พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี

Behaviors and Opinions of Taxpayers on the "Shop Dee Mee Kuen" Spending Stimulus Measures of Working People in Pathum Thani

ชฎาภรณ์ คำสอน
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

CHADAPORN KHAMSORN
Email : 6314154014@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration in Finance and Banking
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี 2. เพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” 3. เพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน 4. เพื่อศึกษาผลกระทบของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ที่มีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี ที่เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามระบบภาษีของรัฐ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณ 5% โดยเปิดตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาครั้งนี้ มีทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบกว่า เพศ แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อ

มาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน และระดับการศึกษาแตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกัน และความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน
คำสำคัญ : มาตรการ“ช้อปดีมีคืน”, ลดหย่อนภาษี

ABSTRACT

The objectives of this independent study were: 1. to study the demographic characteristics of taxpayers on spending stimulus measures "Shop Dee Mee Kuen" for working people in Pathum Thani province. 2. to study knowledge. understanding of measures to stimulate spending “Shop Dee Mee Kuen” 3. to learn knowledge understanding of measures to stimulate spending 4. to study the impact of knowledge understanding of measures to stimulate spending “Shop Dee Mee Kuen” that affects the behavior and opinions of taxpayers on spending stimulus measures. "Shop Dee Mee Kuen" for working people in Pathum Thani

The sample group in this independent study was working people in Pathum Thani Province. who are liable to pay taxes according to the state tax system The exact number of the population is unknown. Therefore, the confidence value is 95% and the error is about 5% by opening the sample size table of Taro Yamane (1973), so the sample size of this study has a total of 400 samples) which is convenient sampling (Convenient Sampling).)

The results of the hypothesis test revealed that the genders were different, resulting in behaviors and opinions of taxpayers on the spending stimulus measures. " Shop Dee Mee Kuen" among working-age people in Pathum Thani province differs in age, status, occupation, average monthly income, resulting in the behavior and opinions of taxpayers on measures to stimulate spending. "Shop Dee Mee Kuen" of working people in Pathum Thani province are different and have different levels of education. The behavior and opinions of taxpayers on measures to stimulate spending "Shop Dee Mee Kuen" for working people in Pathum Thani were not different, and knowledge and understanding of measures to stimulate spending “Shop Dee Mee Kuen” is different, resulting in the behavior and opinions of taxpayers on spending stimulus measures. “Shop Dee Mee Kuen” among working people in Pathum Thani province are different.

Keywords: "Shop Dee Mee Kuen" measure, tax deduction

บทนำ

ประเทศไทยพบการระบาดของเชื้อโคโรน่าไวรัส-2019 หรือ COVID-19 ตั้งแต่ปลายปี2562 และต่อเนื่องไปยังปี2563 ตลอดทั้งปี ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วทั้งโลก ทำให้หลายประเทศเข้าสู่สภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย รวมไปถึงสภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย แม้ความรุนแรงของการระบาดยังไม่มากนัก ทางรัฐบาลไทยได้ใช้มาตรการ Lock down ห้ามการเดินทางเข้าออกต่างประเทศ และมาตรการเคอร์ฟิวในประเทศ ทำให้เศรษฐกิจของไทยเริ่มได้รับผลกระทบ ทั้งในภาคธุรกิจและประชาชนได้รับความเดือดร้อน ทางภาครัฐได้มีมาตรการเยียวยาในหลายๆ รูปแบบ ด้วยเงินงบประมาณตามปกติและเงินกู้เกือบ 2ล้านล้านบาท ที่คาดว่าจะช่วยทำให้เศรษฐกิจของไทยฟื้นตัวได้ในไตรมาสที่เหลือของปี 2563 แต่โชคไม่ดีที่เกิดการระบาด COVID-19 รอบ 2 ในช่วงปลายเดือนธันวาคม 2563 ทำให้การขยายตัวของเศรษฐกิจที่คาดว่าจะฟื้นตัวต้องติดลบทุกไตรมาส ส่งผลให้การขยายตัวตลอดทั้งปี ติดลบถึง 6.1% ส่งผลให้ Gross Domestics Product (GDP) มีการขยายตัวต่ำลงเหลือ 2.3% เมื่อเทียบกับปี 2561

จากผลกระทบการระบาดของโรคCovid-19 ตั้งแต่ปี พ.ศ.2562 เศรษฐกิจของประเทศไทย ได้รับผลกระทบทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การค้าการทำงานผลิต อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ส่งผลให้รัฐบาลต้องใช้มาตรการที่เข้มข้นขึ้นเพื่อควบคุมการระบาด ซึ่งมาตรการต่างๆ นอกจากจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยอีกด้วย

จากการระบาดที่เกิดขึ้น ทางคณะรัฐมนตรี ในคราวการประชุมเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2563 มีมติมอบหมายให้สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีจัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ขึ้นเพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบายและมาตรการเร่งด่วนในการบริหารสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น โดยให้คณะกรรมการอำนวนการเตรียมความพร้อม ป้องกันและแก้ไขปัญหาโรคติดต่ออุบัติใหม่แห่งชาติ และศูนย์ข้อมูลมาตรการแก้ไขปัญหาจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ปฏิบัติหน้าที่ภายใต้ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วย และจากการระบาดที่เกิดขึ้น ส่งผลให้รัฐบาลจำเป็นต้องออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อกระตุ้น เศรษฐกิจ โดยนโยบายภาครัฐถือเป็นกิจกรรมหนึ่ง เพื่อสร้างกรอบข้อปฏิบัติ พัฒนาและแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้แก่ประชาชน ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ดังนั้นรัฐบาลจึงได้กระตุ้นการบริโภคภายในประเทศและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบมาจากการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 โดยมาตรการนั้นคือ มาตรการ “ช้อปดีมีคืน” เพื่อให้กลุ่มผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาหรือกลุ่มผู้ประกอบการสามารถลดหย่อนภาษี เงินได้บุคคลธรรมดา เมื่อใช้จ่ายถึง 30,000 บาท ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ดังนี้ “กำหนดให้ผู้มีเงินได้ซึ่งมีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สามารถหักลดหย่อนค่าซื้อสินค้าหรือค่าบริการเท่าที่ได้จ่ายจริง แต่ไม่เกินสามหมื่นบาท”

จากมาตรการดังกล่าวจะเห็นได้ว่า รัฐบาลคาดหวังว่า ผู้เข้าร่วมจะต้องเป็นผู้มีเงินได้ที่มีรายได้สูงและมีภาระที่จะต้องชำระภาษีเงินได้ จะสามารถเข้าร่วมซื้อสินค้าและบริการเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ “ช้อปดีมีคืน” โดยคาดว่าจากโครงการจะมีเม็ดเงินเข้าสู่ระบบ 1.2แสนล้านบาท(ตั้งแต่เดือนตุลาคม

- ธันวาคม 2563) เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการได้ประคับประคองธุรกิจ ช่วยเหลืออุตสาหกรรมที่ยังได้รับความเดือดร้อน เพื่อกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ

ดังงั้น ผู้ค้นคว้าอิสระจึงต้องการศึกษาถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของประชาชนที่มีหน้าที่เสียภาษีหรือบุคลากรวัยทำงานที่มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต่อมาตรการจากทางภาครัฐนี้ จึงเกิดเป็นหัวข้อการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ **“พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” คนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี”** เพื่อจะนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศและสนับสนุนผู้ประกอบการที่อยู่ในระบบภาษี ซึ่งการศึกษาครั้งนี้อยู่ในช่วงการใช้สิทธิ์เพื่อซื้อสินค้าตามมาตรการ ”ช้อปดีมีคืน” ของปี2566 (ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 15 กุมภาพันธ์ 2566) ซึ่งคาดว่าจะสามารถเพิ่มเม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจไทยได้และคาดว่าจะส่งผลให้ GDP ของประเทศเติบโตขึ้น หลังจากสถานการณ์โควิด-19 เริ่มลดความรุนแรงลง โดยผลการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้หวังจะเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐเพื่อทราบถึงการตอบสนองและความคิดเห็นของประชาชน และนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินการบริหารจัดการต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน”
3. เพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน
4. เพื่อศึกษาผลกระทบของความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ที่มีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตของการศึกษา

ในการค้นคว้าอิสระเรื่อง พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” คนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี มีขอบเขตการค้นคว้าอิสระ ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน”

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวก ด้านสิทธิประโยชน์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ได้แก่ คนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี ที่เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามระบบภาษีของรัฐ

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้เริ่มตั้งแต่ เดือนมกราคม ถึง เดือน มีนาคม 2566

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อนำผลการค้นคว้าอิสระที่ได้ไปวิเคราะห์พฤติกรรมและความคิดเห็นของประชาชนต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” เพื่อลดหย่อนภาษีปี 2566 ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี เพื่อจะนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการกระตุ้นการบริโภคของประชาชนภายในประเทศและสนับสนุนผู้ประกอบการที่อยู่ในระบบภาษี ซึ่งการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ อยู่ในช่วงการใช้สิทธิ์เพื่อซื้อสินค้าตามมาตรการ “ช้อปดีมีคืน” ของปี2566 ซึ่งคาดว่าจะสามารถเพิ่มเม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจไทยได้และคาดว่าจะส่งผลให้ GDP ของประเทศเติบโตขึ้น หลังจากสถานการณ์โควิด-19 ลดความรุนแรงลง

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546) ความรู้ ความเข้าใจ หมายถึง สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์

Bloom (1980) อ้างถึงในแสงจันทร์ โสภากาล, 2550) ให้ความหมายว่า ความรู้เป็นเรื่องเกี่ยวกับการระลึกถึง เรื่อง วิธีการ กระบวนการ หรือสภาพการณ์ต่างๆ โดยเน้นความจำ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความคิดเห็น

กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์ (2527) กล่าวว่า ความคิดเห็นคือการแสดงออกของบุคคลที่เกิดจากความรู้สึกภายในต่าง ๆ ซึ่งความรู้สึกภายในอาจเป็นเพียงเจตนา หรือความเชื่อ และค่านิยมของบุคคลนั้นๆ คนที่มีเจตคติหรือความเชื่อค่านิยมอย่างหนึ่ง ถ้าไม่แสดงความคิดเห็นออกมาก็ไม่มีผู้ใดทราบเลยว่า เขามีเจตคติหรือความเชื่อค่านิยมเช่นใดแต่ความคิดเห็นเป็นพฤติกรรมภายนอกที่ผู้อื่นสังเกตหรือทราบได้อย่างชัดเจน

กู๊ด (Good, 1973อ้างถึงใน ภนิดา ชัยปัญญา, 2541, หน้า11) ให้คำจำกัดความของความคิดเห็นว่าความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อความคิดหรือการลงความเห็นเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งไม่อาจบอกได้ว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือไม่

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสะดวก

Brown (1990) (อ้างถึงใน วศินี อิ่มธรรมพร.(2559)) ได้ให้จำกัดความคำว่า ความสะดวก ว่า การลดเวลาหรือพลังงานที่ใช้ในการรับสินค้าหรือการบริการเมื่อเปรียบเทียบกับเวลาหรือพลังงานที่ต้องการในการใช้บริการในระดับเดียวกัน

Berry, Seiders & Grewal (2002) (อ้างถึงใน วศินี อิ่มธรรมพร.(2559)) กล่าวว่า ความสะดวกในการใช้บริการหมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับเวลาและความรู้สึกของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้บริการนั้น ๆ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์

อังคณา กันธิยะ (2553) สิทธิประโยชน์ หมายถึงประโยชน์ที่ได้รับตามสิทธิ สิ่งที่เป็นผลดีที่บุคคลใด ๆ พึงจะได้รับตามที่ระบุไว้ในกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้นเช่น ระบุไว้ในสัญญา สนธิสัญญา กฎ ระเบียบต่าง ๆ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรม

โสภา ชูพิกุลชัย (2521) ได้ให้ความหมายไว้ว่า กระทำหรือกิจการต่าง ๆ ของมนุษย์หรือสิ่งมีชีวิต กระทลงไปหรือแสดงออกด้วยกิริยา ความคิด เช่น การกิน การนอน การ เดินการพูด แสดง

ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล (2547 : 85) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะของกิจกรรมของแต่ละบุคคล ในการจัดหา การซื้อ การใช้ประโยชน์ จากสินค้าและบริการที่ซื้อมาเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งด้านพื้นฐานและด้านจิตใจ ด้วยรายได้ที่มีจำกัด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

Schiffman & Kanuk (1994) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจซื้อว่า เป็นขั้นตอนในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ในด้านจิตใจที่ เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิด และด้านพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับทางกายภาพ ซึ่งการซื้อเป็นกิจกรรมทางด้านจิตใจและกายภาพ สามารถเกิดขึ้นได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทำให้เกิดการซื้อ และอาจเกิดการตัดสินใจซื้อตามบุคคลอื่น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

Patterson & Spreng (1997) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยหลักที่ชี้แนะความตั้งใจ การกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภค คุณค่าที่ลูกค้ามองเห็นเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการหรือซื้อซ้ำ เพราะเมื่อลูกค้าเห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการ จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจซึ่งส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภค

Rust & Oliver, (1994) กล่าวว่า คุณภาพในการให้บริการที่ดีนั้น จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ความพึงพอใจเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้ให้บริการ และเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในทางธุรกิจ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับด้านการประชาสัมพันธ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมาย "การประชาสัมพันธ์" ว่า การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

พจนานุกรม Word Book Dictionary Word Book Dictionary (วิรัช ลภิรัตนกุล, 2538 : 5; Wilcox & Cameron, 2014 : 5) สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การที่องค์กรหน่วยงาน หรือสถาบันต่าง ๆ มีการบริหารจัดการ วางแผนดำเนินการอย่างรอบคอบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและให้ข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นจริงเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อที่เหมาะสม เพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์ ทัศนคติและภาพลักษณ์อันดีของ องค์กรก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือความไว้วางใจทัศนคติที่ดีระหว่างองค์กรและกลุ่มประชาชน ซึ่งการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีบทบาทสำคัญในองค์กร ทั้งยังมีแผนปฏิบัติงานอย่างเป็นขั้นตอน

และซับซ้อน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมให้รู้จักองค์กรในลักษณะที่ดี สร้างภาพลักษณ์ สร้างความสัมพันธ์อันดี กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งกลุ่มคนในองค์กรและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน

ระเบียบวิธีค้นคว้าอิสระ

1.การออกแบบการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบไม่ใช่เป็นการทดลอง (Non-Experimental Design) ลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการศึกษาแบบใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-Sectional Studies) โดยใช้เครื่องมือการศึกษาค้นคว้าเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

2. กำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานีซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้ค้นคว้าอิสระจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น(Non-Probability) โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยอาศัยสูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% ผู้ค้นคว้าอิสระเลือกใช้ตารางสำเร็จรูปการกำหนดตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ดังนั้น ขนาดของตัวอย่างในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ

ในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าอิสระได้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้ค้นคว้าอิสระใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้ค้นคว้าอิสระได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนทฤษฎี และผลการศึกษาค้นคว้าหรือวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีค้นคว้าอิสระเชิงสำรวจเป็นคำถามปลายปิด โดยผู้ค้นคว้าอิสระมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน”

เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการ “ช้อปดีมีคืน” ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะปลายปิด (Close – ended Question) แบบมีคำตอบให้เลือก จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 13ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี โดยแบ่งเป็น 6ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวก ด้านสิทธิประโยชน์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 49 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ผู้ค้นคว้าอิสระได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ค้นคว้าอิสระได้สร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า ซึ่งมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาและค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร ความคิดเห็น ความสะดวก สิทธิประโยชน์ พฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ ความพึงพอใจ การประชาสัมพันธ์

2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรสามารถวัดผลได้อย่างชัดเจน

3. นำนิยามศัพท์เฉพาะมาสร้างข้อคำถามที่มีความครอบคลุมและสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมดที่จะใช้ในการวัดผล

4. จัดทำร่างแบบสอบถาม ซึ่งโครงสร้างประกอบไปด้วย 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 13 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี โดยแบ่งเป็น 6ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวก ด้านสิทธิประโยชน์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 49 ข้อ

5. ผู้ค้นคว้าอิสระได้นำแบบสอบถาม ให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ว่าแบบสอบถามใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง และตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหา ของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา

5. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

ผู้ค้นคว้าอิสระมีการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความน่าเชื่อถือก่อนนำแบบสอบถามไปใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบคำถามในแบบสอบถาม เพื่อความครอบคลุมของเนื้อหา การจัดเรียงคำถาม การใช้ภาษาและความเหมาะสมของข้อคำถาม โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)และ ผู้ศึกษาค้นคว้าได้ทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach’s Alpha) ของแบบสอบถามด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความสะดวก ด้านสิทธิประโยชน์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์ จากนั้น ผู้ค้นคว้าอิสระได้นำแบบสอบถามมาปรับปรุงอีกครั้ง โดยผ่านความเห็นชอบจาก

อาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง แล้วนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ค้นคว้าอิสระนำแบบสอบถามที่มีการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปดำเนินการ โดยทำแบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่าง400 คน ที่เป็นผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี โดยการสุ่มแบบสะดวก หลังจากรวบรวมข้อมูลแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์คำนวณผล โดยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาค้นคว้านำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรความรู้ ความเข้าใจ และ แบบสอบถามพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ใช้สถิติ T-Test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Anova) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ประกอบด้วย ด้านความสะดวก ด้านสิทธิประโยชน์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี วิเคราะห์โดยใช้สถิติ T-Test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษา

คนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มีอายุระหว่าง 25 ปี – 35 ปี ระดับการศึกษา ปริญญาตรี สถานภาพ โสด อาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000-25,000 บาท

แสดงจำนวนและค่าร้อยละของของความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” พบว่า ข้อคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบ “ทราบ” สูงที่สุดได้แก่ “มาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย "ช้อปดีมีคืน" สามารถนำใบเสร็จรับเงินหรือใบกำกับภาษีแบบเต็มรูปแบบไปลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้สูงสุด 40,000 บาท” ซึ่งมีผู้ตอบสูงถึงร้อยละ 97.5 และรองลงมา คือ “การเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าออนไลน์ที่สามารถออกใบกำกับภาษีได้ สามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้เช่นกัน” มีผู้ตอบ “ทราบ” ถึงร้อยละ 97.3 และรองลงมา คือ “ต้องมีใบเสร็จรับเงินหรือใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบ จากการซื้อสินค้า เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการขอลดหย่อนภาษี” มีผู้ตอบ “ทราบ” ถึงร้อยละ 96.8 ตามลำดับ

พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.8716 และค่า S.D. เท่ากับ 0.49885 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1287

สรุปผลการค้นคว้า อธิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านความสะดวก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านความพึงพอใจ ด้านสิทธิประโยชน์

2. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน และระดับการศึกษา แตกต่างกัน ทำให้ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานีไม่แตกต่างกัน

3. ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ผลการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. เพศ แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของ เจษฎา จันทบุรานันท์ (2546, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อ การปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี พบว่า เพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลแตกต่างกัน

2 อายุ แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า อายุ ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานีที่เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่ต่างกัน มีความคิดเห็นและพฤติกรรมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ ประสาน กำจรเมนุกูล (2542, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเทศบาลแตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ นภางค์ ทิพยเนตร (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของประชาชนต่อการปฏิบัติงานของเทศบาลเมืองบ้านฉาง อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง พบว่า ประชาชนที่อายุต่างกัน มีทัศนคติต่อการปฏิบัติงานของเทศบาลเมืองบ้านฉางในภาพรวมแตกต่างกัน

3. ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิชาติ พานิชกุล (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อการปฏิบัติงานของเทศบาลตำบลเนินสูง อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี พบว่า ประชาชน ที่มีการศึกษาต่างกันมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันต่อการปฏิบัติงานของเทศบาลตำบลเนินสูง ในภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของนภางค์ ทิพยเนตร (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของประชาชนต่อการปฏิบัติงานของเทศบาลเมืองบ้านฉาง อำเภอบ้านฉางจังหวัดระยอง พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการปฏิบัติงานของ เทศบาลเมืองบ้านฉาง ไม่แตกต่างกัน

4. สถานภาพแตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจากคนวัยทำงานที่มีหน้าที่เสียภาษีที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ค่านิยม ความคิด พฤติกรรมแตกต่างกัน จึงส่งผลให้พฤติกรรมและความคิดเห็นต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” แตกต่างกันออกไป สอดคล้องกับการศึกษาของ พรสิรี ทับทิมหิน (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติต่อการลงทุนในกองทุนรวมตราสานทุนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการศึกษาพบว่าคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีสถานภาพต่างกันทำให้ทัศนคติต่อการลงทุนในกองทุนรวมตราสารทุนต่างกัน

5. อาชีพแตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจากแต่ละอาชีพ มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สิทธิประโยชน์หรือการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของณรงค์ฤทธิ์ ประสิทธินาค (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความรู้และทัศนคติต่อการชำระภาษีของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านค่าย อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง ซึ่งผลการวิจัยพบว่าประชาชนที่มีอาชีพ แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแตกต่างกัน

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจากคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานีที่เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการรับรู้ มาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน”แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ ธนิษฐ์ฌา พูนทอง และ สุมาลี รามนัฏ (2562) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจเกี่ยวกับนโยบายสิทธิประโยชน์ทางภาษีของผู้มีเงินได้ กรณีศึกษาภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ปีภาษี 2562 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อปีพบว่า รายได้ต่อปีของผู้มีเงินได้สูงกว่า 1,000,000 บาทขึ้นไป จะมีความพึงพอใจเกี่ยวกับนโยบายสิทธิประโยชน์ทางภาษีของผู้มีเงินได้ กรณีศึกษาภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ปีภาษี 2562 ด้านค่าลดหย่อนและยกเว้นส่วนตัวและครอบครัว และด้านการหักค่าใช้จ่ายและอัตราภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดาน้อยกว่าผู้มีเงินได้ที่มีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 1,000,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ของขนิษฐา นิลรัตนานนท์ (2555) ได้ศึกษาความพึงพอใจเกี่ยวกับนโยบายสิทธิประโยชน์ภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาของผู้มีเงินได้ประเภทเงินเดือน ผลการวิจัยพบว่า ผู้มีเงินได้ที่มีจำนวนเงินได้สุทธิต่ำกว่า 150,000 บาท จะมีความพึงพอใจในนโยบายสิทธิประโยชน์ทางภาษีเงินได้ในด้านต่าง ๆ ข้างต้นมากกว่าผู้มีเงินได้ที่มีจำนวน เงินได้สุทธิมากกว่า 150,000 บาทขึ้นไป และสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐกานต์ นาคีเภท และ ฉันทิชา บัวศรี (2563) ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจและทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้สุทธิต่อปีแตกต่างกันจะมีทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้แตกต่างกัน

3. ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน” ของคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานีที่เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่ “ทราบ” เกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน”มีแนวโน้มใช้สิทธิตามมาตรการมากกว่า คนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานีที่เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่ “ไม่ทราบ” เกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย “ช้อปดีมีคืน สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐกานต์ นาคีเภท และ ฉันทิชา บัวศรี (2563)

ศึกษาวิจัยเรื่อง “ศึกษาความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา”ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ความเข้าใจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจะมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการเสียภาษี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

ด้านลักษณะประชากรศาสตร์

จากการค้นคว้าอิสระ แสดงให้เห็นว่าลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมและความคิดเห็นของประชาชนที่มีหน้าที่เสียภาษีหรือบุคลากรวัยทำงานที่มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต่อมาตรการจากทางภาครัฐ ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการของทางภาครัฐเพื่อที่จะกำหนดนโยบายที่เป็นที่น่าสนใจและสามารถออกมาตรการกระตุ้นการบริโภค กระตุ้นเศรษฐกิจได้ต่อไป

ด้านมาตรการ “ช้อปดีมีคืน” ของทางภาครัฐ

1. ควรมีการสนับสนุนการตลาดทางออนไลน์ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีระยะเวลาจำกัดและเห็นความสำคัญของเวลามากขึ้น หรือสั่งสินค้าผ่านทางเว็บไซต์หรือโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งการใช้เครื่องมือออนไลน์จะเป็นอีกทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่สามารถสร้างความสะดวกสบาย ประหยัดเวลา ค่าใช้จ่ายได้

2. รัฐบาลควรมีความยืดหยุ่นต่อผู้บริโภคมากกว่านี้ และอัตราการลดหย่อนภาษีให้แก่ประชาชนควรสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคต้องเสียไปมากกว่านี้

3. ทางภาครัฐควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างกว้างขวางและครบถ้วนต่อสาธารณะ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงสิทธิประโยชน์และข้อกำหนดก่อนทำการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ และควรขยายระยะเวลาของมาตรการให้ยาวนานยิ่งขึ้นกว่านี้

4. ควรขยายระยะเวลาของมาตรการในการซื้อสินค้าและบริการหรือเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการ เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น มีความสนใจและใช้สิทธิตามมาตรการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีความ ต้องการ และความจำเป็นที่ต่างกันไป และควรออกมาตรการนี้อย่างต่อเนื่องทุกปี

5. ภาครัฐควรตรวจสอบร้านค้าหรือผู้ประกอบการในช่วงเวลาของมาตรการ เนื่องจากอาจจะมีการปรับราคาขึ้นของสินค้าหรือบริการเพิ่มสูงขึ้น

6. ภาครัฐควรมีนโยบายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจที่หลากหลาย เช่น ปรับลดราคาสินค้าหรือบริการ เพื่อจูงใจหรือกระตุ้นการบริโภคในประเทศ เนื่องจากมาตรการลดหย่อนภาษีอาจไม่จูงใจประชาชนเท่าที่ควร เนื่องจากราคาของสินค้าหรือบริการมีราคาที่สูง

บรรณานุกรม

กล้าณรงค์ วชิรมานิต.(2563). *ความคิดเห็นของประชาชนต่อโครงการช้อปดีมีคืนเพื่อลดหย่อนภาษีปี 2563 ในเขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระ). คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

จุฑารัตน์ เกียรติรัศมี. (2558) *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอพพลิเคชั่นออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (การค้นคว้าอิสระ). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์. (2557) *แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์.* วารสารวิจัย สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ, 8(2), 55-69.

ชานน หมื่นธง. (2560) *ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพของประชาชนกับการจัดการ ของรัฐในสถานการณ์ภัยพิบัติฉุกเฉิน* (การค้นคว้าอิสระ). คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ณัฐกานต์ นาคีเภท, ฉันทิชา บัวศรี. (2563) *ศึกษาความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.* วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 12(2), 97-112.

ธนิษฐ์ฌา พูนทอง, สุมาลี รามนัฏ (2564) *ความพึงพอใจเกี่ยวกับนโยบายสิทธิประโยชน์ทางภาษีของผู้มีเงินได้ กรณีศึกษาภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ปีภาษี2562.* วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น, 7(2), 46-59.

ธัญญ์วรัตน์ อรรถวิทย์. (2559) *ปัญหาการใช้สิทธิประโยชน์ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในช่วงวันที่ 25-31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ชลบุรี และระยอง* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา

ธัญนุช มานะชัยมงคล. (2563) *ความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบภาษีบุคคลธรรมดา กรณีศึกษาประชากรพื้นที่เขตบางรัก จังหวัดกรุงเทพมหานคร* (รายงานการวิจัย). คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ธัญลักษณ์ จินดา. (2563) *ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการของภาครัฐเกี่ยวกับมาตรการ ช้อปดีมีคืน ที่มีประสิทธิภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา* (การค้นคว้าอิสระ). คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม

น้ำลิน เทียมแก้ว. (2561) *การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560* (รายงานการวิจัย). สำนักวิทยาการ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ปรัชญาวรรณ จันทะขาน.(2564). *การพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศของห้องสมุด สถาบันอุดมศึกษาเอกชน* (ปริญญานิพนธ์). คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยนครินทรวิโรฒ

พรพรรณ ตาลประเสริฐ. (2559) *อิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระ). คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พรสิรี ทับทิมหิน. (2560) *ทัศนคติการลงทุนในกองทุนรวมตราสารทุนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (การค้นคว้าอิสระ). คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาวัฒนชัย, จีระศักดิ์ ทัพผา. (2563*) แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน.* วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.), 26(1), 59-66.

เพ็ชรัตน์ ไสยสมบัติ. (2564) *การศึกษาความคิดเห็น ความพึงพอใจ และปัญหาของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ "ชิมช้อปใช้"*. วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง, 10(3), 110-123.

เพ็ญนภา จรัสพันธ์. (2557) *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา

รุ่งทิพย์ นิลพัท.(2561). *คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต* (การค้นคว้าอิสระ). คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

วศินี อิ่มธรรมพร.(2559). *การยอมรับเทคโนโลยี ความสะดวกในการใช้บริการ และการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) ในกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระ). คณะบริการธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

วิสา วงศ์ทรัพย์. (2558) *ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยแร้ง อำเภอเมืองตราด จังหวัดตราด* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา

ศกลวรรณ ถี่ถ้วน. (2560) *การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในเขตกรุงเทพมหานครต่อมาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ "ช้อปช่วยชาติ" ระหว่างปี พ.ศ. 2558-2560* (การค้นคว้าอิสระ). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ศุภณิช จันทร์สอง. (2561) *การพัฒนาความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการเปลี่ยนถ่ายจากแอนาล็อคทีวีสู่ดิจิทัลทีวีสำหรับคนรุ่นใหม่* (รายงานการวิจัย). คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

โสภา ชูพิกุลชัย. (2521). *จิตวิทยาทั่วไป.* ภาคจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2546) *ความรู้ ความเข้าใจ.*

พุลิยา ธีระธัญศิริกุล, สุพรรณี พุทธรัตน์. (2563) *ความรู้และทัศนคติของผู้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สุราษฎร์ธานี2.* วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 35(6), 204-213.

อังคณา กันธิยะ. (2553) *ปัญหาและอุปสรรคของการบริหารงานบุคคลระบบใหม่ที่มีผลต่อการจัดสิทธิประโยชน์และสวัสดิการ.* (การค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.