

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชำระภาษีท้องถิ่น ผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร

Factors Influencing the Choice of Paying Local Taxes Through Electronic Channels of Pho

Sai Subdistrict Administrative Organization Pa Tio District Yasothon Province

ปณณพร นครราช¹

ดร.นารีนี แสงสุข²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกชำระภาษีท้องถิ่นผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร (2) เพื่อศึกษาถึงผลที่มีต่อการตัดสินใจชำระภาษีท้องถิ่น ผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร จำนวน 380 คน ทำการคำนวณขนาดตัวอย่างโดยคำนวณตามสูตรของ ทาโร ยามาเน่ โดยขอความร่วมมือให้ประชากรในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทรตอบแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่า Chi-Square ANOVA และ Regression

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นประชากรในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร เป็นเพศหญิง อายุช่วง 31 – 40 ปี รายได้ 10,000 – 20,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ยกเว้นเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ส่วนการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระภาษีผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร พบว่า ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าชำระผ่านช่องทางอื่น ระบบมีการควบคุมการทำธุรกรรมเที่ยงตรง ได้รับความสะดวกรวดเร็วกว่าชำระผ่านช่องทางอื่น ช่วยให้ชำระเงินภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ สามารถเรียนรู้การใช้บริการได้โดยง่าย และรูปแบบการชำระง่ายต่อการใช้งาน มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล การยอมรับเทคโนโลยี การตัดสินใจ

¹ สาขาบริหารธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ ดร. ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

This research aims to (1) study the acceptance of technology influencing the decision to pay local taxes through electronic systems in Pho Sai Subdistrict Administrative Organization, Pa Tio District, Yasothon Province, and (2) examine the factors affecting the decision to pay local taxes via electronic channels among 380 residents of Pho Sai Subdistrict. The sample size was calculated using Taro Yamane's formula, and data were collected through a questionnaire distributed to residents within the subdistrict. The research instrument was a questionnaire, and data analysis was performed using the SPSS statistical software. Statistical methods used included frequency, percentage, mean, and standard deviation, while hypothesis testing was conducted using Chi-Square, ANOVA, and Regression analysis.

The majority of the respondents were female, aged between 31–40 years, with an income ranging from 10,001 to 20,000 baht, holding a bachelor's degree, married, and working as government officials or state enterprise employees.

The hypothesis testing results indicated that personal factors affecting the decision to pay taxes via electronic systems varied by gender, age, marital status, and occupation. However, differences in these demographic factors did not significantly influence technology acceptance. The acceptance of technology affecting the decision to pay taxes through electronic channels in Pho Sai Subdistrict Administrative Organization, Pa Tio District, Yasothon Province, was found to offer cost savings compared to other payment methods. The system was perceived as reliable in controlling transactions, provided greater convenience and speed than other methods, ensured timely payment, was easy to learn, and featured user-friendly payment formats. These factors were significant at the 0.05 level.

Keywords: Personal factors, Technology acceptance, Decision-making

บทนำ

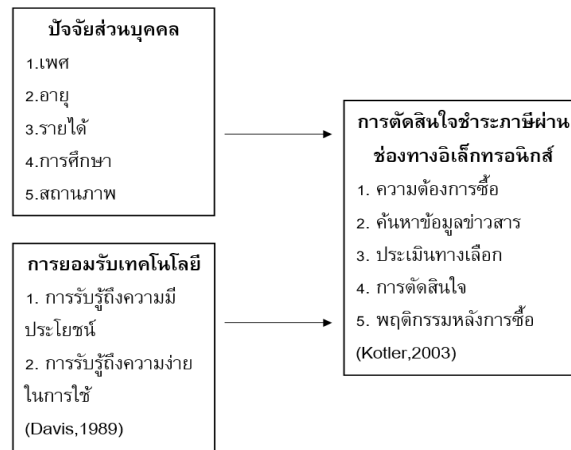
จากสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีที่เกิดจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล จนนำมาสู่นวัตกรรมด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองและแก้ไขปัญหาหลายๆ ด้านของผู้บริโภคมากขึ้น จนเกิดแพลตฟอร์มโมเดลธุรกิจมากมายเกิดการทำธุรกรรมทางการเงินได้หลากหลายรูปแบบผ่านเว็บไซต์ของสถาบันธนาคารและแอปพลิเคชันออนไลน์ผ่านมือถือ ที่ง่ายและสะดวกโดยไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อไปติดต่อธนาคาร การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเป็นยุคที่เทคโนโลยี ได้เข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตของมนุษย์ทุกคนมากยิ่งขึ้น องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าดัว จังหวัดยโสธร ได้ดำเนินการจัดเก็บภาษีประเภทภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ภาษีป้ายและค่าธรรมเนียมอื่นๆ โดยจัดเก็บจากประชาชนอยู่ในข่ายชำระภาษีและมีหน้าที่ชำระภาษี หน่วยงานได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการปรับตัวให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีและเป็นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีท้องถิ่น เนื่องมาจากการชำระภาษีท้องถิ่นที่ผ่านมาเป็นการรับชำระด้วยเงินสด ดร่าฟท์ และเช็คธนาคาร ผู้ชำระภาษีต้องเดินทางมายื่นแบบเสียภาษีและชำระภาษีท้องถิ่นที่องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าดัว จังหวัดยโสธร ตลอดจนช่วยลดภาระของหน่วยงานในการจัดการเงินสด ดร่าฟท์ และเช็คธนาคารและลดช่องทางการทุจริต (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น, (2567) การเตรียมการเพื่อใช้งานระบบสารสนเทศในการบริหารประชาชน (Local Service) สำหรับเทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล และเมืองพัทยา, 13 มิถุนายน 2567) เพื่อช่วยในการให้บริการประชาชน (Local Service) เป็นแพลตฟอร์มกลางสำหรับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นเพื่อให้บริการประชาชนและสนับสนุนการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการอนุญาต การชำระค่าธรรมเนียม การชำระภาษี โดยเชื่อมโยงข้อมูลภาครัฐจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการขับเคลื่อนแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2566 - 2580) ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม ประเด็น (20) การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ แผนย่อย การพัฒนาบริการประชาชน มีเป้าหมายให้งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น ผ่านการพัฒนาการบริการภาครัฐโดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางตอบสนองความต้องการและให้บริการอย่างรวดเร็ว รวมถึงสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกชำระภาษีท้องถิ่นผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าดัว จังหวัดยโสธร
2. เพื่อศึกษาถึงผลที่มีต่อการตัดสินใจชำระภาษีท้องถิ่นผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าดัว จังหวัดยโสธร

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชำระภาษีท้องถิ่น ผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

Kotler & Armstrong (2018) ประชากร (Population) ประกอบด้วยตัวแปรที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของประชากร เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ เป็นต้น ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณทางประชากรศาสตร์มักอาศัยจำนวนหรือความถี่ของการเกิดเหตุการณ์ในช่วงเวลาหนึ่งและจำนวนประชากรที่เกี่ยวข้องกับการทดลอง และองค์ประกอบทางประชากร เป็นการศึกษาประชากรภายใต้องค์ประกอบต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติศาสนา สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา สภาพเศรษฐกิจ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

(Davis, 1989) การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model – TAM) ทฤษฎีนี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในด้านเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการศึกษาวิจัยเพื่อทำนายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน ถูกพัฒนาขึ้นโดย Fred Davis ในปี 1989 เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในแง่มุมมองต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้พัฒนาสามารถสร้างสรรคผลงานสารสนเทศได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ ทำความรู้จัก 2 องค์ประกอบหลักของ (Technology Acceptance Model – TAM)

1. การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness - PU) “ความเชื่อของบุคคลว่าเทคโนโลยีนั้นๆ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานรูปแบบเดิมของพวกเขาได้มากน้อยเพียงใด” โดยทฤษฎีได้เสนอแนวคิดไว้ว่า การรับรู้ประโยชน์ เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อ ความตั้งใจที่จะใช้ เทคโนโลยีนั้นๆ หากผู้ใช้รับรู้ว่าเป็นประโยชน์ และช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของพวกเขาได้

2. การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use - PEOU) “ความเชื่อของบุคคลต่อความยาก - ง่ายในการใช้งานเทคโนโลยีใดๆ” หากผู้ใช้รับรู้ว่าเป็นเทคโนโลยีนั้นใช้งานง่าย และเข้าใจได้ง่าย โอกาสที่พวกเขาจะยอมรับเทคโนโลยีนั้นก็จะเพิ่มสูงขึ้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีการชำระเงินในปัจจุบัน

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2567 กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นจะดำเนินการเปิดใช้งานระบบสารสนเทศในการให้บริการประชาชน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนและผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินการขออนุญาตและชำระค่าธรรมเนียม ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ผ่าน 2 ช่องทาง ได้แก่ ที่ทำการสำนักงานเทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล และเมืองพัทยา และผ่านระบบออนไลน์ได้ทางเว็บไซต์ lsv.dla.go.th ซึ่งสามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smartphone) และคอมพิวเตอร์ได้ ทั้งนี้ผู้ใช้งานสามารถติดตามสถานการณ์แบบผ่านแอปพลิเคชัน Local Service ที่สามารถใช้งานได้ทั้งในระบบ ios และ Android

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจชำระภาษีผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

Philip Kotler (Kotler, 2003) ได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. ความต้องการซื้อ (Need Recognition) หรือการตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) ขั้นตอนนี้เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ

2. การค้นหาข้อมูลข่าวสาร (Information Search) เป็นขั้นตอนหลังจากความต้องการซื้อ ซึ่งจะมีแนวโน้มที่จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ จะมี 2 ระดับ คือ การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ มากขึ้น และการค้นหาข้อมูลข่าวสาร โดยแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแบ่งได้ 4 กลุ่ม คือ

2.1) แหล่งบุคคล (Personal Source) คือ ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก

2.2) แหล่งการค้า (Commercial Source) คือ การโฆษณา พนักงานขายบรรจภัณฑ์

2.3) แหล่งชุมชน (Public Source) คือ สื่อต่างๆ

2.4) แหล่งทดลอง (Experimental Source) คือ การทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบสินค้า

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นกระบวนการหลังจากพิจารณา ประเมินทางเลือกในขั้นตอนที่ 3 ผู้บริโภคจะซื้อหรือเลือกผลิตภัณฑ์ที่พึงพอใจมากที่สุด แต่มี 2 ปัจจัยที่สามารถมีผลต่อการตัดสินใจซื้อได้คือ

4.1 ปัจจัยด้านทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of Others) ทัศนคติของบุคคลอื่นจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในทางบวกและทางลบ

4.2 ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า (Unanticipated Situational Factors)

ปัจจัยนี้จะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค เช่น มีเหตุจำเป็นต้องใช้เงินฉุกเฉิน

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase Feeling) เป็นพฤติกรรมหลังจากการซื้อผลิตภัณฑ์ ความคาดหวังของผู้บริโภค หากไม่ตรงกับความต้องการก็จะรู้สึกผิดหวัง ถ้าตรงกับความต้องการก็จะรู้สึกเฉยๆ แต่หากเกินความคาดหวังผู้บริโภคก็จะมีคามพึงพอใจมากขึ้น พฤติกรรมหลังการซื้อนี้จะส่งผลกระทบต่อกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ หรือการแนะนำบุคคลอื่น

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรผู้รับบริการในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 6,059 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 13 สิงหาคม 2567) คำนวณตามสูตรของ ทาโรยามาเน (Yamane, 1973) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% และกำหนดความน่าเชื่อถือไว้ 95% ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบ (Quota sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มแบบกำหนดกลุ่มประชากร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม ไปประชากรในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร นครบ 380 คน

ตัวแปรในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและการยอมรับเทคโนโลยี ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจชำระภาษีผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล สร้างแบบสอบถามเองโดยกลุ่มผู้ทำการวิจัยโดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ส่วนนี้มีคำถามทั้งหมด 7 คำถาม

เป็น Nominal Scale 4 ข้อ (คำถามข้อที่ 1,5,6,7)

Ratio Scale 1 ข้อ (คำถามข้อที่ 2)

Ordinal Scale 2 ข้อ (คำถามข้อที่ 3,4)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งในแต่ละคำถามจะมีคำตอบที่เป็นตัวเลือก 5 ระดับ คือ ระดับความคิดเห็นของปัจจัย โดยเกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็นของปัจจัย มีดังนี้

1 หมายถึง น้อยที่สุด

2 หมายถึง น้อย

3 หมายถึง ปานกลาง

4 หมายถึง มาก

5 หมายถึง มากที่สุด

ส่วนนี้มีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ เป็น Interval scale (คำถามข้อที่ 10)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการตัดสินใจชำระภาษีต้องผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนนี้มีคำถามทั้งหมด 18 ข้อ

เป็น Nominal scale 10 คำถาม (คำถามข้อที่ 1,3,4,5,6,7,8,9,10,18)

Ratio Scale 3 ข้อ (คำถามข้อที่ 2,11,12)

Interval scale 5 (คำถามข้อที่ 13,14,15,16,17) ซึ่งในแต่ละคำถามจะมีคำตอบที่เป็นตัวเลือก 5 ระดับ คือ ระดับความคิดเห็นของปัจจัย โดยเกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็นของปัจจัย มีดังนี้

- 1 หมายถึง น้อยที่สุด
- 2 หมายถึง น้อย
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 4 หมายถึง มาก
- 5 หมายถึง มากที่สุด

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 380 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 194 คิดเป็นร้อยละ 51.1 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 193 คิดเป็นร้อยละ 50.8 มีสถานภาพสมรส จำนวน 242 คิดเป็นร้อยละ 63.7 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นจำนวน 42.6 มีการเคยใช้บริการ จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 78.9

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี

กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี คือ การใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (KTB corporate Online) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการชำระค่าธรรมเนียมการชำระค่าภาษี เช่น ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ค่าภาษีป้าย ค่าภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง (ค่าเฉลี่ย 4.88) รองลงมา คือ ขั้นตอนการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (KTB corporate Online) ง่ายต่อการจดจำ (ค่าเฉลี่ย 4.84) ท่านสามารถเรียนรู้การใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (KTB corporate Online) ได้โดยง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.83) การใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (KTB corporate Online) ได้รับความสะดวกรวดเร็วกว่าการชำระเงินที่ องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร (ค่าเฉลี่ย 4.82) การใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (KTB corporate Online) ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าชำระผ่านช่องทางอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.81) ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ระบบมีการควบคุมการทำธุรกรรมเที่ยงตรง เช่น ระบบทำรายการตามที่ให้บริการระบุได้อย่างถูกต้องและไม่ผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 4.81) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านปัจจัยด้านการตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัจจัยด้านการตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ หน่วยงานดำเนินการด้วยความโปร่งใส (ค่าเฉลี่ย 4.92) รองลงมา คือ หน่วยงานดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์และจริงใจ (ค่าเฉลี่ย 4.88) มีการจัดที่นั่งสำหรับผู้มารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.83) ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.80)

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชำระภาษีท้องถิ่น ผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร สามารถนำมาอภิปรายได้ ดังต่อไปนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ จากการศึกษาพบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระภาษีท้องถิ่นผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร ซึ่งสอดคล้องกับ กภาพนก ช้วยชู (2557) การประเมินผลความพึงพอใจของผู้รับบริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ได้ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน รัชต พันธุ์พูล สุวรรณ เดชน้อย และสำราญ บุญเจริญ (2566) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ จังหวัดลพบุรี พบว่า เพศ และ รายได้ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ แตกต่างกัน

1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ จากการศึกษาพบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระภาษีท้องถิ่นผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร ซึ่งสอดคล้องกับ กฤตติกา แสนโกชนัน บุษกร สุขแสน และพัชรินทร์ ชมภูวิเศษ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้หรือภาษีขององค์การบริหาร ส่วนตำบลกุดเลาะ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มประชาชนที่มีหน้าที่ในการชำระภาษีในเขตตำบลกุดเลาะ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีต่ำ รองลงมา ด้านประชาชนผู้เสียภาษีได้รับความสะดวก และด้านการจัดเก็บภาษีได้ตามเป้าหมาย ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษาต่างกัน

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ จากการศึกษาพบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระภาษีท้องถิ่นผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร ซึ่งสอดคล้องกับ ผุสดี แสนแสนะ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ งานจัดเก็บภาษีในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน ในด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา จากการศึกษาพบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระภาษีท้องถิ่นผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าดัว จังหวัดยโสธร ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฏฐนิต สันติกุล และ เอกลักษณ์ ไชยภูมิ (2567) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผลการวิเคราะห์พบว่า อายุ รายได้ต่อเดือน การใช้โปรแกรม “RD Payroll 90/91” การใช้ระบบ “My Tax Account” มีผลต่อพฤติกรรมการยื่นภาษีแบบออนไลน์

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจชำระภาษีท้องถิ่นผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าดัว จังหวัดยโสธร พบว่า เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระภาษีท้องถิ่นผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะประเด็นเรื่อง การใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (KTB corporate Online) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการชำระค่าธรรมเนียมการชำระค่าภาษี เช่น ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ค่าภาษีป้าย ค่าภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างและขั้นตอนการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (KTB corporate Online) ง่ายต่อการจดจำ

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าดัว จังหวัดยโสธร

ปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยี เป็นการนำความรู้ทางด้านเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับสารสนเทศ สามารถสร้างประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง และอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวันได้มากขึ้น เช่น การค้นหา การจัดเก็บข้อมูล การทำธุรกรรมต่าง ๆ ตลอดจนติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้งานสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานที่ทำอย่างสะดวกสบาย และรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลดีเมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาท ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมสามารถนำมาอภิปรายได้ ดังต่อไปนี้

2.1 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับ อนุสรณ์ อินทวงศ์ (2565) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน คือ การรับรู้ถึงจำนวนเครือข่ายพันธมิตร การรับรู้ถึงรูปแบบการใช้ประโยชน์ของแพลตฟอร์ม การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน ทักษะติดต่อพฤติกรรมบรรทัดฐานของคนใกล้ชิด บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบต่อการแสดงพฤติกรรม และ พฤติกรรมการใช้ สำหรับปัจจัยที่ไม่มีความแตกต่างกัน คือ การรับรู้ถึงจำนวนแพลตฟอร์มที่มีเครือข่าย ข้ามกัน การรับรู้ถึงความปลอดภัย และความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้ ณรงค์ชัย แก้ววิริยะกิจกุล และยุวรินทร์ ไชยโชติช่วง (2566) ปัจจัยด้านการรับรู้ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา Tops Online ปัจจัยด้านการรับรู้ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์หรือ application Tops Online มีการจัดประเภทหมวดรายการสินค้าง่ายต่อการสั่งซื้อ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์หรือ application Tops Online ทำให้การใช้ชีวิตง่ายขึ้น และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ Tops Online Tops Online สามารถดาวน์โหลดการใช้งานที่รองรับทั้งระบบ IOS และ Android ผลจากทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ปัจจัยการรับรู้ลดดา ปินตา พินาพ พันธุ์แพร และวณันนันท ผ่องแผ้ว (2567) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี E-payment ของประชาชนในเขตภาคเหนือในยุคการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อม (FAS) มีอิทธิพลทางอ้อมสูงสุดโดยผ่าน ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) และปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ (PU) ข้อค้นพบจากการศึกษา ประชาชนในเขตภาคเหนือตอนบนมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินให้ความสำคัญกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมความสะดวกมากที่สุด

2.2 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับ ปฐมการณ์ บำรุงผล (2563) การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้ นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ยื่นภาษีในธุรกิจภาคอุตสาหกรรม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านคุณภาพของระบบโครงสร้าง ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ด้านการตอบสนอง/โต้ตอบ ด้านความปลอดภัย ด้านความคาดหวังในการพยายาม ด้านอิทธิพลสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ความสะดวก และด้านความไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตของธุรกิจภาคอุตสาหกรรม อนันตยาภา บุญรอด (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม จากผลวิจัยสรุปได้ว่า ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน และด้านการรับรู้ความเสี่ยง ธัชชา สุขเฮม และสุมาลี รามัญ (2566) ทศนคติในฐานะปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงการรับรู้ความง่ายและการรับรู้ประโยชน์สู่ความตั้งใจใช้บริการในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับของการรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ ทศนคติและความตั้งใจใช้บริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ทศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ความง่ายสู่ความตั้งใจใช้บริการ 3) ทศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ประโยชน์สู่ความตั้งใจใช้บริการ

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าดัว จังหวัดยโสธร โดยภาพรวมพบว่าการรับรู้ถึงความมีประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ประชาชนได้รับการเรียนรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานของระบบเทคโนโลยีมากขึ้นยอมรับถึงประโยชน์ได้อย่างจริงจัง และกล้าตัดสินใจยอมรับสิ่งนั้น

ปัจจัยด้านการตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี สามารถนำมาอภิปรายได้ ดังต่อไปนี้

3.1 ด้านความต้องการซื้อ ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ด้านความต้องการซื้อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐพล ยิ้มเย็น นันทศักดิ์ จินดาไพศาล และศักรินทร์ วรวัฒน์ (2560) ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อหุ่นยนต์อุตสาหกรรมแทนแรงงานมนุษย์ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในจังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อหุ่นยนต์อุตสาหกรรมแทนแรงงานมนุษย์ ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในจังหวัดระยอง มีความสำคัญกับปัจจัยในด้านความต้องการ การใช้หุ่นยนต์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ และด้านการจัดการหลังจากการเลือกซื้อและการนำมาใช้เป็นอันดับหนึ่ง และรองลงมา ได้แก่ ด้านการตัดสินใจซื้อหุ่นยนต์มาใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ตามลำดับ

3.2 ด้านค้นหาข้อมูลข่าวสาร ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ด้านค้นหาข้อมูลข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับ สุธรรม พงศ์สำราญ พิมพิไล โชคชัย และทศพร มะหะหมัด (2562) การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าคนอ้วนผ่านระบบออนไลน์ พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ด้านการค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง ด้านการประเมินผลทางเลือก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก

3.3 ด้านประเมินทางเลือก ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ด้านประเมินทางเลือกโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับ สุภาวดี ศิริวัฒน์ นพจักร ทองเรือนดีและสุพรรณนิภา ศรีพูล (2565) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การรับรู้ความต้องการของปัญหามาเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ และการแสวงหา ข้อมูลตามลำดับ

3.4 ด้านการตัดสินใจ ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยรวมมีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ธัญญวิศา รักชาติ และกิตติมา ทามาสี (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอโยธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกใช้ บริการร้านอาหารญี่ปุ่น แตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มีบุคคลที่ไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้วยกัน จำนวน บุคคลที่ไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้วยกัน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นต่อครั้งและสื่อที่ทำให้รู้จักร้านอาหารญี่ปุ่น ต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจการเลือกใช้ บริการร้านอาหารญี่ปุ่น แตกต่างกัน นริศรา มณีสาร และอัจฉราวรรณ รัตนพันธ์ (2567) คุณภาพการให้บริการ

ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดรองลงมา คือด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการตามลำดับ เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการฟู้ดเดลิเวอรี่ในการพัฒนารูปแบบของบริการและการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อการยกระดับคุณภาพการให้บริการในตลาดบริการฟู้ดเดลิเวอรี่ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.5 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าต้ว จังหวัดยโสธร ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อโดยรวมมีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อมรเทพ ปักครีก ญัฐวิวัฒน์ แสงภูเขียวและณฐาพัชร วรพงศ์ พันธ์ (2564) พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นบ้านประเภททาวน์เฮาส์ มีบ้านปัจจุบันที่อยู่อาศัยมีราคา 1 - 3 ล้านบาท มีระดับราคาของบ้านที่สนใจ 1 - 3 ล้านบาท มีสถานภาพการอยู่อาศัยในปัจจุบันอาศัยอยู่กับผู้อื่น มีระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในบ้านในปัจจุบัน 6 - 10 ปี มีเหตุผลในการซื้อบ้านเพราะต้องการความสะดวกในการเดินทาง มีประเภทบ้านที่ต้องการเลือกซื้อเป็นแบบกำลังก่อสร้างและมีแหล่งข้อมูลจากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดรองลงมาคือด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจซื้อด้านการรับรู้ปัญหาด้านการประเมินทางเลือก และด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าต้ว จังหวัดยโสธร ด้านความต้องการซื้อ ด้านค้นหาข้อมูลข่าวสาร ด้านประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ การตัดสินใจชำระภาษีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าต้ว จังหวัดยโสธร โดยรวมมีผลจากหลายปัจจัยทั้งในด้านเทคโนโลยีความสะดวกในการใช้งาน การสื่อสารและให้ข้อมูล รวมถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งหากมีการพัฒนาและส่งเสริมปัจจัยเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง จะสามารถเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการได้มากขึ้น และทำให้การชำระภาษีออนไลน์เป็นทางเลือกที่สะดวกและได้รับการยอมรับจากประชาชนมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชำระภาษีท้องถิ่น ผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าดัว จังหวัดยโสธร สามารถแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 สามารถทราบถึงแนวทางในการพัฒนาระบบการให้บริการให้เกินประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ชำระภาษีท้องถิ่น

1.2 สามารถทราบถึงคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษีและความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบล

1.3 ควรมีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้ทั้งคณะผู้บริหาร พนักงานเจ้าหน้าที่เทศบาล และตัวแทนภาคประชาชนเป็นผู้ร่วมวิจัย เพื่อนำผลการวิจัยสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาท้องถิ่นและบำบัดทุกข์ บำรุงสุขประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้นต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาต่อกับกลุ่มประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง โดยศึกษาจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อนำมาศึกษาว่ามีความแตกต่างจากที่นำเสนอในงานวิจัยฉบับนี้หรือไม่

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรจะศึกษาให้ครอบคลุมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีท้องถิ่น คุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษีท้องถิ่น และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชน ต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีเพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปส่งเสริมและพัฒนาการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กาพกนก ช้วยชู. (2557). การประเมินผลความพึงพอใจของผู้รับบริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง. *วารสารเอเชียด้านศิลปะและวัฒนธรรม*, 14 (1), 111-124.

กรมการปกครอง. (2559). *แผนที่ออนไลน์ของภาษีท้องถิ่น*.

สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.dla.go.th/map/map>

กฤตติกา แสนโกชน์ บุษกร สุขแสน และพัชรินทร์ ชมภูวิเศษ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้หรือภาษีขององค์การบริหาร ส่วนตำบลกุดเลาะ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ.

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 7 (1), 79-94.

กาญจนา วงษ์แสง. (2564). *การศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารภาษีท้องถิ่น* (พิมพ์ครั้งที่ 2).

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิชาการ.

กรมการปกครอง. (2565). *ประชากรและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรในประเทศไทย*.

สืบค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.dopa.go.th>

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2567). *การเตรียมการเพื่อใช้งานระบบสารสนเทศในการบริหารประชาชน (Local Service) สำหรับเทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล และเมืองพัทยา*.

สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.dla.go.th>

ณัฐพล ยิ้มเยื่อน นันทศักดิ์ จินดาไพศาล และศักรินทร์ วรรณนะปริญญา. (2560).

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อหุ่นยนต์อุตสาหกรรมแทนแรงงานมนุษย์ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในจังหวัดระยอง. *วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 5(1), 67-81.

ณรงค์ชัย แก้ววิริยะกิจกุล และยุวรินทร์ ไชยโชติช่วง. (2566). ปัจจัยด้านการรับรู้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา Tops Online. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 8(3), 209-218.

ณัฐฐินิช สังหิตกุล และ เอกลักษณ์ ไชยภูมิ. (2567). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา*, 6(3), 443-456.

รัชชา สุขแอม และสุมาลี รามัญ. (2566). ทศนคติในฐานะปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงการรับรู้ความง่ายและการรับรู้ประโยชน์สู่ความตั้งใจใช้บริการในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย.

วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 9(3), 151-164.

ธัญญธิชา รักชาติ และกิตติมา ทามาลี. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเก่า*, 4(1), 1-6.

นริศรา มณีสาร และอัจฉราวรรณ รัตนพันธ์. (2567). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 14(2), 99-110.

ปฐมาภรณ์ บำรุงผล. (2563). *การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้ นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ยื่นภาษีในธุรกิจภาคอุตสาหกรรม*.

(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยศิลปากร,คณะวิทยาการจัดการ.

ผุสดี แสนเสนาะ. (2556). *คุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, คณะวิทยาการจัดการ.

พิชัย จุฬากุล. (2560). *การศึกษาประชากรและการวิเคราะห์ข้อมูลประชากร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- รชต พันธุ์พล สุวรรณ เดชน้อย และสำราญ บุญเจริญ. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ จังหวัดลพบุรี. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 17(1), 97-111.
- ลัดดา ปินตา พิชากพ พันธุ์แพ และวณันันท์ ผ่องแผ้ว. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี E- payment ของประชาชนในเขตภาคเหนือในยุคการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 21 (1), 80-110.
- วิภาดา สุขมงคล. (2562). *การบริหารจัดการภาษีท้องถิ่นในประเทศไทย: ทฤษฎีและการปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุธรรม พงศ์สำราญ พิมพ์ไธ โชคชัย และทศพร มะหะหมัด. (2562). การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าคนอ้วนผ่านระบบออนไลน์. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น*, 1 (2), 29-37.
- สุภาวดี ศิริวัฒน์ นพขกร ทองเรือนดี และสุพรรณนิภา ศรีพูล. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้าในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 8 (5), 309-322.
- อนศยามา บุญรอด. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะวิทยาการจัดการ.
- อมรเทพ ปักครีก ญัฐวัฒน์ แสงภูเขียว และณฐาพัชร วรพงศ์พัชร. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของกลุ่มผู้บริโภค ในอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 5 (1), 65-78.
- อนุสรณ์ อินทวงศ์. (2565). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Davis, (1989). ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี *Technology Acceptance Model - TAM* สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2567, จาก <https://keancode.com/what-is-tam-model>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). The University of Minnesota Libraries Publishing. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2567, จาก <https://open.lib.umn.edu/principlesmarketing/>
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper & Row.