

บรรณานุกรม

- กรมสรรพากร. (2564). สรรพากรต่อเวลาอีก 3 ปี สำหรับการขยายเวลายื่นแบบและชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ตทุกประเภทภาษี. กรุงเทพมหานคร: กรมสรรพากร.
- _____. (2565). ความรู้เรื่องภาษีที่นิติบุคคลควรทราบ. ค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://www.rd.go.th/9292.html>.
- _____. (2565). ผลการจัดเก็บภาษี. ค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://www.rd.go.th/310.html>.
- _____. (2565). อำนาจหน้าที่. ค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2565, จาก <https://www.rd.go.th/8501.html>
- กิตติ ภัคดีวัฒนกุล. (2556). คัมภีร์ระบบสนับสนุนการตัดสินใจและระบบผู้เชี่ยวชาญ. กรุงเทพมหานคร: เคทีพีคอมพิวเตอร์ แอนด์ คอนซัลท์.
- จิตติมา ดำมี. (2559). พฤติกรรมการบริโภคที่มีความเคยชินของไทยภายใต้การคาดการณ์อย่างมีเหตุผล. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉวีวรรณ ผลาหาญ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านระบบอินเทอร์เน็ต : กรณีศึกษาผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มในจังหวัดปราจีนบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2550). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูชัย สมितिไกร. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศักดิ์ จรยุทธสวัสดิ์. (2551). การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติในงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร: เสริมมิตรการพิมพ์.
- ฐิติพร ฐิติปัญญาทรัพย์. (2564). การศึกษากระบวนการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้อีเจเนซีโฆษณา ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นิพัทธ์รา ใจเป็ง. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการจดทะเบียนในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 11. การศึกษาอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปฐมาภรณ์ บำรุงผล. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ยื่นภาษีในธุรกิจภาคอุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- พงศ์ศิริภาพ ทองศิริวิสุรเกตุ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลในการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีอากรทางออนไลน์ (E-FILING). วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 8 (2), 169-181.
- พนิดา สุภาพอาภรณ์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อผลสำเร็จของการยื่นแบบภาษีทางอินเทอร์เน็ตของนิติบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฟ้ารพีณธ์ ฟ้าภูษิตกุล. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตอำเภอสี จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ภัทรภร ธนரியางกูร. (2559). อิทธิพลของการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ความเสี่ยงที่ได้รับจากการใช้งาน และความสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- โมฮัมหมัด อัลลีฟ อันวาร อาบู บาการ์, โมฮัมหมัด ริซาล ปาลิล, รูฮานิตา เมลาห์ และโมฮัมหมัดเฮลมี อาลี. (2565). อำนาจของหน่วยงานภาษี, ขวัญกำลังใจภาษี และการปฏิบัติตามภาษี: การวิเคราะห์ A Mediation ในมาเลเซียตะวันออก. วารสารธุรกิจและการบัญชีแห่งเอเชีย, 15 (2), 281-309.
- เยาวพา ชูประภารรณ. (2547). การยอมรับนวัตกรรมใหม่. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- ศักดิ์นรินทร์ อินภิรมย์ และคณะ. (2564). การศึกษาการยอมรับการใช้งานระบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ และใบรับอิเล็กทรอนิกส์. วารสาร มทรส. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 6 (2), 212-227.
- ศิริรัตน์ मुखตารา. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 9. สารนิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2556). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2554). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ท้อป.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2560). บทวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจดิจิทัลประเทศไทย. ค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2565, จาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/thailand-digital-economy-glance>.

- สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29. (2564). รายงานผู้ประกอบการที่สมัครใช้บริการแต่
ยังไม่ได้ยื่นแบบฯ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสรรพากร
พื้นที่กรุงเทพมหานคร 29.
- สุกฤตา บุรินทร์วัฒนา และคณะ. (2564). อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีต่อความตั้งใจใช้งาน
ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ทำบัญชีในประเทศไทย. *วารสารราชภัฏ
เพชรบูรณ์สาร*, 23 (2), 87-97.
- สุเทพ พงษ์พิทักษ์. (2560). Tax mapping เทคนิคการจัดทำแผนที่ภาษีอากรเพื่อลดข้อผิดพลาด
ทางภาษี. กรุงเทพมหานคร: ธรรมนิติ เพรส.
- สุธีกานต์ สุขโกมล. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้ระบบบริการจัดทำและนำส่ง
ข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์. สารนิพนธ์ปริญญา
บัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุพัตรา สมบูรณ์แก้ว เจนจิรา เก็บทรัพย์ วัชระ ขาวสังข์ และปิยะดา มณีนิล. (2562). ปัจจัยที่ส่ง
ผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในตลาดนัดชุมชน ชม ชิม ซื้อม บ้านคลองทรายใน ตำบล
ยูโป อำเภอมือง จังหวัดยะลา. ใน *สังคมผู้สูงวัย: โอกาสและความท้าทายของอุดมศึกษา*.
(หน้า 15-21). นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา. (การประชุมวิชาการระดับชาติ จัดโดย
วิทยาลัยนครราชสีมา วันที่ 30 มีนาคม 2562).
- เสาวลักษณ์ พูลทรัพย์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงิน
สมทบกองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของสำนักงาน
ประกันสังคม. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี.
- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behaviour*.
Heidelberg: Springer.
- _____. (2006). Theory of planed Behavior. *Organizational Behavior & Human
Decision Process*, 50 (2), 179-202.
- Ajzen, I, & Fishbein, M. (1981). *Attitude, personality and behavior*. Chicago: Dorsey
Press.
- Alshurafat, et al. (2021). Factors affecting online accounting education during the COVID-19
pandemic: An integrated perspective of social capital theory, the theory of
reasoned action and the technology acceptance model. *Education and
Information Technologies*, 21 (26), 6995–7013.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychological testing*. New York: Harper & Row.
- Davis, F. D. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two
theoretical models. *Management Science*, 35 (8), 982–1003.
- Faizal, S. M., Palil, M. R., Maelah, R., & Ramli, R. (2017). Perception of justice, trust and
tax performance in Malaysia. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38,
226-232.

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). **Belief, attitude, intentions and behaviors: An introduction to theory and research.** Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gholamreza, P., et al. (2020). An application of the theory of planned behavior to self-care in patients with hypertension. **BMC Public Health**, 20 (20), 1-8.
- Hale, J. L., Householder, B. J., & Greene, K. L. (2002). The theory of reasoned action. In **The persuasion handbook: developments in theory and practice.** Thousand Oaks: Sage.
- Iqbal, J., Shabbir, M. S., Zameer, H., Khan, I. A., & Sandhu, M. A. (2018). Antecedents and consequences of employee engagement: Evidence from corporate sector of Pakistan. **A Research Journal of Commerce, Economics, and Social Sciences**, 11 (1), 78-86.
- Irawan, M. Z., Bastarianto, F. F., and Priyanto, S. (2022). Using an integrated model of TPB and TAM to analyze the pandemic impacts on the intention to use bicycles in the post-COVID-19 period. **IATSS Research**, 46 (20), 380–387.
- Kotler, P. (2003). **Marketing management.** Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing management.** 15th ed. Edinburgh: Pearson.
- Liu, C. H., et al. (2022). Using unified theory of acceptance and use of technology to evaluate the impact of a mobile payment app on the shopping intention and usage behavior of middle-aged customers. **Original Research Article**, 2022 (13), 1-10.
- Mickiewicz, T., Rebmann, A., & Sauka, A. (2019). To pay or not to pay? Business owners' tax morale: Testing a neo-institutional framework in a transition environment. **Journal of Business Ethics**, 157 (1), 75-93.
- Mohdali, R., & Pope, J. (2014). The influence of religiosity on taxpayers' compliance attitudes Empirical evidence from a mixed-methods study in Malaysia. **Accounting Research Journal**, 27 (1), 71-91.
- Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. **Journal of Expert Systems with Applications**, 59, 33–46.
- Ortega, D., Ronconi, L., & Sanguinetti, P. (2016). Reciprocity and willingness to pay taxes: evidence from a survey experiment in Latin America. **Economía**, 16 (2), 55-87.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). **Consumer behavior.** 5th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Spicer, M., & Becker, L. A. (1980). Fiscal inequity and tax evasion: An experimental approach. **National Tax Journal**, 33 (2), 171-5.

- Su, Y., and Li, M. (2021). Applying technology acceptance model in online entrepreneurship education for new entrepreneurs. **Original Research Article**, 10 (21), 1-21.
- Taing, H. B., & Chang, Y. (2020). Determinants of tax compliance intention: Focus on the theory of planned. **International Journal of Public Administration**, 44 (1), 1–12, from <https://doi.org/10.1080/01900692.2020.1728313>.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A Test of competing models. **Information System Research**, 6 (2), 144-176.
- Thuc, N. T. (2013). A Review of Factors Impacting Tax Compliance. **Open Science Repository Public Administration**, from <http://www.open-science-repository.com>.
- Venkatesh, V., Brown, S. A., Maruping, L. M., & Bala, H. (2008). Predicting different conceptualizations of systems use: The Competing roles of behavioral intention, facilitating conditions and behavioral expectancy. **MIS Quarterly**, 32 (3), 483-502.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. **MIS Quarterly**, 36 (1), 157-178.
- Walters, C. G. **Consumer behavior**. (1978). 3rd ed. Homewood Illinois: Richard D.Irwin.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis**. New York: Harper and Row.