

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม  
ของผู้มีหน้าที่เสียภาษีมูลค่าเพิ่มในกรุงเทพมหานคร



นางสาวสุภิดา จัตุราภีรักษ์

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2536

ISBN 974-582-480-1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

019459

117187627

THE CORRELATION BETWEEN MEDIA EXPOSURE AND KNOWLEDGE  
ABOUT VALUE-ADDED TAX OF VALUE-ADDED TAX PAYER IN  
BANGKOK METROPOLIS



Miss Supida Chatrapiruk

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Public Relations

Graduate School

Chulalongkorn University

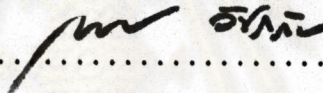
1993

ISBN 974-582-480-1

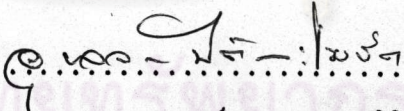
หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม  
ของผู้มีหน้าที่เสียภาษีมูลค่าเพิ่มในกรุงเทพมหานคร  
โดย นางสาวสุภิตา ฉัตรภักดิ์  
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์  
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน

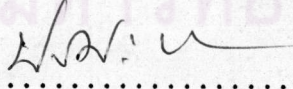


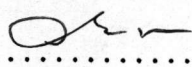
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต

  
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรภักดิ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโรจนิต)

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน)

  
.....กรรมการ  
(ดร.วิเชียร เกตุสิงห์)

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

สุกิตา ฉัตรารักษ์ : ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่มของผู้มีหน้าที่เสียภาษีมูลค่าเพิ่มในกรุงเทพมหานคร (THE CORRELATION BETWEEN MEDIA EXPOSURE AND KNOWLEDGE ABOUT VALUE-ADDED TAX OF VALUE-ADDED TAX PAYER IN BANGKOK METROPOLIS) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ประมะ สตะเวทิน, 134 หน้า ISBN 974-582-480-1

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคล 2. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน, สื่อบุคคลกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม 3. เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 322 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการใช้สถิติค่าที (t-test) ซึ่งประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS<sup>X</sup>

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับสื่อมวลชน เฉพาะที่เป็นหนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจที่ไม่ใช่รายวัน วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม
2. การเปิดรับสื่อบุคคล เฉพาะที่เป็นบุคคลในครอบครัว ญาติพี่น้องนอกครอบครัว เพื่อนร่วมกลุ่มอาชีพและเจ้าหน้าที่สรรพากร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม
3. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่มมีค่าสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อบุคคลกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ .....  
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ .....  
ปีการศึกษา 2535 .....

ลายมือชื่อนิติ ..... สุกิตา ฉัตรารักษ์ .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## C451035 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: MEDIA EXPOSURE/KNOWLEDGE ABOUT VALUE-ADDED TAX/  
VALUE-ADDED TAX PAYER

SUPIDA CHATRAPIRUK : THE CORRELATION BETWEEN MEDIA EXPOSURE AND  
KNOWLEDGE ABOUT VALUE-ADDED TAX OF VALUE-ADDED TAX PAYER IN BANGKOK  
METROPOLIS. THESIS ADVISOR : ASSO.PROF.PARAMA SATAWEDIN, Ph.D.  
134 PP. ISBN 974-582-480-1

The purposes of this research were as follows: 1. to study the exposure of value-added tax payer to mass media and personal media. 2. to study the relationships between the exposure to mass media and personal media and the knowledge about value-added tax. 3. to compare the difference of relationships between mass media and personal media and the knowledge about value-added tax. Questionnaires were used to collect the data from a total of 322 samples. Frequency, percentage, mean, Pearson's product moment correlation coefficient and t-test were employed for the analysis of data. SPSS<sup>X</sup> program was used for data processing.

The results of the study were as follows:

1. Mass media exposure, especially, dailies, economic newspapers, radios and televisions positively correlated with the knowledge about value-added tax.
2. Personal media exposure, especially, members of the family, relatives, colleagues and tax officers positively correlated with the knowledge about value-added tax.
3. The correlation between the exposure to mass media and the knowledge about value-added tax was higher than the correlation between the exposure to personal media and the knowledge about value-added tax.

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ปีการศึกษา.....2535.....

ลายมือชื่อนิสิต.....สุกิตา นิตราภิรักษ์.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา...../.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ มาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโรษิต ซึ่งกรุณาสละเวลามารับประทานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ ซึ่งกรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และได้ให้คำแนะนำทางด้านสถิติที่ใช้ในการวิจัยเป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ กรมสรรพากร ซึ่งกรุณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มและจำนวนผู้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มในกรุงเทพมหานคร และขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ซึ่งกรุณาให้ข้อมูลตามความเป็นจริง

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา น้าอมร น้าวัชรีย์และน้าสุพิน ตลอดจนผู้มีพระคุณและเพื่อน ๆ นิเทศศาสตร์พัฒนาการรุ่นที่ 14 ทุกท่าน ที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือจนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุภิดา ฉัตราริรักษ์

21 มีนาคม 2536

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
ปัญหาในการวิจัย.....	7
สมมติฐานของการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	37
รูปแบบในการวิจัย.....	37
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	37
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	37
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล.....	43
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	45
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	57

บรรณานุกรม.....	72
ภาคผนวก.....	76
ภาคผนวก ก.....	77
ภาคผนวก ข.....	115
ภาคผนวก ค.....	129
ประวัติผู้เขียน.....	134



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ภาษีมูลค่าเพิ่มจากสื่อมวลชนกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม..... 53
ตารางที่ 2	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ภาษีมูลค่าเพิ่มจากสื่อบุคคลกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม..... 54
ตารางที่ 3	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ภาษีมูลค่าเพิ่มจากสื่อมวลชนรวมทุกประเภทกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม... 55
ตารางที่ 4	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ภาษีมูลค่าเพิ่มจากสื่อบุคคลรวมทุกประเภทกับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม.... 55
ตารางที่ 5	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการเปิด รับข่าวสารเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มจากสื่อมวลชนและจากสื่อบุคคลกับ ความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม..... 56
ตารางที่ 6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ..... 78
ตารางที่ 7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ..... 78
ตารางที่ 8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา..... 79
ตารางที่ 9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกิจการที่เป็นเจ้าของ..... 79
ตารางที่ 10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส..... 80
ตารางที่ 11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน.. 81
ตารางที่ 12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการอ่านพบข่าวสาร เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มจากหนังสือพิมพ์รายวัน..... 81
ตารางที่ 13	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์รายวัน ที่อ่านพบข่าวสารเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม..... 82



ตารางที่ 28	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการอ่านพบข่าวสาร เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มในเรื่องต่าง ๆ จากนิตยสาร.....	92
ตารางที่ 29	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการฟังวิทยุ.....	92
ตารางที่ 30	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับฟังข่าวสาร เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มทางวิทยุ.....	93
ตารางที่ 31	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายการวิทยุที่รับฟัง ข่าวสารเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม.....	93
ตารางที่ 32	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการ รับฟังข่าวสารเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มจากนิตยสาร.....	94
ตารางที่ 33	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการรับฟัง ข่าวสารเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มทางวิทยุ.....	94
ตารางที่ 34	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับฟังข่าวสาร เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มในเรื่องต่าง ๆ ทางวิทยุ.....	95
ตารางที่ 35	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการดูโทรทัศน์.....	95
ตารางที่ 36	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับชมข่าวสาร เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มทางโทรทัศน์.....	96
ตารางที่ 37	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายการโทรทัศน์ที่ รับชมข่าวสารเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม.....	96
ตารางที่ 38	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการ รับชมข่าวสารเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มทางโทรทัศน์.....	97
ตารางที่ 39	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการรับ ชมข่าวสารเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มทางโทรทัศน์.....	97
ตารางที่ 40	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับชมข่าวสาร เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มในเรื่องต่าง ๆ ทางโทรทัศน์.....	98
ตารางที่ 41	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการพูดคุยเกี่ยวกับ ภาษีมูลค่าเพิ่มกับบุคคลในครอบครัว.....	99

ตารางที่ 42	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการ พูดคุยเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มกับบุคคลในครอบครัว.....	99
ตารางที่ 43	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการ พูดคุยเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มกับบุคคลในครอบครัว.....	100
ตารางที่ 44	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข่าวสารที่พูดคุย เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มในเรื่องต่าง ๆ กับบุคคลในครอบครัว.....	101
ตารางที่ 45	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการพูดคุยเกี่ยวกับ ภาษีมูลค่าเพิ่มกับญาติพี่น้องนอกครอบครัว.....	102
ตารางที่ 46	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการ พูดคุยเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มกับญาติพี่น้องนอกครอบครัว.....	102
ตารางที่ 47	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการพูดคุย เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มกับญาติพี่น้องนอกครอบครัว.....	103
ตารางที่ 48	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข่าวสารที่พูดคุยเกี่ยวกับ ภาษีมูลค่าเพิ่มในเรื่องต่าง ๆ กับญาติพี่น้องนอกครอบครัว.....	104
ตารางที่ 49	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการพูดคุยเกี่ยวกับภาษี มูลค่าเพิ่มกับเพื่อนบ้าน.....	105
ตารางที่ 50	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการ พูดคุยเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มกับเพื่อนบ้าน.....	105
ตารางที่ 51	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการพูดคุย เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มกับเพื่อนบ้าน.....	106
ตารางที่ 52	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข่าวสารที่พูดคุยเกี่ยวกับ ภาษีมูลค่าเพิ่มในเรื่องต่าง ๆ กับเพื่อนบ้าน.....	107
ตารางที่ 53	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการพูดคุยเกี่ยวกับภาษี มูลค่าเพิ่มกับเพื่อนร่วมกลุ่มอาชีพ.....	108
ตารางที่ 54	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการ พูดคุยเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มกับเพื่อนร่วมกลุ่มอาชีพ.....	108

ตารางที่ 55	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการพูดคุยเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มกับเพื่อนร่วมกลุ่มอาชีพ.....	109
ตารางที่ 56	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข่าวสารที่พูดคุยเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มในเรื่องต่าง ๆ กับเพื่อนร่วมกลุ่มอาชีพ.....	110
ตารางที่ 57	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการพูดคุยเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มกับเจ้าหน้าที่สรรพากร.....	111
ตารางที่ 58	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการพูดคุยเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มกับเจ้าหน้าที่สรรพากร.....	111
ตารางที่ 59	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการพูดคุยเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มกับเจ้าหน้าที่สรรพากร.....	112
ตารางที่ 60	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข่าวสารที่พูดคุยเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มในเรื่องต่าง ๆ กับเจ้าหน้าที่สรรพากร.....	113
ตารางที่ 61	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม..	114