

## การพัฒนากลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7\*

อรวรริตรา ดีสุขแสง\*\* สมชัย วงษ์นายนะ\*\*\* เจริญวิษณุ สมพงษ์ธรรม\*\*\*\*

(วันที่รับบทความ: 13 พฤศจิกายน 2563; วันแก้ไขบทความ: 21 พฤษภาคม 2564; วันตอบรับบทความ: 24 พฤษภาคม 2564)

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนากลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 การวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 2) ศึกษาสภาพ ปัญหาและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 3) พัฒนากลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ และ 4) ประเมินกลยุทธ์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้แก่ ประชาชนผู้มีงานทำและมีรายได้ 400 คน วิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า

1. ความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 พบว่า ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ของกรมสรรพากรแต่ยังขาดความรู้ในการเสียภาษี ตระหนักว่าการเสียภาษีเป็นหน้าที่ของคนไทยทุกคน 2. สภาพปัจจุบันสำนักงานสรรพากรภาค 7 มีการจัดทำแผนกลยุทธ์ แต่มีปัญหาด้านการจัดทำแผน ปัจจัยที่เอื้อต่อการสร้างความตระหนักรู้โดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกในการยื่นเสียภาษี 3. กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นประกอบ 1) พัฒนาแผนการสร้างความรู้โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) เสริมสร้างระบบและกลไกการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 3) สร้างศูนย์บริการประชาชนและผู้ประกอบการ (RD Services Center) 4) ปรับปรุงภาพลักษณ์การให้บริการสู่ความเป็นเลิศ 5) พัฒนาศักยภาพบุคลากร 6) ส่งเสริมระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการข้อมูลภาษีอากรโดยใช้เทคโนโลยี Data Analytics 7) ส่งเสริมการขับเคลื่อนการสร้างเครือข่าย 8) เสริมสร้างรูปแบบการเรียนรู้โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ 9) พัฒนาระบบการควบคุม ติดตาม และประเมินผล 4. ผลการประเมินกลยุทธ์ พบว่า กลยุทธ์ส่วนใหญ่มีความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และการยอมรับได้ในระดับมาก ถึง มากที่สุด

**คำสำคัญ:** กลยุทธ์, การสร้างความตระหนักรู้, การเสียภาษีอากร, สำนักงานสรรพากรภาค 7

\* บทความวิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

\*\* นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

\*\*\* รองศาสตราจารย์, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

\*\*\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์, มหาวิทยาลัยราชธานี



## Strategy Development for Raising Awareness Tax Payment to the Government of Peopel In The Regional Revenue Office 7<sup>\*</sup>

Onwaritsara Deesuksaeng<sup>\*\*</sup> Somchai Wongnaya<sup>\*\*\*</sup> Charoenwit Sompongdam<sup>\*\*\*\*</sup>

(Received: November 13, 2020; Revised: May 21, 2021; Accepted: May 24, 2021)

### Abstract

The purpose of research was to development the strategies for raising awareness of tax payment to the government of the people in the Regional Revenue Office 7. The research procedures were divided into 4 step as follows: 1) studying the awareness of tax payment to the government of the people in the Regional Revenue Office 7 2) studying the current states, problems, and factors related to raising awareness of tax payment to the government of the people in the Regional Revenue Office 7 3) develop strategies for raising awareness, and 4) assessing the strategies. The population comprises 400 the people who have income, management of the organization, for development and evaluation the strategies by 67 experts. The data were analyzed using mean, standard deviation and content analysis. The research finding were as follows:

1. The awareness of tax payment was the most people have knowledge about the Revenue Department and awareness that tax payments is a duty of every Thai people. 2. The current state was having a plan strategy. The problems were not planned by stakeholders. The factors contributing to raising awareness of tax payment were Technology. 3. The strategies developed consisted of: 1) developing a plan to raise awareness by stakeholders. 2) strengthening the system and proactive public relations mechanisms. 3) establish a service center. 4) Improving the image of the service to be excellent. 5) developing the potential of personnel. 6) information management system using data analytics technology. 7) the creation of a network 8) self-learning model for people by using social media, and 9) developing the process of control, monitoring and evaluation. 4. The assessment of the strategies was found that a vision, missions, goals, strategic issues, strategies, indicators, and measures were consistency, suitability, possibility and acceptability at a high to highest level.

**Keywords:** Strategy, Awareness, Tax payment, The Regional Revenue Office 7

<sup>\*</sup> Research Article from thesis for the Doctor of Philosophy Program in Administration and Development Strategy, Kamphaeng Phet Rajabhat University

<sup>\*\*</sup> Student in Doctor of Philosophy Program in Administration and Development Strategy, Kamphaeng Phet Rajabhat University

<sup>\*\*\*</sup> Associate Professor, Kamphaeng Phet Rajabhat University

<sup>\*\*\*\*</sup> Assistant Professor, Ratchathani University

## บทนำ

กรมสรรพากร (The Revenue Department) มีภารกิจหลักในการจัดเก็บภาษีอากรตามประมวลรัษฎากรและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ให้บริการและสร้างความสมัครใจด้านการเสียภาษีอากร รวมทั้งเสนอแนะมาตรการทางด้านภาษีอากร โดยใช้อำนาจทางกฎหมายตามประมวลรัษฎากรมาจัดเก็บภาษี 5 ประเภท ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะและอากรแสตมป์ โดยพระราชบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร พ.ศ. 2481 บัญญัติขึ้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2481 โดยให้มีผลใช้บังคับในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2482 (Legal Revenue Department Office, 2017, online) โดยพระราชบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากรพุทธศักราช 2481 คำนึงถึงหลักการจัดเก็บภาษีอากรที่ดี โดยการเก็บภาษีมียัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ให้พอใช้กับค่าใช้จ่ายของรัฐบาล เพื่อกระจายรายได้ เพื่อควบคุมการบริโภคของประชาชน เพื่อชำระหนี้สินของรัฐบาล หรือสนองนโยบายทางธุรกิจในอนาคต (Academic Revenue Department Office, 2013, online)

จากสำนักงานสถิติจังหวัดและสำนักงานแรงงานจังหวัดในเขตท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร โลก นครสวรรค์ สุโขทัย พิจิตร ตาก เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์ พบว่ามีประชากรที่มีงานทำและมีเงินได้ทั้งสิ้น จำนวน 2,982,205 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560: 1) และผู้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีงานทำทั้งสิ้น 550,172 คน (กรมสรรพากร, 2561: 1) คิดเป็นร้อยละ 18.45 ของจำนวนผู้มีงานทำและมีเงินได้ทั้งหมด และจำนวนผู้ไม่ยื่นแบบแสดงรายการคิดเป็นร้อยละ 81.55 แสดงให้เห็นถึงปัญหาใหญ่ของประเทศ ซึ่งต้องเร่งหาสาเหตุ นโยบายในการจัดเก็บภาษีอากรของรัฐบาล กลไกการจัดเก็บภาษีอากรของรัฐบาลและที่สำคัญที่กระทบต่อประชาชนผู้เสียภาษี ปัจจัยดังกล่าว (ประพาพ วงศ์สุบิน, 2558: 12-20) ปัญหาในปัจจุบันที่เราได้พบจากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 เพื่อให้ประชาชนท้องที่เกิดความตระหนักรู้ในหน้าที่ ความเข้าใจ ความสมัครใจด้านการเสียภาษีอากร และปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับภาษีอากรได้อย่างถูกต้อง

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

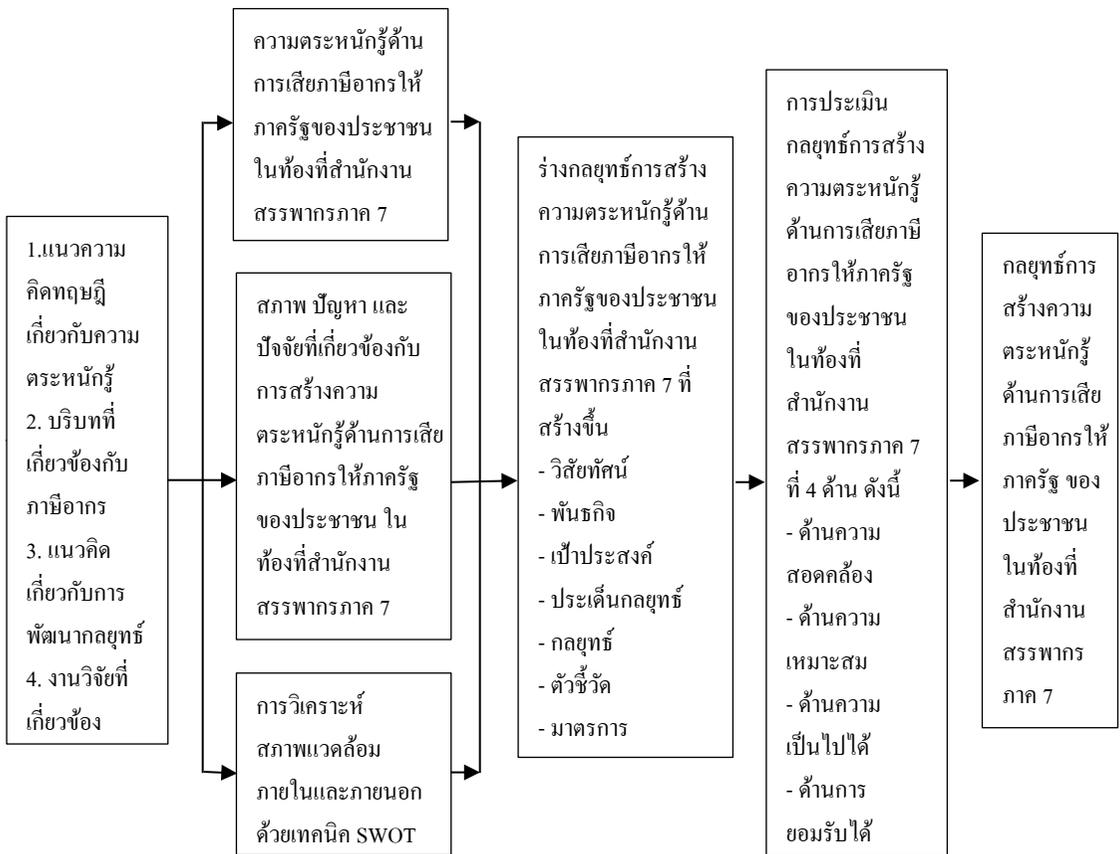
1. เพื่อศึกษาความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7
2. เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหาและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7

3. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนใน  
ท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7

4. เพื่อประเมินกลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชน  
ในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาและสังเคราะห์ แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความตระหนักรู้ บริบทที่เกี่ยวข้องกับ  
ภาษีอากร โดยนำผลที่ได้จากการศึกษาข้างต้นมาพัฒนากลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ให้เกิดประสิทธิภาพ  
มากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปเป็นแผนภาพกรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบความคิดการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) โดยใช้ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพรวมกัน โดยการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** การศึกษาความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7

1.1 การศึกษาความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 โดยใช้แบบสอบถาม ประชากร ได้แก่ ประชาชนผู้มีงานทำและมีรายได้ในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 ในเขตอำเภอเมืองฯ 8 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดพิษณุโลก นครสวรรค์ กำแพงเพชร ตาก สุโขทัย อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ และพิจิตร จำนวนทั้งสิ้น 2,982,205 คน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามานะ (Yamane, 1973) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.2 การศึกษาความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก รูปแบบการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและปลายเปิด ประชากร ได้แก่ ผู้มีเงินได้และมีงานทำทั้งภคาราชการและเอกชน จำนวน 15 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

**ขั้นตอนที่ 2** การศึกษาสภาพ ปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7

2.1 ศึกษาสภาพ ปัญหาและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพากรภาค 7 ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากร จำนวนทั้งสิ้น 67 คน โดยเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.2 ศึกษาสภาพ ปัญหาและปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยการสนทนากลุ่ม ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม ได้แก่ จากผู้บริหารหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพากรภาค 7 ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากร จำนวน 10 คน ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

**ขั้นตอนที่ 3** พัฒนากลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการประชุมเชิงปฏิบัติการ และการจัดทำร่างกลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7

ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ประเด็นกลยุทธ์ กลยุทธ์ ตัวชี้วัด และมาตรการ ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) จำนวน 2 ครั้ง โดยมีการประชุมเชิงปฏิบัติการครั้งที่ 1 ประกอบด้วย สรรพากรพื้นที่ หัวหน้าส่วนระดับชำนาญการพิเศษ ข้าราชการระดับอาวุโส จำนวน 17 คน โดยใช้ผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 และ ขั้นตอนที่ 2 เป็นเป็นข้อมูลหลักประกอบการพิจารณา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค วิเคราะห์ค่าน้ำหนักคะแนนเพื่อกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์ ยกร่างวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ประเด็นกลยุทธ์ กลยุทธ์ ตัวชี้วัด และมาตรการ ร่วมกันระดมสมองโดยใช้ผลคะแนนการประเมินค่าน้ำหนักมากำหนดตำแหน่งกลยุทธ์ โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และข้อสรุปจากที่ประชุม

3.2 ตรวจสอบร่างกลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย สรรพากรภาค 7 ผู้ช่วยสรรพากรภาค 7 สรรพากรพื้นที่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนากลยุทธ์ จำนวน 10 คน โดยให้ตรวจสอบและให้ความคิดเห็นด้านความสอดคล้องขององค์ประกอบต่าง ๆ ของกลยุทธ์และตรวจสอบความเหมาะสมของกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและข้อสรุปจากที่ประชุม

**ขั้นตอนที่ 4** การประเมินกลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการพัฒนากลยุทธ์และผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการสร้างความตระหนักรู้ จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินกลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 วิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยกลยุทธ์ที่มีค่าเฉลี่ย มากกว่าหรือเท่ากับ 3.50 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) น้อยกว่า 1.00 แสดงว่ากลยุทธ์ มีความสอดคล้อง/ความเหมาะสม/ความเป็นไปได้/การยอมรับได้

## สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 สรุปได้ดังนี้

1.1 ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีอากร วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ พบว่า ประชาชน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกรมสรรพากรมีหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีเพื่อนำเงินมาพัฒนาประเทศ และการยื่นเสียภาษีเป็นหน้าที่ของผู้มีเงินได้ แต่ยังขาดความรู้ด้านการเสียภาษี

1.2 ด้านความใส่ใจและเห็นคุณค่าของการเสียดาย ด้านลักษณะช่องทางและรูปแบบการเสียดาย ด้านประสบการณ์ในการเสียดาย และด้านพฤติกรรมการแสดงออกเกี่ยวกับการเสียดาย วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปเป็นภาพรวม ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความตระหนักผู้ด้านการเสียดายอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 โดยภาพรวม

ความตระหนักผู้ด้านการเสียดายอากรให้ภาครัฐ ของ ประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7	ระดับความตระหนักผู้			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. ด้านความใส่ใจและเห็นคุณค่าของการเสียดาย	4.28	0.82	มาก	1
2. ด้านลักษณะช่องทางและรูปแบบการเสียดาย	3.90	0.99	มาก	4
3. ด้านประสบการณ์ในการเสียดาย	3.95	0.96	มาก	3
4. ด้านพฤติกรรมการแสดงออกเกี่ยวกับการเสียดาย	4.19	0.79	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>4.08</b>	<b>0.91</b>	<b>มาก</b>	

จากตาราง 1 พบว่า ระดับความตระหนักผู้ด้านการเสียดายอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 ในภาพรวมมีความตระหนักอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.08$ ) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ด้านความใส่ใจและเห็นคุณค่าของการเสียดาย ( $\bar{X}=4.28$ ) รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมการแสดงออกเกี่ยวกับการเสียดาย มีความคิดเห็นในระดับมาก ( $\bar{X}=4.19$ ) ด้านประสบการณ์ในการเสียดาย มีความคิดเห็นในระดับมาก ( $\bar{X}=3.95$ ) และ ด้านลักษณะช่องทางและรูปแบบการเสียดาย มีความคิดเห็นในระดับมาก ( $\bar{X}=3.90$ )

2. ผลการศึกษาสภาพ ปัญหาและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักผู้ด้านการเสียดายอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 ในภาพรวม โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและการสนทนากลุ่ม สรุปได้ดังนี้

2.1 การศึกษาสภาพและปัญหา การสร้างความตระหนักผู้ด้านการเสียดายอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 1) มีการจัดทำแผนกลยุทธ์ แต่ยังไม่ชัดเจนให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากส่วนต่างๆ เช่น ภาคเอกชน ภาคประชาชน 2) มีการจัดโครงสร้างทำงานของกระบวนการสร้างความตระหนักผู้แต่ยังไม่ชัดเจนประสิทธิภาพในการแบ่งงาน ขาดการกระตุ้นจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย 3) ผู้บริหารได้ประสานการทำงานร่วมกันระหว่าง แต่ยังไม่ชัดเจนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และ 4) มีการควบคุมแผนโดยมีการกำกับและติดตามผลการดำเนินงาน แต่ยังไม่ชัดเจนการกำกับติดตามที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการสร้างความตระหนักผู้

2.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 สรุปเป็นภาพรวมตามตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 โดยภาพรวม

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ปัจจัยด้านผู้บริหารและบุคลากร	3.91	0.85	มาก
2. ปัจจัยด้านวัสดุและอุปกรณ์	3.60	0.83	มาก
3. ปัจจัยด้านการเงินและงบประมาณ	3.43	0.88	ปานกลาง
4. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	3.62	0.82	มาก
5. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	3.99	0.84	มาก
6. ด้านเศรษฐกิจ	3.65	0.81	มาก
7. ด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.12	0.90	ปานกลาง
8. ด้านกฎหมายและการเมือง	3.68	0.86	มาก

จากตาราง 2 แสดงว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยภายในด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ได้แก่ ด้านผู้บริหารและบุคลากร ( $\bar{X}=3.91$ ) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่น ได้แก่ ด้านการเงินและงบประมาณ ( $\bar{X}=3.43$ ) ปัจจัยภายนอกด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ( $\bar{X}=3.99$ ) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่น ได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ( $\bar{X}=3.12$ )

3. ผลการพัฒนากลยุทธ์ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การร่างกลยุทธ์ โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ การจัดทำร่างกลยุทธ์และการตรวจสอบร่างกลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งประกอบด้วย **วิสัยทัศน์:** สำนักงานสรรพากรภาค 7 เป็นหน่วยงานที่มีการบริหารจัดการทำให้ประชาชนมีความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากร พันธกิจ คือ 1) พัฒนาแผนการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้กับประชาชน 2) บริหารจัดการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้กับประชาชน 3) ควบคุม ติดตามและประเมินผลการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้กับประชาชน **เป้าประสงค์:** 1) แผนการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรมีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ 2) กระบวนการบริหารจัดการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรเป็นระบบ

และมีคุณภาพ 3) ระบบและกลไกการควบคุม ติดตาม และประเมินผลการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหารมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประเด็นกลยุทธ์ที่ 1 การเพิ่มประสิทธิภาพแผนการสร้าง ความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหาร มี 2 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) พัฒนาแผนการสร้าง ความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหาร โดยการมีส่วนร่วมของบุคลากรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) เสริมสร้างระบบและกลไกการ ประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายการสร้าง ความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหาร ประเด็นกลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหาร มี 6 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) สร้างศูนย์บริการประชาชนและผู้ประกอบการเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหาร (RD Services Center) 2) ปรับปรุงภาพลักษณ์การให้บริการสู่ความเป็นเลิศในการสร้างความตระหนักรู้ ด้านการเสียภาพอาหารให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 3) พัฒนาศักยภาพ บุคลากรด้านการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหาร 4) ส่งเสริมระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ ข้อมูลอาหารโดยใช้เทคโนโลยี Data Analytics 5) ส่งเสริมการขับเคลื่อนการสร้างเครือข่ายการสร้าง ความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหาร 6) เสริมสร้างรูปแบบการเรียนรู้ด้วยตนเองให้กับประชาชนเกี่ยวกับการ เสียภาพอาหาร โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ และประเด็นกลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาระบบและกลไกการ ควบคุม ติดตามและประเมินผลการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหาร มี 1 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) พัฒนาระบบการควบคุม ติดตาม และประเมินผลการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหาร

4. ผลการประเมินกลยุทธ์การสร้าง ความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหารให้ภาครัฐ ของ ประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับ มากและมากที่สุด ด้านความ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และประเด็นกลยุทธ์ ( $\bar{X} = 4.65$ ) ด้านความเหมาะสม ได้แก่ เป้าประสงค์ที่ 3 ระบบและกลไกการควบคุม ติดตาม และประเมินผลการสร้างความตระหนักรู้ด้านการ เสียภาพอาหารมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ( $\bar{X} = 4.55$ ) ด้านความเป็นไปได้ ได้แก่ พันธกิจที่ 3 ควบคุม ติดตาม และประเมินผลการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหารให้กับประชาชน ( $\bar{X} = 4.50$ ) และ ด้านการยอมรับได้ ได้แก่ พันธกิจที่ 2 บริหารจัดการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหารให้กับ ประชาชน ( $\bar{X} = 4.45$ )

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความตระหนักรู้ด้านการเสียภาพอาหารให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงาน สรรพากรภาค 7 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจหน้าที่ของกรมสรรพากรในการจัดเก็บภาษี เพื่อนำเงินมาพัฒนาประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Good, Carter V., 1973: 34) ที่กล่าวว่า ความรู้ประสบการณ์ ความเคยชินต่อสภาพแวดล้อม และ ลักษณะรูปแบบของของเรื่องที่จะรับรู้ เป็นปัจจัย

ที่มีผลต่อความตระหนักรู้ และการเสียภาษีเป็นหน้าที่ของคนไทยทุกคน สอดคล้องกับแนวคิดของ เบรคเลอร์ (Breackler, 1986: 250) ที่กล่าวว่า ความตระหนักรู้เกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้าอันได้แก่ บุคคล สถานการณ์ กลุ่มสังคม และสิ่งต่าง ๆ และมีช่องทางชำระภาษีได้หลายช่องทาง สอดคล้องกับแนวคิดของ ทนงศักดิ์ ประสบกิติคุณ (2535: 22–23) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้จึงมีผลต่อความตระหนักรู้ คือ ลักษณะ และรูปแบบของสิ่งเร้า สามารถทำให้ผู้พบเห็นเกิดความสนใจ ย่อมทำให้ผู้พบเห็นเกิดการรับรู้และความตระหนักรู้ และการรับบริการในสถานที่ให้บริการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก สอดคล้องกับแนวคิดของ บัณฑิต จุฬาศัย (2528. อ้างถึงใน ดวงฤดี กิตติจารุคุลย์ 2557: 12) ที่กล่าวว่า ประสพการณ์การรับรู้ เป็นปัจจัยตัวหนึ่งที่ทำให้เกิดความตระหนักรู้ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ทั้งในอดีตที่ผ่านมา และให้ความร่วมมือและตอบคำถามเจ้าหน้าที่ด้วยความเต็มใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แองเกอร์, คอลเลท และแบล็คเวลล์ (Engle, Kollat, and Backwell, 1986: 34-35) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ ประกอบด้วยทัศนคติและค่านิยมเป็นผลของลักษณะท่าทาง อุปนิสัย ที่สืบเนื่องมาจากความต้องการหรือสิ่งจูงใจต่าง ๆ

2. ผลการศึกษาสภาพ ปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7

2.1 การศึกษาสภาพ และปัญหาการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 ในภาพรวม พบว่า มีการจัดทำแผนกลยุทธ์โดยผู้บริหารและบุคลากร มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนจัดทำแผนงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Henry Fayol (1916: 5) ที่กล่าวว่า การวางแผน (Planning) หมายถึง การกำหนดแผนปฏิบัติการหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติงานไว้ตั้งแต่ต้นจนจบให้ครอบคลุมทุกกระบวนการ เป็นแนวทางที่วางไว้สำหรับการทำงานในอนาคต และมีการจัดโครงสร้างทำงาน มีการจัดเตรียมทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการดำเนินการตามแผน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Koontz (1980, p. 26) ที่กล่าวว่า การจัดองค์กร (Organizing) หมายถึง การจัดให้มีโครงสร้างของงานต่าง ๆ และอำนาจหน้าที่ให้อยู่ในส่วนประกอบที่เหมาะสมที่จะช่วยให้งานขององค์กรบรรลุผลสำเร็จ มีการสร้างแรงจูงใจให้กับคณะทำงานและผู้ปฏิบัติงานในการให้รางวัลหรือสิ่งจูงใจอื่น ๆ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เนตร์พัฒนา ยาวีราช (2553: 3) ที่กล่าวไว้ว่า การนำหรือการสั่งการเป็นการใช้อิทธิพลเพื่อจูงใจพนักงานให้ปฏิบัติงานและนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ระบุไว้หรือสั่งการหรือการอำนวยความสะดวก (Directing) และมีการควบคุมแผนหรือนโยบายการ โดยกำกับและติดตามผลการดำเนินงานทุกขั้นตอน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชลธิชา จิรภัคพงศ์ และคนอื่น ๆ (2554: 13) ที่กล่าวว่า การควบคุมและระบบการควบคุม (controls and control Systems) โดยหลักการระบบการควบคุมขององค์กรควรจะเป็นเครื่องช่วยนำหลักกำกับองค์กรให้ดำเนินการไปตามแนวทางที่กำหนด

2.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชน ในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 ในภาพรวมพบว่า ปัจจัยภายใน ด้านจุดแข็ง ผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจและให้ความสำคัญ ด้านจุดอ่อน บุคลากรที่ขาดความมุ่งมั่นในการทำงาน สื่อประชาสัมพันธ์ยังไม่ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดอกจันทร์ คำมีรัตน์, บุญทัน ดอกไธสง, และ อิมรอน มะลูลีม, (2552) อ้างถึงใน นิสาชล ณ ระนอง, 2554: 11-12 ที่กล่าวว่า ทรัพยากรในการบริหาร (Resources) ได้แก่ วัตถุและเครื่องใช้เพื่อประกอบการดำเนินงานรวมถึงความสามารถในการจัดการ ทรัพยากรในการบริหาร สามารถแบ่งแยกได้เป็น 4 ประเภท หรือเรียกย่อ ๆ ว่า 4M คือ บุคลากร (Man) งบประมาณ (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และการจัดการ (Management) ปัจจัยภายนอก ด้านโอกาส พบว่า มีการบูรณาการการทำงานของทุกภาคส่วน และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ด้านอุปสรรค พบว่า ประชาชนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อกรมสรรพากร ส่งผลต่อการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เอกชัย บุญยาทิษฐาน (2553: 46-56) ที่ได้เสนอตัวแบบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรคือ PEST Analysis 4 ปัจจัยคือ Political-legal Factors: P หมายถึง ทางการเมืองและกฎหมาย Economic Factors: E หมายถึง เศรษฐกิจ Socio-cultural Factors: S หมายถึง สังคมและวัฒนธรรม และ Technological Factors: T หมายถึง เทคโนโลยี

3. ผลการพัฒนากลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 พบว่ามี 9 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาแผนการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากร โดยการมีส่วนร่วมของบุคลากรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากผลการศึกษา พบว่า มีการกำหนดเป้าประสงค์ความสำเร็จของแผนงานไม่เหมาะสม ขาดการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในกระบวนการวางแผน การจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดวงพร อุณจิตต์ (2557) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเพื่อส่งเสริมความผาสุกของนักเรียนประถมศึกษา พบว่า แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารโรงเรียนประกอบด้วย กระบวนการบริหาร 3 ด้านได้แก่ การวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติและการประเมินผล

กลยุทธ์ที่ 2 เสริมสร้างระบบและกลไกการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากร ผลการศึกษา พบว่า จำนวนช่องทางการประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุม ขาดความรู้เรื่องภาษี ไม่เห็นถึงประโยชน์ของเงินภาษีขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปารวีร์ บุญบาราศรี (2555) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความตระหนักรู้และทัศนคติของผู้บริหารและพนักงานต่อการประชาสัมพันธ์ภายในของบริษัทจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มหาชน)” ผลการวิจัยพบว่า ความตระหนักรู้ของทั้งผู้บริหารและพนักงานต่อการ

ประชาสัมพันธ์ภายในของบริษัทจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน) ทศนคติของ  
ผู้บริหารและพนักงานต่อการประชาสัมพันธ์ภายในผ่านเครื่องมือการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ที่ 3 สร้างศูนย์บริการประชาชนและผู้ประกอบการเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียด  
ภาษีอากร (RD Services Center) ผลการศึกษา พบว่า มีพยายามน้อยที่จะสอบถามหรือหาข้อมูลเพิ่มเติมและ  
บางพื้นที่ไม่สามารถใช้เทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสายสมร สังข์เมฆ (2553) การศึกษาและ  
วิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต  
ผลการศึกษาพบว่า ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการเสียดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแก่กลุ่มบุคคลที่ยังมีความรู้  
ความเข้าใจน้อย ควรมีการเผยแพร่ความรู้หลากหลายรูปแบบ

กลยุทธ์ที่ 4 ปรับปรุงภาพลักษณ์การให้บริการสู่ความเป็นเลิศในการสร้างความตระหนักรู้ด้าน  
การเสียดภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 พบว่า ไม่เห็นประโยชน์ของ  
เงินภาษี และมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อกรมสรรพากร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเดือนน้อย จันทรสาขา (2552)  
การศึกษาและวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น:  
กรณีศึกษาเทศบาลเมืองมุกดาหาร ผลการศึกษาพบว่า ถ้าประชาชนมองเห็นว่าเงินภาษีอากรที่ตนจ่ายไปนั้น  
นำไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมและตนเองเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์นี้ด้วย ความยินยอมที่จะ  
เสียดภาษีก็ย่อมจะมีมาก

กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียดภาษีอากร กลยุทธ์  
นี้มีความสำคัญเพราะจากผลการศึกษา พบว่า บุคลากรไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ขาดการกระตุ้นและจูงใจ และ  
มีจำนวนไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นฤมล จันทรสุข (2556) ผลการวิจัยพบว่า มุ่งเน้นการ  
พัฒนาการเรียนรู้ในระดับบุคคล ทีมและองค์กร พัฒนากลยุทธ์ วิสัยทัศน์ โครงสร้างและวัฒนธรรมองค์การ

กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการข้อมูลภาษีอากรโดยใช้เทคโนโลยี Data  
Analytics จากผลการศึกษา พบว่า ขาดการจัดประชุมร่วมกันกับทุกภาคส่วน และขาดการบูรณาการระหว่าง  
หน่วยงานกรมสรรพากรที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นิคม เหลี่ยมจ้อย (2557) ศึกษาและวิจัยเรื่อง การ  
พัฒนากลยุทธ์การบริหารการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารวิทยาลัยการอาชีพ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการ  
การอาชีวศึกษาในเขตภาคเหนือตอนล่าง ผลการศึกษาพบว่า วิทยาลัยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่สนับสนุนการ  
ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงผู้ใช้ในด้านความต้องการง่าย รวดเร็ว

กลยุทธ์ที่ 7 ส่งเสริมการขับเคลื่อนการสร้างเครือข่ายการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียด  
ภาษีอากร จากผลการศึกษา พบว่า ขาดการให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากส่วนต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมแสดงความ  
คิดเห็นในกระบวนการวางแผน ส่งผลให้ไม่บรรลุเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนวัฒน์ นคะจัด

(2557) ศึกษาและวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การบริหารงานวัด ของเจ้าอาวาสในจังหวัดกำแพงเพชร ผลการวิจัยพบว่า มีการกำหนดรายละเอียดแผนงานด้านจัดสรรทรัพยากร และอุปกรณ์ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม

กลยุทธ์ที่ 8 เสริมสร้างรูปแบบการเรียนรู้ด้วยตนเองให้กับประชาชนเกี่ยวกับการเสียภาษีอากร โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม พบว่า บางคนไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยี รวมทั้งกฎหมายด้านภาษีอากรซับซ้อนและเข้าใจยาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พนิตนาด เียนทรัพย์ (2551) ศึกษาและวิจัยเรื่อง ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีเงินเดือน ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติเชิงบวกมีค่าเฉลี่ยสูงต่อการรับผิดชอบประเทศชาติด้วยการเสียภาษีอากร

กลยุทธ์ที่ 9 พัฒนาระบบการควบคุม ติดตาม และประเมินผลการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารไม่ได้นำผลสรุปของการดำเนินงานควบคุม ติดตาม และประเมินผล ไปใช้ในการปรับปรุงแผน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐธิดา พานิชานาวา (2559) ศึกษาและวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุที่เลือกใช้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพราะสะดวก และรวดเร็ว

4. การประเมินกลยุทธ์การสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐ ของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7

กลยุทธ์มีความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และการยอมรับได้ เนื่องจากกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นจากการนำผลการศึกษาความตระหนักรู้ และการศึกษาสภาพ ปัญหาและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ให้ผู้บริหารหน่วยงานในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 ตรวจสอบและวิเคราะห์พร้อมสรุปผลโดยการสนทนากลุ่ม จากนั้นดำเนินการการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก และพัฒนาให้กลยุทธ์ที่กำลังดำเนินอยู่ เกิดความสอดคล้องกับสถานการณ์จริงกับหลักเกณฑ์การวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติได้ (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2553: 198-204)

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผลการวิจัยครั้งนี้สำนักงานสรรพากรภาค 7 ควรนำไปเผยแพร่ เพื่อให้สำนักงานสรรพากรพื้นที่ในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค 7 ตามความเหมาะสมและความพร้อมของแต่ละพื้นที่

2. กลยุทธ์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ควรนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของสำนักงานสรรพากรพื้นที่แต่ละแห่ง เพื่อให้การดำเนินการสร้างความตระหนักรู้ด้านการเสียภาษีอากรของประชาชนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างความรู้และทดลองใช้จริง
2. ควรมีการศึกษาวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความรู้ด้านการเสียภาษีอากรให้ภาครัฐของประชาชนในท้องที่สำนักงานสรรพากรภาค ในสังกัดกรมสรรพากร

### เอกสารอ้างอิง

- เดือนน้อย จันทรสาขา. (2552). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของครุปรปกครองส่วนท้องถิ่น: กรณีศึกษาเทศบาลเมืองมุกดาหาร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนา).* มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, อุบลราชธานี.
- ดวงฤดี กิตติจารุคุลย์. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตระหนักด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง: กรณีศึกษาบริษัทนำเข้าส่งออกแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.* มหาวิทยาลัยเนชั่น, ลำปาง.
- ณัฐธิดา พานิชนาวา. (2559). *ความพึงพอใจในการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้เสียภาษีในเขตกรุงเทพมหานคร. จุลนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป).* มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- นิคม เหลี่ยมจ้อย. (2557). *การพัฒนากลยุทธ์การบริหารการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารวิทยาลัยการอาชีพสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ในเขตภาคเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต (สาขาวิชาพุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา).* มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, กำแพงเพชร.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2553). *Modern Management การจัดการสมัยใหม่.* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ทริปเฟลด์ กรุ๊ป.
- พนิตนาถ เย็นทรัพย์. (2551, พฤษภาคม-มิถุนายน). *ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีเงินได้ประเภทเงินเดือน. วารสารประชาคมวิจัย, 14(79), 47 - 49.*
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2553). *การบริหารเชิงกลยุทธ์.* (พิมพ์ครั้งที่ 20). กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- เอกชัย บุญยาพิษฐาน. (2553). *คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ.* กรุงเทพฯ: ปัญญาชน
- Engle, Kollat, and Backwell. (1986). *Consumer Behavior.* (5th ed.). Chicago, IL: Dryden.
- Good, C. V. (1973). *Dictionary of Education.* New York: McGraw-Hill.
- Steven J. B. (1986). *Handbook of Motivation and Cognition: Foundations of Social Behavior.* New York: Johns Hopkins University, Guilford Press.

\*\*\*\*\*