



**ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของ
ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee**
**Internal and external factors that affect the tax payment efficiency of
entrepreneurs who selling products through online channels on the Shopee
platform**

พนัณิศา มุงเมือง^{1*}, จิรพงษ์ จันทรงาม²
Punnita Mungmueang^{1*}, Jirapong Channgam²

^{1,2}หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

^{1,2}Master of Accounting Program Faculty of Accountancy, Sripatum University

Corresponding author's e-mail: punnita.mun@spumail.net^{1}, jirapong.ch@chonburi.spu.ac.th²

Received: June 20, 2024

Revised: July 8, 2024

Accepted: July 26, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยภายในที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee 2) เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ 1) วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน 2) วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยภายในด้านความรู้ทางภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการเสียภาษีของผู้ประกอบการ ความครบถ้วนของการเสียภาษี ความตรงเวลาของการชำระภาษี ความถูกต้องของการชำระภาษี และความประหยัดของการชำระภาษี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และปัจจัยภายนอกด้านการได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการเสียภาษีของผู้ประกอบการด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี และด้านความประหยัดของการชำระภาษี แต่ปัจจัยภายนอกด้านข้อบังคับของ

กฎหมายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการเสียภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความครบถ้วนของการชำระภาษี ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการชำระภาษี, ผู้ประกอบการ, ความรู้ทางภาษี

Abstract

The objectives of this research were 1) to study internal factors that affected the tax payment efficiency of entrepreneurs who sell products through online channels on the Shopee platform and 2) to study external factors that affected the tax payment efficiency of entrepreneurs who sell products through online channels on the Shopee platform. The sample group used in the research consisted of 400 entrepreneurs who sell products through online channels on the Shopee platform. The researcher collected data by using questionnaires. Statistics used in research were that descriptive statistics included percentages, averages, and standard deviations, and inferential statistics included Pearson's correlation analysis and multiple regression analysis. The findings indicated that the tax knowledge of entrepreneurs selling products through online channels on the Shopee platform was positively correlated with their tax efficiency, in terms of completeness of tax payment, timeliness of tax payments, accuracy of tax payments and savings in paying taxes, statistically significant at the .01 level. The external factor of receiving advice from tax collection agencies also played a significant role. It had a positive influence on the tax efficiency of enterprises regarding timeliness of tax payments and the economic aspects of paying taxes, but external regulatory factors crucially have a positive influence on the tax efficiency of enterprises concerning completeness of tax payments, timeliness of tax payments.

Keywords: tax payment efficiency, entrepreneurs, tax knowledge

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

นับตั้งแต่เกิดวิกฤตโรคระบาด บวกกับการล็อกดาวน์ในปี 2563 ที่ผ่านมา ไลฟ์สไตล์การจับจ่ายใช้สอยของผู้คนเปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัด หลายคนที่ต้องปฏิบัติงานจากที่บ้าน (work from home) หรือกักตัวอยู่ติดบ้านมากขึ้น การค้นหาหรือซื้อสินค้าออนไลน์จึงเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยม เพราะสะดวกสบายตั้งแต่เลือกสินค้า ไปจนถึงบริการส่งตรงถึงหน้าบ้าน ไม่ต้องออกไปเสี่ยงตระเวนหาสินค้าด้วยตัวเอง ส่งผลให้ธุรกิจขายของออนไลน์เติบโตตามและมีผู้ขายหน้าใหม่ ๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก ที่หวังทำกำไรและหารายได้จากช่องทางนี้

โดยตลอดช่วงปี 2566 ที่ผ่านมามีผู้คนต่างหันมาทำธุรกรรมต่าง ๆ บนช่องทางออนไลน์ และได้สัมผัสประสบการณ์การใช้บริการต่าง ๆ ในรูปแบบดิจิทัลเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง อาทิ การใช้งานแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวัน การมองหาความคุ้มค่าที่มาพร้อมกับความบันเทิง (ผู้จัดการออนไลน์, 2566) การเติบโตของธุรกิจได้รับปัจจัยสนับสนุนจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมใช้ช่องทางออนไลน์ในการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการเกือบทุกประเภทปรับตัวขยายช่องทางการตลาดผ่านทางออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้ตลาดมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตลาดออนไลน์ได้รับความนิยมแบบก้าวกระโดด และถึงแม้โควิด-19 ได้คลี่คลายลง แต่กระแสการใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ก็ยังคงได้รับความสนใจจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ เป็นธุรกิจที่มีความแข็งแกร่ง และสามารถยืนหนึ่งบนเวทีธุรกิจได้ทุกสถานการณ์ (ข่าวประชาชาติธุรกิจ, 2567) จะเห็นได้ว่าแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เป็นแพลตฟอร์มที่

เข้ามาจับบทบาทในชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมากและมีแนวโน้มที่จะโตอย่างต่อเนื่อง และ Shopee เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ที่มีทั้งบุคคลธรรมดา ธุรกิจประเภทบริษัท และวิสาหกิจ SME หันมาให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันมีร้านค้าจำนวนมากที่อยู่ในแพลตฟอร์ม Shopee

ผู้ประกอบการที่มีร้านค้าของอยู่บนแพลตฟอร์ม Shopee นั้น สามารถหารายได้เพิ่มขึ้นได้จากเดิมเป็นจำนวนมาก อันเนื่องมาจากหลายสาเหตุ เช่น 1) ความสะดวกสบายในการซื้อขายสินค้า ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตลอดเวลาและทุกที่ ไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังร้านค้าที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ 2) การเข้าถึงตลาดกว้างขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าโดยไม่จำเป็นต้องมีร้านค้าที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นเดียวกับลูกค้า จากสาเหตุที่ได้กล่าวไปข้างต้น เมื่อผู้ประกอบการเหล่านั้นมีรายได้มากขึ้นแล้วสิ่งที่ตามมาคือการเสียภาษี ผู้ประกอบการที่มีรายได้ที่ถึงเกณฑ์เสียภาษีจะต้องนำส่งภาษีให้กับสรรพากร ผู้วิจัยมองว่าภาษีเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว แต่ยังคงมีชาวเกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบการไม่ได้เสียภาษี เพราะความไม่รู้ว่ามีหน้าที่ที่จะต้องนำส่งภาษี ซึ่งตามมาด้วยเบี้ยปรับและเงินเพิ่มมากมาย

การศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพของการจ่ายภาษีของผู้ประกอบการให้กับสรรพากร จึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง โดยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางแก่กรมสรรพากร เป็นแนวทางในการปรับปรุงมาตรการต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับประเทศชาติในลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยภายในที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee
2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee

การทบทวนวรรณกรรม

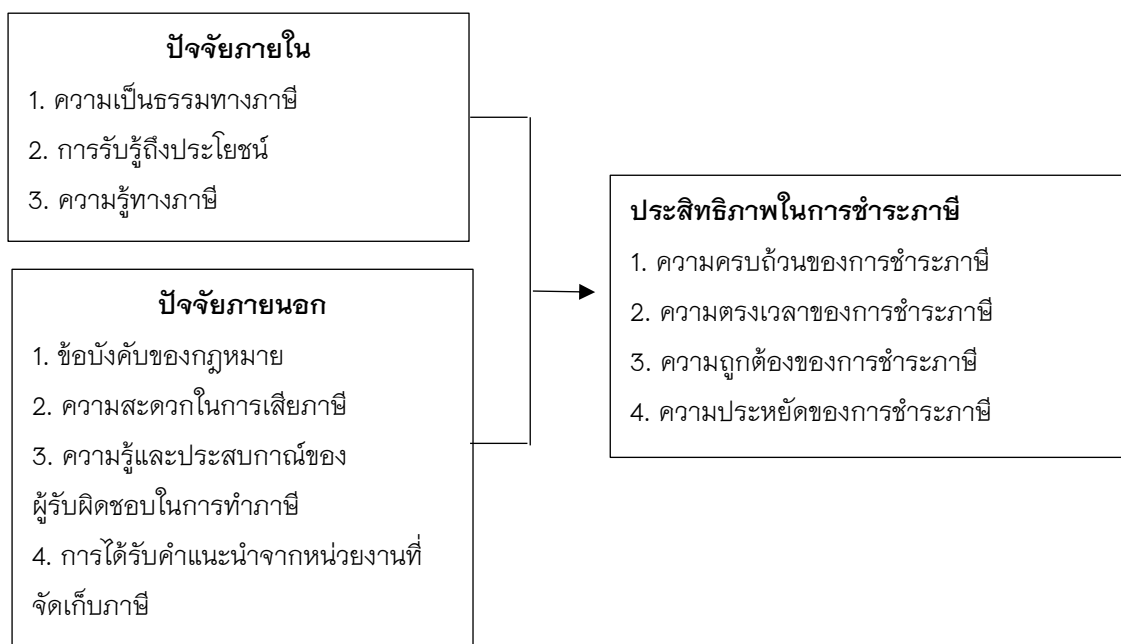
ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่สำคัญเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ (พิรุชา เกิดเกตุกาญจน์, 2562) พบว่า ปัจจัยด้านหน่วยงานสรรพากรที่มีผลต่อการยื่นแบบภาษีเงินได้ภายในกำหนดเวลา ได้แก่ วิธีการยื่นแบบ การบริการของเจ้าหน้าที่ สถานที่จอดรถเพียงพอ ระยะเวลาดำเนินการที่เหมาะสม และการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ (อนงลักษณ์ ไข่มะพัฒน์, 2559) พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการยื่นแบบแสดงรายการภาษีของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจยื่นแบบแสดงรายการภาษีเพื่อชำระภาษี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ปัจจัย ด้านความสะดวกในการยื่นภาษี ด้านระยะเวลาในการให้ยื่นชำระภาษี ตามทฤษฎีได้อธิบายไว้ว่า ประสิทธิภาพต้องคำนึงถึง มิติทั้ง 4 ด้านคือ 1) มิติด้านคุณภาพ ต้องมีความถูกต้อง มีความประณีต และงานมีความเรียบร้อยได้ตามมาตรฐาน 2) มิติด้านปริมาณ เป็นไปตามความคาดหวัง ครบถ้วนตามต้องการ 3) มิติด้านเวลา คือ ดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ทันในระยะเวลาที่ถูกกำหนดไว้ 4) มิติด้านค่าใช้จ่าย คือ ต้องมีความประหยัด มีความเหมาะสมต่อชิ้นงานที่ทำ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee มีกรอบแนวคิดดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย ด้านความเป็นธรรมทางภาษี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านความรู้ทางภาษี และปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ด้านข้อบังคับของกฎหมาย ด้านความสะดวกในการเสียภาษี ด้านความรู้และประสบการณ์ของผู้รับผิดชอบในการทำภาษี และด้านการได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี

ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการชำระภาษี ประกอบด้วย ความครบถ้วนของการชำระภาษี ความตรงเวลาของการชำระภาษี ความถูกต้องของการชำระภาษี และความประหยัดของการชำระภาษี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าผ่านทาง แพลตฟอร์ม Shopee เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน ทั้งนี้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ จึงกำหนดให้มี ขนาดความแปรปรวนสูงสุด คือ $p = .5$ และ $q = .5$ โดยยอมรับความคลาดเคลื่อนในระดับร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรคำนวณของ Cochran ในการคำนวณขนาดตัวอย่าง โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษี โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน โดยมีองค์ประกอบ ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) ส่วนที่ 2

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายในของการชำระภาษี ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกของการชำระภาษี ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการชำระภาษีของผู้ประกอบการ โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2-4 มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's scale) ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ และได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องตามเนื้อหา และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหาและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการหาค่า IOC (Item Objective Congruence Index) เฉพาะที่ได้ค่า IOC มากกว่า .5 ทั้งนี้ ค่าดัชนีความเที่ยงตรงที่มีค่าอยู่ระหว่าง .67-1.00 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพิจารณาจากค่า Cronbach's Alpha จะต้องไม่ต่ำกว่า .7

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่ขายสินค้าใน Shopee โดยจะเป็นการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน (google form) และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลมาจากหนังสือ บทความ และผลงานศึกษาที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการวิจัยในครั้งนี้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ ตรวจสอบความถูกต้องและลงรหัส (coding form) ในแบบสอบถามทุกข้อ หลังจากนั้นวิเคราะห์โดยการประมวลผลข้อมูลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ 1) สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive statistics analysis) โดยใช้ค่าร้อยละ (percentage) ความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ค่าความแปรปรวน (variance) และนำเสนอข้อมูลในตารางเพื่ออธิบายเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง 2) การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) การวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (pearson correlation analysis) ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ ความเป็นธรรมทางภาษี ความรู้ทางภาษี ข้อบังคับของกฎหมาย ความสะดวกในการเสียภาษี ความรู้และประสบการณ์ของ ผู้รับผิดชอบในการทำภาษี การได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานจัดเก็บภาษี กับตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการชำระภาษี ด้านความครบถ้วน ด้านความตรงเวลา ด้านความถูกต้อง ด้านความประหยัด และประสิทธิภาพในการชำระภาษี คือ ด้านการบรรลุเป้าหมายและผลสำเร็จ ด้านความถูกต้องของงานตามระเบียบของทางราชการ ด้านพัฒนาขีดความสามารถกับบัญชีเพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระส่งผลต่อตัวแปรตามหรือไม่ และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยวิธีหาค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของ ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์แพลตฟอร์ม Shopee ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee จำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.2 มีอายุ 25 – 35 ปี จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 มีประสบการณ์ขายของบนแอปพลิเคชัน Shopee น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8

2. ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ดังตาราง 1-3 และระดับประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ดังตาราง 4

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee

ด้านที่	ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษี	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1	ปัจจัยภายใน	3.79	.63	มาก
2	ปัจจัยภายนอก	4.22	.56	มาก
รวม		4.01	.43	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ปัจจัยภายนอก ($\bar{X} = 4.22$) และปัจจัยภายใน ($\bar{X} = 3.79$) ตามลำดับ

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยภายในที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee

ด้านที่	ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษี	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1	ความเป็นธรรมทางภาษี	3.64	.87	มาก
2	การรับรู้ถึงประโยชน์	3.64	.87	มาก
3	ความรู้ทางภาษี	3.90	.73	มาก
รวม		3.79	.63	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ปัจจัยภายในมีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านความรู้ทางภาษี ($\bar{X} = 3.90$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความเป็นธรรมทางภาษี และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ($\bar{X} = 3.64$)

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee

ด้านที่	ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษี	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1	ด้านข้อบังคับของกฎหมาย	3.83	.73	มาก
2	ด้านความสะดวกในการเสียภาษี	4.10	.63	มาก
3	ด้านความรู้และประสบการณ์ของผู้รับผิดชอบในการทำภาษี	4.24	.54	มาก

ตาราง 3 (ต่อ)

ด้านที่	ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษี	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
4	ด้านการได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี	3.62	.81	มาก
	รวม	3.95	.49	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความรู้และประสบการณ์ของผู้รับผิดชอบในการทำภาษี ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมา คือ ด้านความสะดวกในการเสียภาษี ($\bar{X} = 4.10$) ด้านข้อบังคับของกฎหมาย ($\bar{X} = 3.83$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี ($\bar{X} = 3.62$) ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee

ด้านที่	ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษี	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1	ด้านความครบถ้วนของการชำระภาษี	4.29	.61	มาก
2	ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี	4.27	.57	มาก
3	ด้านความถูกต้องของการชำระภาษี	4.20	.62	มาก
4	ด้านความประหยัดของการชำระภาษี	4.15	.68	มาก
	รวม	4.23	.56	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความครบถ้วนของการชำระภาษี ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี ($\bar{X} = 4.27$) ด้านความถูกต้องของการชำระภาษี ($\bar{X} = 4.20$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านความประหยัดของการชำระภาษี ($\bar{X} = 4.15$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ดังตาราง 5-12

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความครบถ้วนของการชำระภาษี

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	(β)	t	Sig.	Collinearity	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	2.370	.154		15.403	.000**		
ด้านความเป็นธรรมทางภาษี (GST)	-.026	.040	-.037	-6.34	.521	.515	1.943
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (BNF)	-.154	.043	-.218	-3.587	.000**	.454	2.203
ด้านความรู้ทางภาษี (KNL)	.611	.050	.705	13.193	.000**	.586	1.708
R = .581, R ² = .338, Adjusted. R ² = .333, SEest = .499, F = 67.407, Sig. = .000**							

จากตาราง 5 พบว่า ปัจจัยภายในด้านความรู้ทางภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ พบว่า ด้านความรู้ทางภาษี (KNL) ($\beta = .705$) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (BNF) ($\beta = -.218$) มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความครบถ้วนของการชำระภาษี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .01 องค์กรประกอบดังกล่าวมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 33.8 (Adjusted. R² = .338)

ส่วนปัจจัยภายในด้านความเป็นธรรมทางภาษี (GST) ไม่มีต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความครบถ้วนของการชำระภาษี

ตาราง 6 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	(β)	t	Sig.	Collinearity	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.942	.130		14.942	.000		
ด้านความเป็นธรรมทางภาษี (GST)	.008	.034	.013	.250	.803	.515	1.943
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (BNF)	.105	.036	.159	2.898	.004**	.454	2.203
ด้านความรู้ทางภาษี (KNL)	.492	.042	.561	11.620	.000**	.586	1.708
R = .679, R ² = .460, Adjusted. R ² = .465, SEest = .422, F = 112.634, Sig. = .000**							

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยภายในด้านความรู้ทางภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ พบว่า ด้านความรู้ทางภาษี (KNL) ($\beta = .561$) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (BNF) ($\beta = .159$) มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .01 องค์กรประกอบดังกล่าวมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 46.5 (Adjusted. R² = .465)

ส่วนปัจจัยภายในด้านความเป็นธรรมทางภาษี (GST) ไม่มีต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี

ตาราง 7 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความถูกต้องการชำระภาษี

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	(β)	t	Sig.	Collinearity	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	2.552	.167		15.307	.000		
ด้านความเป็นธรรมทางภาษี (GST)	-.115	.043	-.163	-2.673	.008**	.515	1.943
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (BNF)	-.032	.046	-.044	-.686	.493	.454	2.203
ด้านความรู้ทางภาษี (KNL)	.559	.054	.587	1.299	.000**	.586	1.708
R = .496, R ² = .246, Adjusted. R ² = .240, SEest = .541, F = 43.058, Sig. = .000**							

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยภายในด้านความรู้ทางภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ พบว่า ด้านความรู้ทางภาษี (KNL) ($\beta = .587$) ด้านความเป็นธรรมทางภาษี (GST) ($\beta = -.163$) มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความถูกต้องการชำระภาษี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .01 องค์ประกอบดังกล่าวมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 24 (Adjusted. R² = .240)

ส่วนปัจจัยภายในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (BNF) ไม่มีต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความถูกต้องการชำระภาษี

ตาราง 8 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความประหยัดการชำระภาษี

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	(β)	t	Sig.	Collinearity	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.983	.171		11.576	.000		
ด้านความเป็นธรรมทางภาษี (GST)	-.190	.044	-.243	-4.289	.000**	.515	1.943
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (BNF)	.262	.048	.332	5.485	.000**	.454	2.203
ด้านความรู้ทางภาษี (KNL)	.488	.056	.465	8.741	.000**	.586	1.708
R = .586, R ² = .343, Adjusted. R ² = .338, SEest = .555, F = 68.936, Sig. = .000*							

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยภายในด้านความรู้ทางภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ พบว่า ด้านความรู้ทางภาษี (KNL) ($\beta = .465$) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (BNF) ($\beta = .332$) และด้านความเป็นธรรมทางภาษี (GST) ($\beta = -.243$) มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความประหยัดการชำระภาษี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .01 องค์ประกอบดังกล่าวมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 34.3 (Adjusted. R² = .343)

ตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความครบถ้วนการชำระภาษี

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	(β)	t	Sig.	Collinearity	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.655	.163		4.025	.000		
ด้านข้อบังคับของกฎหมาย (LAW)	-.99	.030	-.119	-3.286	.001**	.717	1.395
ด้านความสะดวกในการเสียภาษี (CNV)	.054	.042	.055	1.290	.198	.509	1.963
ด้านความรู้และประสบการณ์ของผู้จัดทำภาษี (RSP)	.877	.050	.774	17.677	.000**	.490	2.041
การได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี (ADV)	.023	.027	.030	.836	.404	.731	1.368
R = .793, R ² = .629, Adjusted. R ² = .626, SEest = .374, F = 167.614, Sig. = .000**							

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านความรู้ทางภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ พบว่า ด้านความรู้และประสบการณ์ของผู้จัดทำภาษี (RSP) ($\beta = .774$) ด้านข้อบังคับของกฎหมาย (LAW) ($\beta = -.119$) มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความครบถ้วนการชำระภาษีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .01 องค์ประกอบดังกล่าวมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 62.9 (Adjusted. R² = .629)

ส่วนปัจจัยภายนอกด้านความสะดวกในการเสียภาษี (CNV) และการได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี (ADV) ไม่มีต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความครบถ้วนของการชำระภาษี

ตาราง 10 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	(β)	t	Sig.	Collinearity	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.655	.163		4.025	.000		
ด้านข้อบังคับของกฎหมาย (LAW)	-.99	.030	-.119	-3.286	.001**	.717	1.395
ด้านความสะดวกในการเสียภาษี (CNV)	.054	.042	.055	1.290	.198	.509	1.963
ด้านความรู้และประสบการณ์ของผู้จัดทำภาษี (RSP)	.877	.050	.774	17.677	.000**	.490	2.041
การได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี (ADV)	.023	.027	.030	.836	.404	.731	1.368
R = .586, R ² = .343, Adjusted. R ² = .336, SEest = .466, F = 51.511, Sig. = .000*							

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านความรู้ทางภาษามีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ พบว่า ด้านความรู้และประสบการณ์ของผู้จัดทำภาษี (RSP) ($\beta = .774$) ด้านข้อบังคับของกฎหมาย (LAW) ($\beta = -.119$) มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .01 องค์ประกอบดังกล่าวมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 34.3 (Adjusted. $R^2 = .343$)

ส่วนปัจจัยภายนอกด้านความสะดวกในการเสียภาษี (CNV) และการได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี (ADV) ไม่มีต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี

ตาราง 11 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความถูกต้องของการชำระภาษี

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	(β)	t	Sig.	Collinearity	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.795	.181		4.383	.000		
ด้านข้อบังคับของกฎหมาย (LAW)	-.090	.034	-.107	-2.686	.000**	.717	1.395
ด้านความสะดวกในการเสียภาษี (CNV)	.233	.047	.235	4.994	.008**	.509	1.963
ด้านความรู้และประสบการณ์ของผู้จัดทำภาษี (RSP)	.681	.055	.591	12.297	.000**	.490	2.041
การได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี (ADV)	-.025	.030	-.032	-.824	.410	.731	1.368
R = .744, $R^2 = .553$, Adjusted. $R^2 = .548$, SEest = .417, F = 122.103, Sig. = .000*							

จากตาราง 11 พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านความรู้ทางภาษามีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ พบว่า ด้านความรู้และประสบการณ์ของผู้จัดทำภาษี (RSP) ($\beta = .591$) ด้านความสะดวกในการเสียภาษี (CNV) ($\beta = .235$) ด้านข้อบังคับของกฎหมาย (LAW) ($\beta = -.107$) มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความถูกต้องของการชำระภาษี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .01 องค์ประกอบดังกล่าวมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 55.3 (Adjusted. $R^2 = .553$)

ส่วนปัจจัยภายนอก และการได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี (ADV) ไม่มีต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความถูกต้องของการชำระภาษี

ตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความประหยัดของการชำระภาษี

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	(β)	t	Sig.	Collinearity	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.496	.230		2.156	.032		
ด้านข้อบังคับของกฎหมาย (LAW)	.071	.043	.076	1.664	.097	.717	1.395
ด้านความสะดวกในการเสียภาษี (CNV)	-.012	.059	-.011	-.207	.836	.509	1.963
ด้านความรู้และประสบการณ์ของผู้จัดทำภาษี (RSP)	.707	.070	.558	1.067	.000**	.490	2.041
การได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี (ADV)	.119	.038	.141	3.110	.002**	.731	1.368
R = .636, R ² = .405 Adjusted. R ² = .399, SEest = .529, F = 67.167, Sig. = .000**							

จากตาราง 12 พบว่า ปัจจัยภายในด้านความรู้ทางภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ พบว่า ด้านความรู้และประสบการณ์ของผู้จัดทำภาษี (RSP) ($\beta = .558$) ด้านความสะดวกในการเสียภาษี (CNV) ($\beta = .141$) มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความประหยัดของการชำระภาษีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .01 องค์ประกอบดังกล่าวมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 34.3 (Adjusted. R² = .343)

ส่วนปัจจัยภายในด้านข้อบังคับของกฎหมาย (LAW) และการได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี (ADV) ไม่มีต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านความประหยัดของการชำระภาษี

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อประสิทธิภาพการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ผลการวิจัยพบว่า 1) ความรู้ทางภาษี มีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความครบถ้วนของภาษี ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี ด้านความครบถ้วนของการชำระภาษี และด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิริยะจิตา พิมพ์สุวรรณ (2563) ซึ่งได้ทำการศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านความถูกต้อง ของผู้มีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตภาคตะวันออก ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรด้านทัศนคติและตัวแปรด้านการได้รับข้อมูลและข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของธนสร ธนาภักเดชจีน (2565) องค์ประกอบการชำระภาษีรวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของภาคใต้ฝั่งอันดามัน ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบการชำระภาษีรวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของภาคใต้ฝั่งอันดามัน พบว่า ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อัตราภาษีที่ชำระล่าสุดของปีที่แล้ว

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ตัวแปรดังกล่าวล้วนมีผลต่อการชำระภาษีในด้านของการจ่ายภาษีอย่างครบถ้วน 2) การรับรู้ถึงประโยชน์ มีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความครบถ้วนของภาษี ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี และด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาริสา ลิมคิลลา (2565) ซึ่งได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 1 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจูงใจด้านความรู้ทางด้านภาษี และความเข้าใจถึงเหตุผลในการจ่ายภาษี และรู้ว่าภาษีนั้นมีประโยชน์อย่างไรต่อผู้อื่น ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลเชิงบวกต่อการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ด้านความถูกต้องของการยื่นแบบ การยื่นแบบภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ของกฎหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01

วัตถุประสงค์ที่ 2 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพการชำระภาษีของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ผลการวิจัยพบว่า 1) ความรู้และประสบการณ์ของผู้รับผิดชอบในการทำภาษี มีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความครบถ้วนของภาษี ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี ด้านความครบถ้วนของการชำระภาษี และด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพ รัตแพทย์ (2561) ซึ่งได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีท้องถิ่น ของประชาชน เขตบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรที่เกี่ยวกับการศึกษา ประสบการณ์ และความรู้รวมอยู่ ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษา ประสบการณ์เกี่ยวกับการชำระภาษีต่างกัน ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีท้องถิ่นโดยภาพรวมต่างกัน มีผลต่อประสิทธิภาพของการชำระภาษีที่ต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของหทัยรัตน์ เหล็กพิมาย และคณะ (2565) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับ ทศนคติของผู้เสียภาษีที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ประสบการณ์การเสียภาษีต่างกัน มีผลเชิงบวกต่อทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และประสิทธิภาพการชำระภาษี ด้านความถูกต้อง ความทันเวลา ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความครบถ้วนต่างกันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ความสะดวกในการเสียภาษี มีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนวัฒน์ ไช้หนู (2564) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยประสิทธิภาพด้านค่าใช้จ่ายมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ และปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของระบบการยื่นแบบฯ ผ่านออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 3) การได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่จัดเก็บภาษี มีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านความถูกต้องการชำระภาษี ด้านความตรงเวลาของการชำระภาษี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริรัตน์ มุขตารา (2557) ซึ่งได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านอินเทอร์เน็ตในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 9 ผลการวิจัยพบว่า การใช้บริการของสรรพากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านรูปแบบเว็บไซต์ที่ช่วยให้การกรอกตัวเลข มีความแม่นยำมากขึ้น ด้านการบริการมี ทำให้เกิดความสะดวกในการจ่ายภาษีมากยิ่งขึ้น และช่วยให้การจ่ายภาษีมีความถูกต้อง และช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเสียภาษีที่สรรพากรพื้นที่

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยสำหรับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ได้ดังนี้ คือ สำหรับปัจจัยภายใน ซึ่งหมายถึงปัจจัยที่มาจากตัวผู้ประกอบการเอง ด้านที่มีอิทธิพลต่อการชำระภาษีมากที่สุด คือ ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการชำระภาษีของผู้ประกอบการเอง และสำหรับปัจจัยภายนอก ด้านที่มีผลต่อประสิทธิภาพการชำระภาษีมากที่สุด คือ ด้านประสบการณ์ของผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเรื่องกับชำระภาษี ซึ่งอาจจะเป็นพนักงานบัญชี หรือสำนักงานบัญชีที่มีหน้าที่ดูแลภาษีสำหรับธุรกิจของผู้ประกอบการนั้น ทั้งสองปัจจัยนี้ล้วนส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระภาษี ในด้านความครบถ้วน ความตรงเวลา ความถูกต้อง และความประหยัด ของการชำระภาษีทั้งสิ้น ซึ่งผลงานวิจัยนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยื่นชำระภาษีของผู้ประกอบการ และข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ก็สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลทำให้หน่วยงานที่มีหน้าที่จัดเก็บภาษีสามารถจัดเก็บภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป และทำให้ผู้ประกอบการที่ต้องเสียภาษีมีความเต็มใจที่จะเสียภาษีต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานที่มีหน้าที่ออกมาตรการเพื่อจัดเก็บภาษี สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางการบริหาร และวางแผนเพื่อจัดทำนโยบายการเก็บภาษีเงินได้ของผู้ที่ขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

1.2 หน่วยงานที่มีหน้าที่ออกมาตรการเพื่อจัดเก็บภาษี สามารถนำผลของการวิจัยไปใช้ในเพื่อออกมาตรการใหม่ ๆ เพื่อจะสามารถจัดเก็บภาษีให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาถึงปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการชำระภาษีของผู้ประกอบการ เพื่อให้มีความสมบูรณ์ และครอบคลุมมากขึ้น

2.2 ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการที่ขายของบนแอปพลิเคชัน Shopee ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มขอบเขตของผู้ประกอบการให้ครอบคลุม เช่น เป็นผู้ประกอบการที่ขายสินค้า บนแอปพลิเคชัน TIK TOK, Facebook, LAZADAR ฯลฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย และได้รับข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้น

2.3 ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ร่วมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก และมีความใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด และครอบคลุมทุกประเด็นปัญหา

เอกสารอ้างอิง

- ข่าวประชาชาติธุรกิจ. (2567). เปิดธุรกิจแรงไม่หยุด-จุดไม่อยู่ ปี 2567 อีคอมเมิร์ซ คาดมูลค่าแตะ 7 แสนล้าน. สืบค้น 9 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.prachachat.net/economy/news-1546218>
- ธนวัฒน์ ไชหนู. (2564). ประสิทธิภาพของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- ธนสร ธนาภักเดชจินดา. (2565). องค์ประกอบการชำระภาษีรวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของภาคใต้ฝั่งอันดามัน. การค้นคว้าอิสระปัญญศึกษาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- ผู้จัดการออนไลน์. (2566). “ข้อปี่” เผย 5 โปรแกรม-ฟีเจอร์ ตอบโจทย์ผู้ใช้งานส่งท้ายปี 2566. สืบค้น 9 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://mgronline.com/business/detail/9660000109170>.
- พิรุชา เกิดเหตุกาญจน์. (2562). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาภายในกำหนดเวลาในจังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มาริส ลิ้มศิลา. (2565). ปัจจัยจูงใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตสำนักงานสรรพากร ภาค 1. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วิริยะ ติตา พิมพิสุวรรณ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีเงินได้ในเขตภาคตะวันออก. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ศิริรัตน์ มุขดารา. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 9. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สุภาพ รัตแพทย์. (2561). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีท้องถิ่น ของประชาชน เขตบางนา กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยรวมคำแหง
- หทัยรัตน์ เหล็กพิมาย, ยุทธนาท บุญยะชัย และพรรณเพ็ญ ลิทธิพัฒนา. (2565). ทศนคติของผู้เสียภาษีที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 16(1), 402-415.
- อนงลักษณ์ โขมะพัฒน์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการในท้องที่ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ปราจีนบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.