

การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่าน
อินเทอร์เน็ต ของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์

**Video Media Production to promote the Filing of tax return by
the Internet of the Bureau of Electronic Processing Administration**

อมร เจริญฤทธิภิญโญ

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสื่อดิจิทัล คณะศิลปศาสตร์ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ให้ประชาชนใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (2) เพื่อใช้สื่อวีดิทัศน์สร้างความเข้าใจด้านความสะดวก รวดเร็ว ความทันสมัย และปลอดภัยในการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์และแบบประเมิน โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของการผลิตสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในเกณฑ์ระดับสมบูรณ์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.26 จากการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพการผลิตสื่อวีดิทัศน์ อยู่ในเกณฑ์ระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25

คำสำคัญ : การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต / สำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์

Abstract

The objectives of this study were : (1) to produce campaign video media about the Filing of tax return by the Internet of the Bureau of Electronic Processing Administration. (2) to use the video media to make people understand the convenience of the file a return and pay the tax through the Internet. the tools that used in this study were qualitative and quantitative, and the sample group that obtain to produce media were people who experts in file a tax return over the internet. the methods that correct the information were used in this study to interview, evaluation, statistical analysis in descriptive which includes mean and standard deviation.

The result reveal that The quality of the content of video media production to promote the Filing of tax return by the Internet of the Bureau of Electronic Processing Administration were depend on the level of comprehensive of the video media.

The outcome of the asses the quality of video media were 4.75 in total of average value and 0.26 in standard divination which were in excellent level with total average value of 4.79 and 0.25 in SD.

Keywords: The Filing of tax return by the Internet /

The Bureau of Electronic Processing Administration

บทนำ

ปัจจุบันการยื่นแบบแสดงภาษีเงินได้สามารถทำได้หลายช่องทางแต่ช่องทางหนึ่งที่มีความสะดวกและรวดเร็วในการยื่นแบบแสดงภาษี นั่นก็คือช่องทางผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งกรมสรรพากรได้เปิดช่องทางดังกล่าวไว้ให้บริการประชาชน โดยมีสำนักงานบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารและการให้บริการผู้เสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การให้บริการยื่นแบบและชำระภาษี ให้บริการข้อมูลข่าวสาร แนะนำเรื่องสิทธิและหน้าที่ความรับผิดชอบในการเสียภาษี เพื่อให้เกิดความสนใจในการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ และการให้บริการออกไปรับรองอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

กรมสรรพากรเป็นหน่วยงานของรัฐบาล มีหน้าที่หลักในการจัดเก็บภาษีของประเทศ โดยมีนโยบายในการบริหารที่มีระบบงานเป็นมาตรฐานสากลเพื่อบริการประชาชนและเก็บภาษีทั่วถึงอย่างเป็นธรรม ได้มีการพัฒนาระบบการจัดเก็บภาษีและการบริการที่อำนวยความสะดวก ลดขั้นตอนการทางาน เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายของกรมสรรพากรและผู้เสียภาษี ซึ่งกรมสรรพากร ได้จัดทำโครงการยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นโครงการนำร่องของการให้บริการออนไลน์ครบวงจรของกรมสรรพากรโดยผู้เสียภาษีสามารถยื่นแบบแสดงรายการภาษี ต่อกรมสรรพากรและส่งเงินจากธนาคารเพื่อชำระภาษีให้กรมสรรพากรได้ในคราวเดียวกัน

กรมสรรพากรเริ่มให้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ทางอินเทอร์เน็ตครั้งแรกเมื่อวันที่ 2 เมษายน 2544 โดยระยะเริ่มแรกได้ให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม ผ่านช่องทางการชำระเงินด้วยระบบ e-Payment ของธนาคาร ต่อมาตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2545 เริ่มให้บริการยื่น ซึ่งในปัจจุบัน

กรมสรรพากรสามารถพัฒนาการให้บริการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต ได้ทุกแบบแสดงรายการ โดยพัฒนาทั้งทางด้านบุคลากรของกรมสรรพากร เทคโนโลยี รวมถึงข้อกฎหมาย และประสานงานแบบบูรณาการ กับหน่วยงานที่รับแบบและส่วนราชการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการให้บริการยื่นแบบและชำระภาษี ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยผู้เสียภาษีเป็นผู้ป้อนข้อมูลที่ต้องกรอกในแบบแสดงรายการ ที่ได้รับอนุญาตให้ยื่นผ่านทางอินเทอร์เน็ต แทนการกรอกแบบและยื่นแบบฯ ด้วยกระดาษ พร้อมชำระภาษีโดยใช้คำสั่งทางอิเล็กทรอนิกส์ให้ธนาคารโอนเงินค่าภาษีให้กรมสรรพากร กรณียื่นแบบฯ ภ.พ.30 โดยไม่มีภาษีต้องชำระตามแบบฯ หรือขอคืนภาษีไว้ก็ใช้บริการนี้ได้ ถือเป็นทางเลือกใหม่อีกทางหนึ่งที่ไม่บังคับ แต่ช่วยให้ผู้เสียภาษีที่สนใจเลือกใช้บริการเพื่อความสะดวกมากยิ่งขึ้น ในขณะที่การยื่นแบบด้วยแบบพิมพ์ที่เป็นกระดาษ และชำระภาษี ที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา ยังคงมีอยู่ตามปกติ

การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันเป็นช่องทางที่ประชาชนจำนวนมากในประเทศสามารถเข้าถึงได้ เพราะปัจจุบันระบบอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีผู้ใช้เพิ่มมากขึ้นในประเทศไทยเริ่มการใช้อินเทอร์เน็ตครั้งแรก เมื่อ พ.ศ. 2530 เริ่มจากเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในสถาบันการศึกษา ซึ่งจากข้อมูลทางสถิติ ของ NECTCE รายงานว่า ปี พ.ศ. 2534 มีจำนวนผู้ใช้ 30 คน จนถึงสิ้นปี พ.ศ.2557 มีผู้ใช้นับถึง 21,700,000 คน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญ และความนิยมใช้ระบบอินเทอร์เน็ตมากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ “การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2557”)

แม้ว่าการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็มีการขยายตัวไปทั่วภูมิภาคของประเทศ แต่พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการยื่นแบบและชำระภาษียังไม่ได้รับความนิยมจากประชาชน ด้วยปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ประชาชนยังขาดความเข้าใจในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และยังขาดการประชาสัมพันธ์หรือการรณรงค์ไปยังประชาชน เป็นต้น นอกจากนี้ เอมอร์ พลวัฒน์กุล (2550) ยังพบว่าสาเหตุของการไม่ยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตเกิดจากขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ขาดความเชื่อมั่นต่อระบบการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตการคิดว่าอาจจะเกิดปัญหาตามมาภายหลัง ความไม่มั่นใจในระบบการตัดบัญชีเงินฝาก ขั้นตอนในการขออนุมัติและการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต ยุ่งยาก ลำบาก การขาดความรู้และความเข้าใจในกฎหมายประมวลรัษฎากร และกลัวจะถูกเรียกตรวจสอบ

สำหรับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการรณรงค์ให้ประชาชน ใช้บริการยื่นแบบชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตนั้น ทางกรมสรรพากรได้มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง อาทิเช่น การจัดอบรมสัมมนา การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ และการใช้สื่อภาพยนตร์สั้น เป็นต้น แต่ก็ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงเนื่องจากเนื้อหาในการนำเสนอยังไม่ตรงประเด็น กับการรณรงค์ให้ประชาชนเปลี่ยนพฤติกรรม มาใช้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันวิดิทัศน์เป็นสื่อในการเรียนรู้ที่มีบทบาทมาก จากลักษณะของสื่อที่ใช้งานง่าย สามารถสร้างความเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน หรือการบันทึกภาพข่าวหรือการแสดงสามารถนำมาใช้เป็นสื่อในการรณรงค์ได้และยังสามารถบันทึกกิจกรรมหรือผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์หน่วยงานได้

ดังนั้น เพื่อการรณรงค์ส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้และเข้าใจถึงประโยชน์ ความสะดวกสบาย

และเกิดความเชื่อมั่นในการยื่นแบบแสดงภาษีเงินได้ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์” เพื่อใช้ในการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในการยื่นแบบแสดงภาษีเงินได้ มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ให้ประชาชน ใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อใช้สื่อวีดิทัศน์สร้างความเข้าใจด้านความสะดวก รวดเร็ว ความทันสมัยและปลอดภัยในการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา กำหนดขอบเขตเนื้อหาของวีดิทัศน์ ที่จะนำเสนอให้ผู้รับสารได้รับรู้ และเข้าใจถึงการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต
2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 5 ท่าน และ ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการผลิตสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 5 ท่าน
3. ด้านระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557 รวมระยะเวลา 10 เดือน

การทบทวนวรรณกรรม

1. การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ วีดิทัศน์เป็นการเล่าเรื่องด้วยภาพ ภาพทำหน้าที่หลักในการนำเสนอ เสียงจะเข้ามาช่วยเสริมในส่วนของภาพเพื่อให้เข้าใจเนื้อเรื่องมากยิ่งขึ้น วีดิทัศน์เป็นสื่อในลักษณะที่นำเสนอเป็นภาพเคลื่อนไหว และสร้างความต่อเนื่องของการกระทำของวัตถุจากเรื่องราวต่าง ๆ สร้างความรู้สึกใกล้ชิดกับผู้ชม เป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย มีความรวดเร็วสามารถเสนอเหตุการณ์ได้ทันที ถ้าเสนอรายการผ่านระบบโทรทัศน์ ก็จะเป็นรายการโทรทัศน์ การผลิตวีดิทัศน์ในการประชาสัมพันธ์นั้น เป็นเรื่องของการสื่อสาร การถ่ายทอดให้เกิดการรับรู้ และความเข้าใจอันดี ผ่านสื่อวีดิทัศน์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนการผลิตนั้นเหมือนกับการผลิตรายการวีดิทัศน์ทั่วไปจะแตกต่างกันที่รายละเอียดความถูกต้อง น่าเชื่อถือและการสื่อความหมายเพื่อการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ วีดิทัศน์ ที่มีคุณภาพนั้นต้องสื่อความหมายหรือถ่ายทอดให้เกิดการรับรู้ได้ตามวัตถุประสงค์หลักที่ตั้งไว้

2. การเขียนสคริปต์รายการวีดิทัศน์ สังคม ภูมิพันธุ์ (2530) กล่าวถึง บทโทรทัศน์ ว่าเป็นการนำเอาเนื้อหาเรื่องราวที่มีอยู่หรือจินตนาการขึ้นมา เพื่อนำเสนอให้ผู้ดูผู้ชม ได้รับรู้อย่างพอใจ ประทับใจ ด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นที่ยอมรับกันว่า บทโทรทัศน์เป็นหัวใจของการผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้เขียนบทโทรทัศน์ (Script Writer) จึงจำเป็นที่จะต้องมีความรอบรู้ในศาสตร์และศิลป์ด้านต่าง ๆ มีความเข้าใจ จิตวิทยา การรับรู้ของมนุษย์ความชอบ ความสนใจ ประเพณีวัฒนธรรม ความเชื่อ และความศรัทธา รวมทั้งการใช้

ภาษาที่เหมาะสม การเขียนบทโทรทัศน์ ควรกำหนดได้ว่า รูปแบบของ รายการ เป็นลักษณะใด การแนะนำ หน่วยงานองค์กรเป็นสารคดี การสาธิตหรือปฏิบัติการ รูปแบบจะใช้การบรรยาย การเล่าเรื่อง หรือ การโฆษณาสินค้าบริการซึ่งจะช่วยให้ผู้กำกับรายการ ช่างภาพ ผู้แสดง และทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเข้าใจเนื้อหาของ เรื่องโดยรวม Story Boards (สตอรี่บอร์ด) เป็นกระบวนการก่อนการผลิต Pre Production เป็นการร่าง แนวความคิดเชิงรูปธรรมที่ทีมงานจินตนาการถึงเนื้อหา (บทประพันธ์) ให้ผู้ผลิตรายการทำการกำกับมุมมองภาพ กำกับนักแสดง กำกับการถ่ายทำ บันทึกเสียง บรรยากาศสถานที่ รวมทั้งแนวทางการตัดต่อให้คล้ายคลึงกับ สถานที่จริงมากที่สุด หากเขียนหรือกำหนดได้มากเท่าใดก็จะเป็นการง่ายในการเตรียมการผลิตมากยิ่งขึ้น บางครั้งผู้กำหนด สตอรี่บอร์ดอาจใช้ภาพถ่ายเป็นตัวกำหนดมุมมองภาพ แทนการวาดก็ได้เช่นกัน ส่วนใหญ่ใช้กับการถ่ายทำภาพยนตร์ ภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งมีทุนสูงและมีความละเอียดอ่อนในการผลิตมาก

3. กระบวนการผลิตวีดิทัศน์ จำเป็นต้องใช้ทีมงาน อุปกรณ์ งบประมาณ รวมทั้งรูปแบบและ เทคนิคการนำเสนอที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชม ซึ่งสามารถแบ่งขั้นตอนการผลิตรายการออกเป็น 5 ขั้นตอน ที่สำคัญได้แก่ (1) ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre Production) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ได้แก่ การเตรียมข้อมูล การเขียนสคริปต์รูปแบบรายการ การประสานงานการถ่ายทำกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ช่างภาพ ฉาก ผู้ดำเนินรายการ นักแสดง (2) ขั้นตอนการผลิต (Production) เป็นขั้นตอนการดำเนินการ ถ่ายทำบันทึกภาพ และเสียง ตามที่สคริปต์กำหนด เป็นการถ่ายทำภายนอกหรือในสตูดิโอก็ได้ โดยมีทีมงาน ซึ่งทำหน้าที่ต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายประสานงาน ฝ่ายบันทึกเสียง ฝ่ายถ่ายภาพ ฝ่ายฉาก ฝ่ายแต่งหน้าเสื้อผ้า ฝ่ายแสง ฝ่ายผู้แสดงพิธีกร อื่น ๆ (3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post Production) เป็นขั้นตอนการจัดลำดับภาพ การใส่เทคนิคพิเศษเสียงและดนตรีประกอบ เพื่อให้เป็นเรื่องราวตามที่สคริปต์กำหนดไว้ อาจมีการแก้ไข ปรับปรุงเพิ่มเติม เช่น การถ่ายซ่อมในบางฉากบางส่วนก็ได้ เพื่อให้วีดิทัศน์ออกมาสมบูรณ์ที่สุด (4) ขั้นตอน การประเมินผล (Evaluation) การประเมินผลรายการเพื่อให้ตรงกับ วัตถุประสงค์ การปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องเล็ก ๆ น้อย ๆ ทั้งภาพและเสียงให้มีความสมบูรณ์ที่สุด และ (5) ขั้นตอนการเผยแพร่ (Distribution) เป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนการเผยแพร่ออกอากาศ หรือนำไปใช้งานตามวัตถุประสงค์ สามารถเผยแพร่ได้ หลากหลายวิธี เช่น การทำเป็น DVD, VCD, VDO Clip สำหรับงานมัลติมีเดีย เป็นต้น

4. การยื่นภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการยื่นแบบฯ และชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นผู้ป้อน ข้อมูลที่จะต้องกรอกในแบบแสดงรายการที่ได้รับอนุมัติให้ยื่นแบบฯ ผ่านอินเทอร์เน็ต แทนการกรอกแบบฯ และยื่นแบบฯ ด้วยกระดาษ พร้อมทั้งชำระภาษีโดยใช้คำสั่งทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ให้ธนาคารโอนเงิน ค่าภาษีให้กรมสรรพากร กรณียื่นแบบฯ โดยไม่มีภาษีต้องชำระตามแบบฯ หรือขอคืนภาษีไว้ ก็สามารถใช้ บริการนี้ได้ เป็นทางเลือกใหม่อีกทางหนึ่งที่ไม่บังคับ แต่ช่วยให้ผู้เสียภาษีที่สนใจเลือกใช้บริการได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น ในขณะที่การยื่นแบบฯ และชำระภาษีที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา ยังคงมีอยู่ ตามปกติ

5. การรับนวัตกรรม ในเรื่องกระบวนการยอมรับนวัตกรรมนั้นนักวิชาการต่างเห็นด้วยกันว่า การยอมรับนวัตกรรมเป็นผลมาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นกระบวนการ แม้นักวิชาการจะ มีความเห็นชอบในรายละเอียด ของกระบวนการยอมรับ นวัตกรรมแตกต่างกันแต่ก็มาจากพื้นฐานเดียวกัน ในการวิจัยครั้งนี้จึง ใช้แนวคิดกระบวนการยอมรับนวัตกรรมของโรเจอร์ เป็นหลักดังนี้ โรเจอร์ (Rogers อ้างอิงจาก สุวีริรัตน์ เสริมประสาทกุล, 2541) (1) ขั้นตระหนักหรือขั้นตื่นตัว (awareness stage) เป็นขั้นที่

บุคคลรู้ว่ามีความคิดใหม่สิ่งใหม่ วิธีปฏิบัติใหม่หรือนวัตกรรมเกิดขึ้นแต่ยังขาดความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น (2) ขั้นสนใจ (interest stage) บุคคลเริ่มมีความสนใจนวัตกรรม และพยายามแสวงหาข้อมูลหรือความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น (3) ขั้นประเมินผล (evaluation stage) บุคคลจะทำการประเมินผลในสมองของตนโดยลองนึกว่าถ้ายอมรับนำเอานวัตกรรมนั้นมาใช้ปฏิบัติแล้วจะเหมาะสมกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน หรืออนาคตหรือไม่จะให้ผล คุ่มค่ากับการที่ต้องเสี่ยงภัยหรือไม่ (4) ขั้นทดลอง (trial stage) บุคคลจะนำนวัตกรรมมาลองใช้ หรือลองปฏิบัติในวงจำกัดก่อนเพื่อดูว่า นวัตกรรมนั้น มีประโยชน์เข้ากับสถานการณ์ของตนหรือไม่ (5) ขั้นยอมรับ (adoption stage) บุคคลยอมรับนวัตกรรมโดยนำนวัตกรรมมาใช้อย่างเต็มที่ สม่่าเสมอ

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐวิทย์ เชื้อพรหม และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ได้ทำการวิจัย “ความพึงพอใจของประชาชนต่อการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในเขตกรุงเทพมหานคร” การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด. 90, 91) ผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาและพัฒนาพร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการจัดเก็บภาษีให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ยื่นแบบชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด.90, 91) ตั้งแต่วันที่ 1-31 มีนาคม 2556 จำนวน 400 คน โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และระดับความพึงพอใจในการบริการด้านต่าง ๆ ของการยื่นแบบภาษีทางอินเทอร์เน็ต เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, t-Test, F-Test, การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (MRA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างและจำแนกตัวแปรต่าง ๆ พบว่า ร้อยละ 57.3 เป็นผู้หญิง อายุส่วนใหญ่ระหว่าง 25-35 ปี ร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ 36-45 ปี ร้อยละ 35.5 วุฒิการศึกษาส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 64.5 รองลงมาคือปริญญาโทหรือสูงกว่า ร้อยละ 24.00 สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่คือโสด ร้อยละ 52.3 อาชีพส่วนใหญ่คือ พนักงานเอกชน ร้อยละ 49.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่คือ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 31.8 ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุดคือ ทุกวัน ร้อยละ 48.00 มีความเข้าใจในการยื่นแบบภาษีทางอินเทอร์เน็ตในระดับเข้าใจปานกลางสูงที่สุดคือ ร้อยละ 45.0

ศิริรัตน์ มุขดารา (2555) ได้ทำการวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 9 ” การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านทางอินเทอร์เน็ตในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 9 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล ความคิดเห็น ปัญหาและอุปสรรค ที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านทางอินเทอร์เน็ตในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 9 โดยนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลในการวางแผนการบริหารการจัดเก็บภาษีอากรด้วยระบบเทคโนโลยีของกรมสรรพากรให้มีประสิทธิภาพและให้ผู้เสียภาษีได้รับความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดมากที่สุด ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ บริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัด ในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 9 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน การรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

โดยกำหนดปัจจัยในการศึกษาไว้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการ และด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัย 3 ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ณัฐนันท์ เกตุภาค, วิชาวัฒน์ พิเชิธรเสถียร และอารีวรรณ กลั่นกลิ่น (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลของการให้ข้อมูลโดยใช้สื่อวีดิทัศน์ต่อความรู้และการปฏิบัติของผู้ป่วยในการป้องกันการติดเชื้อในโรงพยาบาล” การวิจัยกึ่งทดลองนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ผลของการให้ข้อมูลโดยใช้สื่อวีดิทัศน์ต่อความรู้และการปฏิบัติของผู้ป่วยในการป้องกันการติดเชื้อในโรงพยาบาล ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2553 รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบบันทึกการสังเกต และแบบสอบถามการปฏิบัติเท่ากับ 0.9, 1.0 และ 1.0 ตามลำดับ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดความรู้แบบสอบถาม การปฏิบัติและการสังเกตได้เท่ากับ 0.8, 0.7 และ 1 ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติทดสอบค่าที และสถิติแอนโนวา ผลการวิจัยพบว่า หลังได้รับข้อมูลผ่านสื่อวีดิทัศน์ กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้เพิ่มขึ้นจาก 7.40 คะแนน (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.082) เป็น 15.72 คะแนน (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.621) ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมากกว่ากลุ่มควบคุมที่มีค่าเฉลี่ย 7.16 คะแนน (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.908) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 หลังได้รับข้อมูลผ่านสื่อวีดิทัศน์ กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยคะแนนการปฏิบัติเพิ่มขึ้นจาก 18.28 คะแนน ดังนั้นบุคลากรสุขภาพควรนำสื่อวีดิทัศน์นี้ไปใช้ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ป่วยเพื่อเพิ่มประสิทธิผลในการป้องกันการติดเชื้อในโรงพยาบาล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย “การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนดำเนินการ โดยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน

(1) การเตรียมการ ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการยื่นแบบแสดงภาษีของกรมสรรพากรและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเนื้อหาและรูปแบบในการผลิตสื่อวีดิทัศน์

(1.1) เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการยื่นแบบแสดงภาษีของกรมสรรพากร และจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(1.2) นำข้อมูลที่รวบรวมและวิเคราะห์หามากำหนดกรอบเนื้อหาที่ใช้ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์

(1.3) วิเคราะห์ปัญหาและองค์ประกอบของ เนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ควรมีอะไรบ้าง

(2) พัฒนาเครื่องมือ แบบสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) ที่ใช้ในการวิจัย และหาคุณภาพของแบบสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) โดยหาความเชื่อมั่นจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ เพื่อปรับปรุงเป็นแบบการสัมภาษณ์กลุ่มให้สมบูรณ์

(3) การเก็บรวบรวมข้อมูล นำแบบสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) ที่ปรับปรุงสมบูรณ์แล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการให้บริการยื่นแบบแสดงภาษีของกรมสรรพากร จำนวน 5 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ท่าน

(4) การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล นำแบบสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) มาทำการประมวลผล โดยใช้วิธีทางสถิติเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในการผลิตสื่อวีดิทัศน์

(5) การสรุปและอภิปรายผล การสรุปผลการศึกษาและอภิปรายผลการวิจัย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาเพื่อนำเสนอเป็นรายงานผลการวิจัยต่อไป

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

- ผู้เชี่ยวชาญด้านการให้บริการยื่นแบบแสดงภาษีของกรมสรรพากร จำนวน 5 ท่าน และ
- ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ท่าน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์และแบบประเมิน ดังนี้

1.1 แบบสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview)

1.2 แบบประเมินความสมบูรณ์ด้านเนื้อหาบทวีดิทัศน์และสตอรี่บอร์ด (Script & Storyboard)

1.3 แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์

2. แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย ข้อมูลเพื่อใช้ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ที่มีคุณภาพ โดยมีประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

2.1 ความเป็นมาของการให้บริการ

2.2 ความนิยมในการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย

2.3 สื่อที่ใช้ในอดีตและปัจจุบันเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์รณรงค์การให้บริการ

2.4 การตอบรับของการใช้สื่อที่มีอยู่

2.5 ความต้องการของการใช้สื่อวีดิทัศน์

2.6 จุดเด่นหรือจุดแข็งของการให้บริการ

2.7 จุดอ่อนของการให้บริการ

2.8 อุปสรรคของการให้บริการ

2.9 โอกาสในการให้บริการ

2.10 ประโยชน์ที่ชัดเจนจากการใช้บริการ

3. แบบประเมิน ดังนี้

3.1 แบบประเมินบทวีดิทัศน์และสตอรี่บอร์ด (Script & Storyboard)

3.2 แบบประเมินสื่อวีดิทัศน์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีด้วยกัน 3 ส่วน ได้แก่

1. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสัมภาษณ์
2. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบประเมินบทวิดิทัศน์และสตอรี่บอร์ด
3. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบประเมินสื่อวิดิทัศน์
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
 1. นำเนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่ม มาวิเคราะห์แล้วนำมาเขียนเป็นบทวิดิทัศน์ และสตอรี่บอร์ด (Script & Storyboard)
 2. บทวิดิทัศน์และสตอรี่บอร์ด (Script & Storyboard) ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิดิทัศน์ตรวจสอบและนำไปปรับปรุงแก้ไข
 3. ดำเนินการผลิตสื่อวิดิทัศน์ เรื่อง “การผลิตสื่อวิดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์” โดยใช้กล้องบันทึกภาพวิดิทัศน์ด้วยกล้องวิดีโอ แบบดิจิทัล แล้วนำมาตัดต่อเรียบเรียงตามบท และบันทึกเสียงบรรยายและเสียงดนตรีให้สมบูรณ์
 4. นำสื่อวิดิทัศน์ เรื่อง “การผลิตสื่อวิดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์” ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิดิทัศน์ ตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข
 5. นำวิดิทัศน์ ตรวจสอบประเมินความสอดคล้องของเนื้อหาและคุณภาพทางเทคนิครายการแล้วนำมาปรับปรุงเนื้อหาแก้ไขให้สมบูรณ์

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย เรื่อง “การผลิตสื่อวิดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์” ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จำนวน 10 ประเด็น ดังนี้

1. ความเป็นมาของการให้บริการ พบว่า กรมสรรพากรเริ่มให้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ทางอินเทอร์เน็ตครั้งแรกเมื่อวันที่ 2 เมษายน 2544 โดยระยะเริ่มแรกได้ให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม ผ่านช่องทางการชำระเงินด้วยระบบ e-Payment ของธนาคาร ต่อมาตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2545 เริ่มให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และพัฒนามาสู่การให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีประเภทอื่น ๆ จนครบทุกประเภทภาษีในปัจจุบัน

2. ความนิยมในการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า จำนวนแบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคลจำนวนมากที่ไม่ยื่นแบบชำระผ่านอินเทอร์เน็ต ในขณะที่แนวโน้มการจ่ายภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตในส่วนของภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มียอดการยื่นแบบผ่านทางอินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นจำนวนมาก และได้รับการตอบรับเพิ่มทุกปี

3. สื่อที่ใช้ในอดีตและปัจจุบันเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์รณรงค์การให้บริการ พบว่ากรมสรรพากรได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ สื่อวิดิทัศน์และน่านการให้บริการสื่อสิ่งพิมพ์

ประเภทแผ่นพับ และการจัดกิจกรรมอบรม สัมมนาให้ความรู้ในการใช้บริการอื่นแบบผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

4. การตอบรับของการใช้สื่อที่มีอยู่ พบว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้รับการตอบรับในประเด็นการรับรู้ รับทราบ แต่ยังไม่สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้เสียภาษีได้ทั้งหมด สื่อที่ประชาชนให้การเปิดรับเป็นอย่างดีได้แก่ สื่อเว็บไซต์ และการจัดกิจกรรมอบรม สัมมนา โดยมีผู้เข้ามาสมัครอบรม สัมมนาผ่านทางเว็บไซต์ เต็มในทุกรอบการอบรมสัมมนา แต่สำหรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมยังต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างความเข้าใจต่อไปเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก

5. ความต้องการของการใช้สื่อวีดิทัศน์ พบว่า ความต้องการของการใช้สื่อวีดิทัศน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ วิเคราะห์ได้ 2 ด้าน ได้แก่

5.1 เพื่อใช้เป็นสื่อเสริมให้ประชาชนเกิดความสนใจ และเกิดการรับรู้

5.2 เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงประโยชน์ของการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ที่ประชาชนหรือผู้ใช้บริการจะได้รับ

6. จุดเด่นหรือจุดแข็งของการให้บริการ พบว่า

6.1 เพิ่มความสะดวกในเรื่องเวลา และสถานที่ ในการยื่นแบบ

6.2 ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ในการเดินทาง

6.3 ไม่ต้องรอคิว

6.4 รวดเร็ว ในการดำเนินการ

6.5 มีความปลอดภัยในระบบสูง

6.6 เปิดให้บริการทั้งในเวลาราชการและนอกเวลาราชการ

6.7 ขยายเวลาให้บริการ หลังจากการยื่นแบบทางเอกสารผ่านเจ้าหน้าที่สิ้นสุดยังสามารถยื่นผ่านระบบได้

6.8 มีการอบรมสัมมนาให้ความรู้ในการใช้บริการ

6.9 ขั้นตอนไม่ยุ่งยากจนเกินไป

7. จุดอ่อนของการให้บริการ พบว่า

7.1 จุดอ่อนด้านการสร้างความเข้าใจให้กับประชาชน

- สื่อที่ใช้สร้างความเข้าใจในการใช้งานระบบ ยังไม่เหมาะสม จึงเน้นที่กิจกรรมอบรม

- การสร้างความเข้าใจถึงประโยชน์ยังไม่สมบูรณ์

- การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย

7.2 จุดอ่อนด้านระบบอินเทอร์เน็ตยังต้องพัฒนาให้ใช้กับอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้มากขึ้น ปัจจุบัน (2556) กำลังพัฒนาให้ใช้งานได้โดยผ่านอุปกรณ์ประเภท แท็บเล็ตและสมาร์ตโฟน เป็นต้น

8. อุปสรรคของการให้บริการ พบว่า ผู้เสียภาษีเข้าใจว่าจะเป็นการตรวจสอบการเสียภาษีทำให้เกิดความกังวล ไม่สบายใจ ผู้เสียภาษีบางรายไม่เข้าใจวิธีการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐาน ผู้เสียภาษีบางรายไม่เข้าใจวิธีการใช้งานระบบการให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต

9. โอกาสในการให้บริการ พบว่า ระบบอินเทอร์เน็ต ได้รับการขยายพื้นที่ให้บริการทั้งในเขต

กรุงเทพมหานคร และในต่างจังหวัด ทำให้ประชาชนในพื้นที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต สามารถใช้บริการได้ การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีการพัฒนาทำให้สร้างความเข้าใจได้ง่ายขึ้นหากรู้จักนำสื่อต่าง ๆ มาช่วย ในการสร้างความเข้าใจกับประชาชน รัฐบาลส่งเสริมให้ประชาชน เปลี่ยนพฤติกรรมจากการยื่นภาษี โดยเอกสารในแบบเดิม มาสู่การยื่นภาษีผ่านระบบอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น

10. ประโยชน์ที่ชัดเจนจากการใช้บริการ พบว่า ผู้เสียภาษีได้รับประโยชน์ ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว ทันสมัย มั่นใจได้ ประหยัดเวลา และได้เวลาในการยื่นแบบที่มากกว่าการยื่นแบบที่สำนักงาน

ตารางแสดงการสรุปผลการประเมินคุณภาพของการผลิตสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์ เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของสำนักบริหารการเสียภาษีทาง อิเล็กทรอนิกส์

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	เกณฑ์
1. ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา	4.75	.26	สมบูรณ์มาก
2. ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ	4.79	.25	ดีมาก

จากตารางการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพการผลิตสื่อวีดิทัศน์ อยู่ในเกณฑ์ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.26 ผลการประเมินผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ มีความเห็นว่าคุณภาพ ของสื่อ อยู่ในเกณฑ์ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์” ในครั้งนี้ ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษา ไว้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) 10 ประการได้แก่

1. ความเป็นมาของการให้บริการ สอดคล้องกับ พรพิมล ศิริโชติอาภรณ์ (2545) พบว่า เหตุผล ของการเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ ในด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการและด้านการบริการระดับมากที่สุด ส่วนด้านระบบงานและด้าน การประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญระดับมาก

2. ความนิยมในการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับ ศิริรัตน์ มุขดารา (2555) พบว่า รูปแบบเว็บไซต์ เห็นว่าเว็บไซต์กรมสรรพากรมีรูปแบบง่ายต่อการใช้บริการ ระบบลดขั้นตอนในการทำงาน ของผู้ให้บริการ ประหยัดเวลาในการยื่นแบบฯ และชำระภาษี ประหยัดค่าใช้จ่ายในการยื่นแบบฯ และ ชำระภาษีระบบมีการยืนยันเมื่อทำรายการเสร็จ ระบบข้อมูลมีความปลอดภัย

3. สื่อที่ใช้ในอดีตและปัจจุบันเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์รณรงค์การให้บริการทางกรมสรรพากร ได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ สื่อวีดิทัศน์แนะนำการให้บริการ สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทแผ่นพับ และการจัดกิจกรรมอบรม สัมมนาให้ความรู้ในการใช้บริการยื่นแบบผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

4. การตอบรับของการใช้สื่อที่มีอยู่ สอดคล้องกับ พวงผกา พัวไพบูลย์วงศ์ (2553) ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับนวัตกรรมระบบ TeamWork ของพนักงานบริษัท กนกสิน เอ็กสพอร์ต อิมพอร์ต จำกัด อยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ การศึกษา ตำแหน่งงาน ไม่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบ TeamWork ในขณะที่อายุและระยะเวลาปฏิบัติงานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบ TeamWork ของพนักงาน

5. ความต้องการของการใช้สื่อวีดิทัศน์ สอดคล้องกับ ปิยัญฐุ กระจดาและรัชนี ขวัญบุญจัน (2557) พบว่า ผลของการจัดการเรียนรู้พลศึกษาที่มีต่อทักษะกีฬาฟร็อกบี้ฟุตบอลด้วยวิธีการสอนแบบปกติแบบการให้ข้อมูลย้อนกลับ และแบบการใช้สื่อวีดิทัศน์ ก่อนการทดลองและหลังการทดลองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งทุกกลุ่มมีพัฒนาการดีขึ้น

6. จุดเด่นหรือจุดแข็งของการให้บริการ สอดคล้องกับ ศิริรัตน์ मुखดารา (2555) พบว่า มีปัจจัย 3 คือ ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ เห็นว่า ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ และไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแบบๆ ที่สรรพากรพื้นที่ ด้านรูปแบบเว็บไซต์ เห็นว่าเว็บไซต์กรมสรรพากรมีรูปแบบง่ายต่อการใช้บริการ ระบบลดขั้นตอนในการทำงานของผู้ใช้บริการ ประหยัดเวลาในการยื่นแบบฯ และชำระภาษี

7. จุดอ่อนของการให้บริการ สอดคล้องกับ รัตนา เลิศภิรมย์ลักษณ์. (2545) พบว่า การยื่นแบบชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ตกับการชำระผ่านทางเคาร์เตอร์ของสำนักงานสรรพากรเขตมีความแตกต่างกันไม่มากนัก ซึ่งจากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่อยู่ในกลุ่มของคนทำงานที่มีเงินได้ปัญหาที่พบในการดำเนินงานคือ ประชาชนใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ตมีเป็นจำนวนน้อย เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพากรยังไม่ทั่วถึง การจัดจุดให้บริการเครื่องคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตยังมีน้อย ปัญหาทางด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

8. อุปสรรคของการให้บริการ สอดคล้องกับ รัตนา เลิศภิรมย์ลักษณ์. (2545) พบว่า การยื่นแบบชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ตกับการชำระผ่านทางเคาร์เตอร์ของสำนักงานสรรพากรเขตมีความแตกต่างกันไม่มากนัก ซึ่งจากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่อยู่ในกลุ่มของคนทำงานที่มีเงินได้ปัญหาที่พบในการดำเนินงานคือ ผู้เสียภาษีที่ใช้บริการจะเกิดความไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ใช้ในการยื่นภาษีว่าได้มีการประมวลผลเสร็จสิ้นสมบูรณ์หรือไม่หรือมีปัญหาข้อมูลหายเมื่อไฟฟ้าดับ หรือระบบเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตหลุด ทำให้ผู้ใช้บริการไม่สามารถดาวน์โหลดโปรแกรมแบบแสดงรายการได้ ผู้เสียภาษีใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ตไม่มีความมั่นใจในคุณภาพของระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต

9. โอกาสในการให้บริการ สอดคล้องกับ ณัฐนันท์ เกตุภาค, วิลาวัลย์ พิเชียรเสถียร และอารีวรรณ กลั่นกลิ่น (2554) การวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การให้ข้อมูลโดยใช้สื่อวีดิทัศน์มีผลทำให้ผู้ป่วยมีความรู้และปฏิบัติตามป้องกันการติดเชื้อในโรงพยาบาลได้ถูกต้องเพิ่มขึ้น ดังนั้นบุคลากรสุขภาพควรนำสื่อวีดิทัศน์นี้ไปใช้ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ป่วยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการป้องกันการติดเชื้อในโรงพยาบาล

10. ประโยชน์ที่ชัดเจนจากการใช้บริการ สอดคล้องกับ พรพรรณ รัตสินทร. (2553) พบว่า กรณีแรก คุณภาพของกระบวนการขอใช้บริการและยื่นแบบ กระบวนการและขั้นตอนการสมัคร การอนุมัติให้ใช้บริการ การยื่นเอกสาร และการยื่นแสดงรายการไม่ยุ่งยาก ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

กรณีที่สอง การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ หากบริการช่วยให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย สร้างความสะดวกและรวดเร็ว ใช้งานง่ายและช่วยลดขั้นตอนการทำงานของ ผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 2 การอภิปรายผลจากการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของการผลิตสื่อวีดิทัศน์จากการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของการผลิตสื่อวีดิทัศน์ อยู่ในเกณฑ์ระดับสมบูรณ์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมค่าเท่ากับ 4.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.26

ตอนที่ 3 การอภิปรายผลจากการประเมินคุณภาพด้านการผลิตสื่อวีดิทัศน์จากการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพการผลิตสื่อวีดิทัศน์ อยู่ในเกณฑ์ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.26 ผลการประเมินผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ มีความเห็นว่าคุณภาพของสื่อ อยู่ในเกณฑ์ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์ ในยุคปัจจุบันควรคำนึงถึงสื่อและอุปกรณ์ที่ใช้นำเสนอสื่อวีดิทัศน์ให้ครอบคลุมมากกว่าโทรทัศน์และเครื่องคอมพิวเตอร์ เพราะยังมีอุปกรณ์อีกหลากหลายประเภทที่เชื่อมต่อสัญญาณเพื่อรับชมสื่อวีดิทัศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างเช่น สื่อ โน้ตบุ๊ก (Notebook) แท็บเล็ต (Tablet) สมาร์ทโฟน (Smartphone) และสมาร์ททีวี (Smart TV) เป็นต้น
2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้
 - 2.1 ควรนำผลวิจัยในครั้งนี้มาพัฒนา สื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในด้านอื่น ๆ
 - 2.2 ควรพัฒนาทีมงานผู้ผลิตรุ่นใหม่ในองค์กรของตนเองให้มีคุณภาพมีประสิทธิภาพมากขึ้น
 - 2.3 ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ของหน่วยงานต่าง ๆ
3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป ควรนำสื่อวีดิทัศน์ที่ได้ในครั้งนี้อำมาใช้เพื่อให้ทราบถึงผลที่ได้รับจากกลุ่มเป้าหมาย และควรพัฒนาสื่อที่ใช้ในการแนะนำวิธีการ หรือขั้นตอนในการใช้บริการขึ้นแบบภาพผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยเน้นที่วิธีการใช้งานผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต (Tablet) และ สมาร์ทโฟน (Smartphone) เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

Alexander Mackendrick. (2005). **On film-making : An introduction to the craft of the director.**

New York. D Hilary Mackendrick.

Fionnuala Halligan. (2013). **The art of movie storyboards.**The United Kingdom. The Ilex press limited.

Sidney Lumet. (1996). **Making Movies.** New York. Amjen Entertainment.

ณัฐนันท์ เกตุภาค, วิลาวัณย์ พิเชียรเสถียร และอารีวรรณ กลั่นกลิ่น. (2554). ผลของการให้ข้อมูลโดยใช้สื่อวีดิทัศน์ต่อความรู้และการปฏิบัติของผู้ป่วยในการป้องกันการติดเชื้อในโรงพยาบาล.

ณัฐวิทย์ เชื้อพรหม และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในเขตกรุงเทพมหานคร.

ปิยัญฐุ กระจตา และรัชนี ขวัญบุญจัน. (2557). การเปรียบเทียบการจัดการเรียนรู้พลศึกษาระหว่างการให้ข้อมูลย้อนกลับโดยครู กับการใช้สื่อวีดิทัศน์ที่มีต่อทักษะกีฬารักบี้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น.

พรพรรณ รัตสินทร. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลความพึงพอใจในการใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านทางอินเทอร์เน็ต.

พรพิมล ศิริโชติอาภรณ์. (2545). เหตุผลการใช้บริการการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต : กรณีศึกษา สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 2.

พวงผกา พัวไปบุลย์วงศ์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบ TeamWork ในการปฏิบัติงาน ของพนักงานบริษัท กนกสิน เอ็กชปอร์ต อิมปอร์ต จำกัด.

รัตนา เลิศภิรมย์ลักษณ์. (2545). การประเมินประสิทธิผลและการบริหารแนวใหม่ของกรมสรรพากร : กรณีศึกษาสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 5.

ศิริรัตน์ มุขดารา. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 9.

สำนักสถิติเศรษฐกิจและสังคม, สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). สรุปผลที่สำคัญ สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสารในครัวเรือน. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 2, 2557, จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/survey/ICTPocketbook57.pdf>.

สังคม ภูมิพันธุ์. (2530). การถ่ายภาพ แหล่งพิมพ์. อัดสำเนา.

สุนีรัตน์ เสริมประสาทกุล. (2541). การยอมรับแนวคิดใหม่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8.

เอมอร พลวัฒนกุล. (2550). สาเหตุของการไม่ยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต: กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต.