำนักงานใหญ่) และบุคลากรของกรมสรรพากร รวมทั้งการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาเชิงปริมาณ พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการยอมรับบริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 3 ตัวแปรเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือ ความไม่ซับซ้อน ประโยชน์ในเชิงเปรียบเทียบ และความรู้และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ส่วนตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการคาดว่าจะยอมรับบริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มี 2 ตัวแปร คือ อายุและความไม่ซับซ้อน ตามลำดับ ซึ่งชุดตัวแปรอิสระทั้ง 9 ปัจจัยนี้สามารถอธิบายความผันแปรของการยอมรับบริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ร้อยละ 50.9 ส่วนตัวแปรซึ่งได้แก่ ความเสี่ยง อายุ การศึกษา ทักษะต่อการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมการสื่อสาร การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และธรรมเนียมปฏิบัติของสังคม พบว่า ไม่มีผลต่อการยอมรับบริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้ผลการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้ที่ยอมรับ (adopters) กลุ่มผู้ที่คาดว่าจะยอมรับ (likely adopters) และกลุ่มผู้ที่ไม่ยอมรับ (non-adopters) บริการ e-Tax Filing ในด้านลักษณะของผู้รับนวัตกรรม ได้แก่ อายุ ทักษะต่อการเปลี่ยนแปลง และความรู้และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และบุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์การภาครัฐ และบุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์การภาคเอกชน มีการรับนวัตกรรมที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า เมื่อจัดอันดับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแล้ว ผู้ที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่เห็นว่า ประโยชน์ในเชิงเปรียบเทียบ ความไม่ซับซ้อน การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และความรู้และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดตามลำดับ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ความเสี่ยง ทักษะต่อการเปลี่ยนแปลง ธรรมเนียมปฏิบัติของสังคม พฤติกรรมการสื่อสาร อายุ และการศึกษา ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องเห็นว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญไม่มากนักตามลำดับ

Title of Thesis	Factors Affecting the Adoption of E-Tax Filing Service
Author	Miss Cattleya Parnsoonthorn
Degree	Master of Public and Private Management
Year	2006

This research aims to study factors affecting the adoption of e-Tax Filing service in Thailand. The objectives of this research are: 1) to study factors affecting the adoption of e-Tax Filing service 2) to compare the personal characteristics differences between the adopters, likely adopters and non-adopters. 3) to compare the e-Tax Filing service adoption between personnel in public and private organization and 4) to study the problems and constraints and give suggestions on increasing the adoption of e-Tax Filing service. The conceptual framework applied is from Everett M. Roger's Diffusion of Innovation Theory.

This research is a cross-sectional study combining quantitative and qualitative research. The quantitative methodology used questionnaires to collect data which were given out to e-Tax Filers of Siam Commercial Bank (SCB) and Government Savings Bank (GSB) with a total of 471 copies. The descriptive statistics used were percentage, mean, standard deviation, maximum and minimum scores while the inferential statistics used were Pearson's Product Moment Correlation Coefficient, Chi-square, One-way Analysis of Variance (ANOVA), T-Test and Multinomial Logistic Regression to analyze the quantitative data. The qualitative methodology used structural in-depth interviews and documentary analysis. The key informants were e-Tax Filers from Siam Commercial Bank, e-Tax Filers from Government Savings Bank and personnel from the Revenue Department. Content analysis methodology was utilized for qualitative data analysis.

The result of the Multinomial Logistic Regression showed that three variables had a relationship with the adoption of e-Tax Filing at the .05 level of significance. The

most important variable was noncomplexity followed by relative advantage and knowledge and experience in using the Internet. The result also showed that two variables had a relationship with the likely adoption of e-Tax Filing at the .05 level of significance. The most important variable was age followed by noncomplexity. These nine independent variables could explain about 50.9% variation of the e-Tax Filing adoptions.

Besides, the result revealed that the personal characteristics of the adopters, likely adopters and non-adopters significantly differed due to age, attitude towards change and knowledge and experience in using the Internet at the .05 level of significance. Finally, the result showed that the adoption rate between the personnel in public and private organization significantly differed at the .05 level of significance.

The qualitative research revealed that by ranking the factors in terms of importance found that relative advantage, access to internet, non-complexity and knowledge and experience in using the internet seemed to have the most effect on the adoption of e-Tax Filing as viewed by the e-Tax filers. The other factors such as risk, attitude toward change, social norm, communication behavior, age and education ranked less important in the order.