

ทัศนคติในฐานะปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงการรับรู้ความง่ายและการรับรู้ประโยชน์
สู่ความตั้งใจใช้บริการในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์
(e-Payment) ของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย

Attitude as Mediating Factor linking Perceived Ease and Perceived
Usefulness to the Intention to Use the Service for Paying Land and Building
Taxes Through the Electronic System (e-Payment) of Entrepreneurs
in Om Noi City Municipality

¹ทัชชา สุขเอม และ ²สุมาลี รามานุญ์

¹Tuchcha Sookaim and ²Sumalee Ramanust

^{1,2}หลักสูตรการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

^{1,2}Master of Business Administration Program, Graduate School, Southeast Asia University

¹Corresponding Author. Email: f.tuchcha@gmail.com

Received November 9, 2023; Revised November 26, 2023; Accepted December 20, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับของการรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และ ความตั้งใจใช้บริการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการ ในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย (2) เพื่อศึกษาทัศนคติในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ความง่าย สู่ความตั้งใจใช้บริการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการ ในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย (3) เพื่อศึกษาทัศนคติในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ประโยชน์ สู่ความตั้งใจใช้บริการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการ ในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย รูปแบบการวิจัย คือ การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย จำนวน 229 ตัวอย่าง โดยการสุ่มอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ในการวิจัย คือ สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างแบบ PLS-SEM ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับของการรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และความตั้งใจใช้บริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) ทัศนคติเป็นตัวแปร คั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ความง่ายสู่ความตั้งใจใช้บริการ มีค่าผลคูณของขอบเขตล่างและขอบเขตบนเท่ากับ 0.494 และ 0.559 (3) ทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ประโยชน์สู่ความตั้งใจใช้บริการ มีค่าผลคูณของขอบเขตล่างและขอบเขตบนเท่ากับ 0.551 และ 0.546

คำสำคัญ: การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน; การรับรู้ประโยชน์; ทัศนคติ; ความตั้งใจใช้บริการ

ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2566) | Vol.9 No.3 (September-December 2023)

Abstract

The objectives of this study are (1) to study the level of perceived ease, perceived usefulness, attitude and intention to use land and building tax payment services via the electronic system (e-Payment) of entrepreneurs in Om Noi City Municipality, (2) to study attitude as the mediating factor linking perceived ease to intention to use land and building taxes through the electronic system (e-Payment) of entrepreneurs in Om Noi City Municipality. (3) to study attitude as the mediating factor linking perceived usefulness to intention to use land and building taxes through the electronic system (e-Payment) of entrepreneurs in Om Noi City Municipality. As the quantitative and survey research, the sample group used is 229 entrepreneurs, juristic persons, who own land and buildings in Om Noi City Municipality collecting by the probability-based random sampling. The research tool is a questionnaire. Statistics used in the research are descriptive statistics, such as frequency, percentage, mean and standard deviation. The reference statistics employ the partial-least-square structural equation model (PLS-SEM) analysis. The results of the research reveal that (1) the levels of perceived ease, perceived usefulness, attitude and intention to use the service have overall averages at a high level. (2) the attitude as mediating factor linking perceived ease to intention to use the services with the product of the lower bound of 0.494 and the upper bound of 0.559. (3) the attitude as mediating factor linking perceived usefulness to intention to use the services with the product of the lower bound of 0.551 and the upper bound of 0.546.

Keyword: Perceived Ease of Use; Perceived Usefulness; Attitude; Intention to Use

บทนำ

นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 – 2580) เป็นนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมฉบับแรกของประเทศไทย (ประกาศ เรื่อง นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2562) ตามพระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2560 ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ปฏิรูปประเทศไทยสู่ดิจิทัลไทยแลนด์” (พระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560) โดยหน่วยงานภาครัฐได้มีนโยบายและแนวปฏิบัติเพื่อนำเทคโนโลยีหรือระบบสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาชนมากขึ้น ซึ่งได้มีการนำเทคโนโลยีระบบคิวอาร์โค้ดและอุปกรณ์ดิจิทัลมาสนับสนุนการพัฒนาช่องทางชำระค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ลดระยะเวลา ลดขั้นตอน ลดค่าใช้จ่าย และยังเป็นการลดการสัมผัสอีกด้วย

เทศบาลนครอ้อมน้อยเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีอำนาจในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่อยู่ภายในเขตพื้นที่เทศบาลนครอ้อมน้อย และให้เป็นรายได้ของเทศบาลนครอ้อมน้อยเพื่อ

นำไปใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 (พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง, 2562) เทศบาลนครอ้อมน้อย ตั้งอยู่ที่ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร มีพื้นที่โดยรวม 30.40 ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับตำบลสวนหลวงและตำบลท่าไม้ จังหวัดสมุทรสาคร ตำบลอ้อมใหญ่ ตำบลไร่ชิ่งและตำบลกระทุ่มล้ม จังหวัดนครปฐม และเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร พื้นที่ตำบลอ้อมน้อยยังเป็นเขตปริมณฑลซึ่งเป็นเขตอุตสาหกรรมส่งผลให้มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว และเป็นพื้นที่ที่ติดต่อกับกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด (เทศบาลนครอ้อมน้อย, 2564)

ในปัจจุบัน เทศบาลนครอ้อมน้อย ได้นำระบบจัดการภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง (CU-ToXGO) โดยคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มาใช้ในการบริหารจัดการข้อมูลและการประเมินภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งได้รับความร่วมมือจากกรุงไทยคอร์ปอเรชันในการเพิ่มช่องทางการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เช่น การโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร การสแกนคิวอาร์โค้ดหรือบาร์โค้ด และการชำระผ่าน E-Banking เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ความง่ายของการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ รวมถึงทัศนคติที่ดีจนส่งผลถึงความตั้งใจใช้บริการตามแนวคิดของ Davis (1989) ที่ใช้เพื่ออธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งประชากรที่อยู่ภายในเขตพื้นที่เทศบาลนครอ้อมน้อยมีความหลากหลาย ทั้งกลุ่มคนในพื้นที่และกลุ่มคนที่มาจากจังหวัดอื่น ๆ โดยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการที่อยู่ในข่ายที่ต้องเสียภาษีในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย มีทั้งกลุ่มผู้ที่ตัดสินใจใช้บริการและไม่ใช้บริการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) จึงทำให้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ยังไม่สามารถตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของเทศบาลนครอ้อมน้อยที่ต้องการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการการจดทะเบียนภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพช่วยลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็น และสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เสียภาษีได้อย่างแท้จริง

ดังนั้น จากประเด็นของความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาทัศนคติในฐานะปัจเจกชนกลางที่เชื่อมโยงการรับรู้ความง่ายและการรับรู้ประโยชน์สู่ความตั้งใจใช้บริการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย โดยจะศึกษาประเด็นที่ว่า จะมีปัจจัยใดที่จะนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย และจะมีปัจจัยใดที่เป็นตัวแปรเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผลอย่างเหมาะสม เพื่อให้ทราบอิทธิพลคั่นกลางของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้เทศบาลนครอ้อมน้อยและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ รวมทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเทคโนโลยี

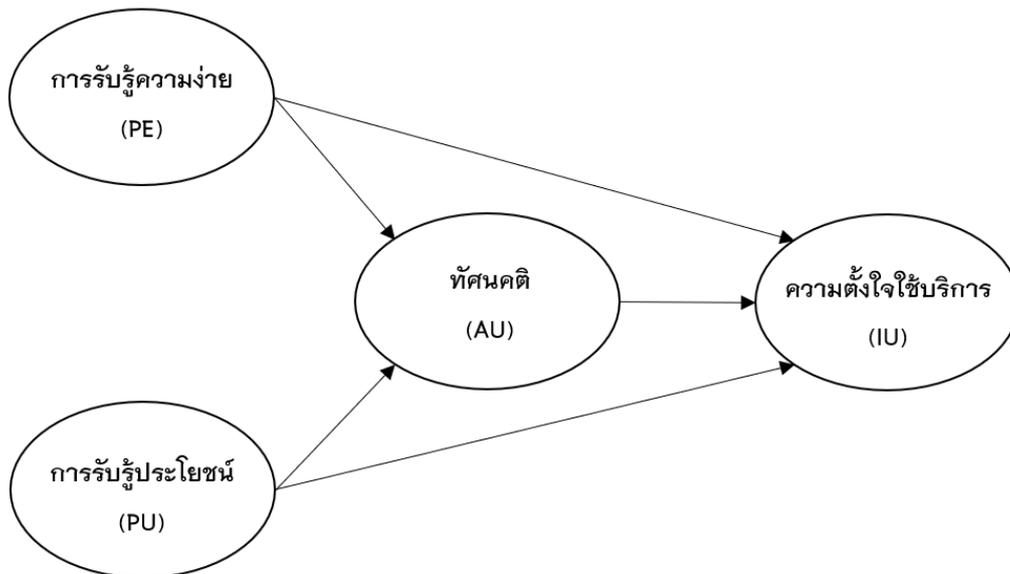
หรือระบบสารสนเทศ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับและสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการได้ ทั้งยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาองค์กรให้มีการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของการรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ ทักษะคติ และความตั้งใจใช้ บริการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการใน เขตเทศบาลนครอ้อมน้อย
2. เพื่อศึกษาทักษะคติในฐานะปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ความง่ายสู่ความตั้งใจ ใช้บริการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการ ในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย
3. เพื่อศึกษาทักษะคติในฐานะปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ประโยชน์สู่ความตั้งใจ ใช้บริการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการ ในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงสำรวจ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดของ Davis (1989) นำมาสังเคราะห์สร้างเป็นกรอบแนวคิด การวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1) การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติ

สมมติฐานที่ 2 (H2) การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ

สมมติฐานที่ 3 (H3) การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติ

สมมติฐานที่ 4 (H4) การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ

สมมติฐานที่ 5 (H5) ทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ

สมมติฐานที่ 6 (H6) ทัศนคติเป็นปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ความง่ายสู่ความตั้งใจใช้บริการ

สมมติฐานที่ 7 (H7) ทัศนคติเป็นปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ประโยชน์สู่ความตั้งใจใช้บริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงสำรวจ โดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่เพื่อยืนยันสมมติฐาน ซึ่งมีขั้นตอนวิธีการวิจัยดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย จำนวนทั้งสิ้น 533 คน (ระบบจัดการภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง CU-TAXGO, 2566)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย จำนวน 229 คน จากสูตรการคำนวณของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อน 0.05

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และส่วนที่ 2-5 แบบสอบถามเพื่อวัดระดับการรับรู้ความง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ ทัศนคติ และความตั้งใจใช้บริการ โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ (1) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา รายข้อเพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) รายข้อคำถามที่อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 (2) จากนั้นนำไปทดสอบกับผู้ประกอบการที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย จำนวน 30 ราย (ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย) ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 (Cronbach, 1970)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย จำนวน 229 คน และนำมาตรวจสอบวิเคราะห์ข้อมูล

6. การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ คือ (1) สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (2) สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและหาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างแบบ Partial Least Square (PLS-SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SmartPLS 3.0 (Hair et al., 2018)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเป็นเพศชาย จำนวน 156 ราย (ร้อยละ 68.12) อายุ 35 – 45 ปี จำนวน 133 ราย (ร้อยละ 58.32) สถานภาพสมรส จำนวน 132 ราย (ร้อยละ 57.88) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 174 ราย (ร้อยละ 76.29) และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 300,000 บาท จำนวน 94 ราย (ร้อยละ 41.09)

2. ผลการวิเคราะห์ระดับของการรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และความตั้งใจใช้บริการ โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลผลค่าคะแนนเฉลี่ยตามแนวคิดของ Best (1981) ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์สถิติพรรณนาของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย

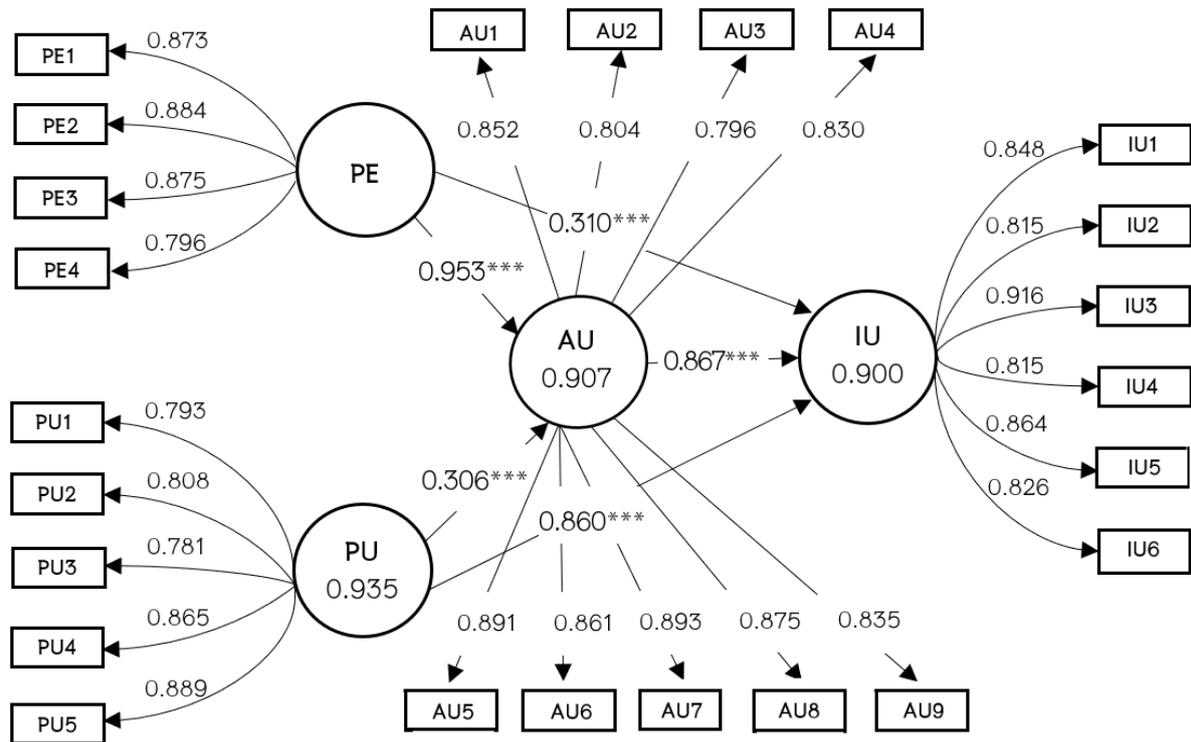
(n=229)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การรับรู้ความง่าย (PE)	4.17	0.701	มาก
การรับรู้ประโยชน์ (PU)	4.17	0.658	มาก
ทัศนคติ (AU)	4.19	0.742	มาก
ความตั้งใจใช้บริการ (IU)	4.11	0.819	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย อยู่ในระดับมากทุกประการ เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามปัจจัย พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความง่าย ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยทัศนคติ

และปัจจัยความตั้งใจใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17, 4.17, 4.19 และ 4.11 ตามลำดับ และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.701, 0.658, 0.742, 0.819 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของอิทธิพลคั่นกลางของทัศนคติและการรับรู้ประโยชน์ที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ความง่ายสู่ความตั้งใจใช้บริการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย ซึ่งความสัมพันธ์ของตัวแบบสมการโครงสร้างจะปรากฏดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 เส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแบบสมการโครงสร้าง

จากภาพที่ 2 แสดงเส้นทางความสัมพันธ์ตัวแบบสมการโครงสร้าง พบว่า (1) การรับรู้ความง่าย (PE) การรับรู้ประโยชน์ (PU) และทัศนคติ (AU) มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการ (IU) มีค่าเท่ากับ 0.310, 0.860 และ 0.867 ตามลำดับ (2) การรับรู้ความง่าย (PE) และการรับรู้ประโยชน์ (PU) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้บริการ (IU) มีค่าเท่ากับ 0.295 และ 0.263 ตามลำดับ (3) การรับรู้ความง่าย (PE) และการรับรู้ประโยชน์ (PU) มีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติ (AU) มีค่าเท่ากับ 0.953 และ 0.306 ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมีความแตกต่างกัน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis)		สัมประสิทธิ์เส้นทาง (Coef.)	ค่า t-test	ผลลัพธ์
H1	PE → AU	0.953***	57.886	ยอมรับสมมติฐาน
H2	PE → PU	0.967***	41.314	ยอมรับสมมติฐาน
H3	AU → IU	0.867**	2.153	ยอมรับสมมติฐาน
H4	PU → IU	0.860**	2.212	ยอมรับสมมติฐาน

หมายเหตุ (* แสดงถึงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (1.960 ≤ t-value < 2.576) (** แสดงถึงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2.576 ≤ t-value < 3.270) (***) แสดงถึงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (t-value ≥ 3.270) (PE หมายถึง การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน; PU หมายถึง การรับรู้ประโยชน์; AU หมายถึง ทัศนคติ; IU หมายถึง ความตั้งใจใช้บริการ)

จากตารางที่ 2 สามารถอธิบายผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ (1) การยอมรับสมมติฐานที่ 1 (H1): การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน (PE) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติ (AU) (2) การยอมรับสมมติฐานที่ 2 (H2): การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน (PE) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ (IU) (3) การยอมรับสมมติฐานที่ 3 (H3): การรับรู้ประโยชน์ (PU) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติ (AU) (4) การยอมรับสมมติฐานที่ 4 (H4): การรับรู้ประโยชน์ (PU) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ (IU) (5) การยอมรับสมมติฐานที่ 5 (H5): ทัศนคติ (AU) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ (IU)

ดังนั้น ค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรที่ศึกษาสามารถแสดงค่าได้ตามตารางนี้

ตารางที่ 3 ค่านำหนักของอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมของตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล								
	PU			AU			IU		
	อิทธิพลทางตรง (DE)	อิทธิพลทางอ้อม (IE)	อิทธิพลโดยรวม (TE)	อิทธิพลทางตรง (DE)	อิทธิพลทางอ้อม (IE)	อิทธิพลโดยรวม (TE)	อิทธิพลทางตรง (DE)	อิทธิพลทางอ้อม (IE)	อิทธิพลโดยรวม (TE)
PE	0.967	-	0.967	0.953	-	0.953	-	0.826	0.826
PU	-	-	-	-	-	-	0.860	-	0.860
AU	-	-	-	-	-	-	0.867	-	0.867
สัมประสิทธิ์การทำนาย	R ² = 0.935			R ² = 0.907			R ² = 0.900		

5. ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลคั่นกลาง (Mediation Variables) ซึ่งเป็นตัวแปรที่เข้ามาเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยที่ตัวแปรคั่นกลางจะอธิบายอิทธิพลทางอ้อมระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ซึ่งผลการทดสอบอิทธิพลทางอ้อม ผลที่ได้จะปรากฏดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรคั่นกลาง

สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis)		Effect	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
H5	PE → AU → IU PE → PU → IU	0.839	0.860	0.944	0.955

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรคั่นกลาง พบว่าทัศนคติและการรับรู้ประโยชน์เป็นตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ความง่ายและความตั้งใจใช้บริการ โดยมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบล่าง (Boot LLCI) และขอบเขตบน (Boot ULCI) ที่ช่วงของความเชื่อมั่นไม่คลุม 0 แสดงว่า อิทธิพลของทัศนคติและการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ความง่ายสู่ความตั้งใจใช้บริการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่างเท่ากับ 0.494 และ 0.551 ตามลำดับ และขอบเขตบนเท่ากับ 0.559 และ 0.546 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐานของการวิจัยได้ดังนี้

1. ตามสมมติฐานที่ 1 (H1) การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน (PE) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติ (AU) ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายของการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติ โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.001 เนื่องจากผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงความง่ายของการใช้งานจากความเข้าใจเมื่อใช้บริการและสามารถเรียนรู้วิธีการใช้บริการได้ง่าย ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกประทับใจและเต็มใจที่จะใช้บริการ โดยอาจเกิดจากวิธีการใช้งานระบบด้วยการโอนผ่านบัญชีธนาคารหรือการสแกนคิวอาร์โค้ดเป็นวิธีการใช้งานที่ง่าย โดยผู้ใช้งานไม่ต้องกรอกข้อมูลให้ยุ่งยากก็สามารถใช้บริการได้จึงทำให้เกิดความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และมณีนยา สายสนธิ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีและบทบาทตัวแปรกำกับด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคไทย ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่านสู่ความตั้งใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อาจเพราะผู้บริโภคไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้ และโดยไม่ต้องอ่านคู่มือ

การใช้งาน ดังนั้น เมื่อใช้ความพยายามน้อยลงจะส่งผลให้มีแนวโน้มในการใช้แอปพลิเคชันมากขึ้น จนทำให้เกิดทัศนคติที่ดีในการใช้งาน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Fred and Devis (1986) ที่ได้นำเสนอ ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี โดยอธิบายว่าการรับรู้ความง่ายของการใช้งานจะส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อ การใช้งานเกิดเป็นความตั้งใจและใช้งานจริงในที่สุด

2. ตามสมมติฐานที่ 2 (H2) การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน (PE) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก ต่อความตั้งใจใช้บริการ (IU) ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจ ใช้บริการ โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.001 เนื่องจากผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ว่าเป็นระบบที่สามารถ เรียนรู้และใช้งานได้ง่าย ซึ่งส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้บริการชำระภาษีทุกประเภท ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ พูลทรัพย์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อ ความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบกองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของสำนักงานประกันสังคม ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีผลต่อความตั้งใจ ใช้บริการ อาจเพราะความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดความสนใจอยากใช้เทคโนโลยี เมื่อการใช้เทคโนโลยีมีขั้นตอนที่ง่าย สามารถเรียนรู้และจดจำขั้นตอนได้โดยง่าย และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Daniel Y. Park and Hyungsook Kim (2023) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยกำหนดความตั้งใจที่จะ ใช้การดูแลสุขภาพจิตแบบดิจิทัล เนื้อหาในกลุ่มนักศึกษา คณาจารย์ และบุคลากรมหาวิทยาลัย: แรงจูงใจ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการโต้ตอบแบบ Parasocial กับ AI Chatbot ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่ายเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมความตั้งใจใช้บริการ ดิจิทัล โดยคุณลักษณะการออกแบบมีอิทธิพลทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ความง่ายของการใช้งาน ด้วยที่เจอร์เรียบง่าย ตัวอักษรอ่านง่ายและสามารถเข้าใจวิธีการใช้งานได้โดยง่ายจะช่วยกระตุ้น ให้เกิดการรับรู้ความง่ายเพื่อส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการได้มากขึ้น

3. ตามสมมติฐานที่ 3 (H3) การรับรู้ประโยชน์ (PU) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติ (AU) ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติโดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติ อยู่ที่ 0.001 เนื่องจากผู้ใช้บริการมองเห็นประโยชน์จากการใช้บริการ โดยรู้สึกว่าเป็นช่องทางที่สามารถ ช่วยอำนวยความสะดวก ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกระงับใจในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ รัชณี ชอบศิลป์ และจุฑามาศ ทวีโพบลย์วงษ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติและการยอมรับในการทำงานร่วมกับหุ่นยนต์ของพนักงานในบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วน ยานยนต์แห่งหนึ่งในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ประโยชน์ ในการใช้งานหุ่นยนต์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติในการใช้หุ่นยนต์ของพนักงาน โดยหากพนักงาน รับรู้ได้ถึงประโยชน์ในการใช้งานว่าสามารถตอบสนองการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามต้องการได้ก็จะ ส่งผลให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานร่วมกับหุ่นยนต์ตามไปด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัย ของ Kulondwa Safari et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและความตั้งใจที่มีต่อธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ภายใต้การพัฒนาภาคการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ทศนคติของผู้ใช้บริการจะถูกกำหนดโดยการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งผู้ให้บริการที่มีการรับรู้ประโยชน์ของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในระดับที่สูงขึ้นจะมีทัศนคติที่ดีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้นด้วย

4. ตามสมมติฐานที่ 4 (H4) การรับรู้ประโยชน์ (PU) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ (IU) ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.001 เนื่องจากผู้ให้บริการสามารถรับรู้ได้ว่าเป็นระบบที่มีประโยชน์สามารถช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการได้จนทำให้เกิดความตั้งใจใช้บริการจากการค้นหาข้อมูลเพื่อวางแผนที่จะใช้บริการในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงพร รัตสินทร (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากธนาคารและผู้ประกอบการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับผ่านสื่อต่าง ๆ หลายช่องทาง ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Greta Widar et al. (2023) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ประโยชน์และความไว้วางใจในฐานะปัจจัยคั่นกลางระหว่างการรับรู้ความง่ายของการใช้งานสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ได้กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลสำคัญต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม การรับรู้ประโยชน์มากขึ้นส่งผลให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมมากขึ้นด้วย ดังนั้นระบบจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน Mobile Banking ได้อย่างหลากหลายด้วย

5. ตามสมมติฐานที่ 5 (H5) ทศนคติ (AU) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ (IU) ผลการวิจัยพบว่า ทศนคติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.001 เนื่องจากผู้ให้บริการมีความรู้สึกประทับใจ เต็มใจที่จะใช้บริการ และมีความเข้าใจว่าเป็นระบบที่สามารถช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการได้ โดยผู้ให้บริการมองว่าระบบ สามารถตอบสนองความต้องการได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทินี บุญยปรารภชัย และประพล เปรมทองสุข (2566) ได้ศึกษาเรื่อง โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์และเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้กล่าวว่า ทศนคติในการซื้อสินค้าออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ อาจเป็นเพราะผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ดีจะมีแนวโน้มทำให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ขึ้น และหากมีประสบการณ์ที่ดีจากการซื้อสินค้าออนไลน์ซึ่งพัฒนาไปเป็นทัศนคติที่ดีก็จะทำให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าตามมา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Barbara Francioni et al. (2022) ได้ศึกษาเรื่อง การคาดการณ์ความตั้งใจต่อเนื่องของบริการส่งอาหารออนไลน์ กล่าวว่า ทศนคติมีผลโดยตรงต่อความตั้งใจอย่างต่อเนื่องของผู้ใช้บริการมีความตั้งใจใช้บริการส่งอาหารออนไลน์จากทัศนคติเป็นอย่างมาก เนื่องจากการมีทัศนคติอย่างไรเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญสำหรับความตั้งใจที่จะใช้บริการนั้นต่อไป

6. ตามสมมติฐานที่ 6 (H6) ทศนคติ (AU) เป็นปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ความง่ายของการใช้งาน (PE) สู่ความตั้งใจใช้บริการ (IU) ผลการวิจัยพบว่า ทศนคติเป็นปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ความง่ายสู่ความตั้งใจใช้บริการ โดยมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ชอปล่าง (Boot LLCI) เท่ากับ 0.494 ถึงขอบเขตบน (Boot ULCI) เท่ากับ 0.559 เนื่องจากเมื่อผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ความง่ายของการใช้งานจากความเข้าใจเมื่อใช้งาน สามารถเรียนรู้และเข้าถึงการใช้บริการได้ง่าย ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานว่าเป็นระบบที่เข้าใจง่าย รู้สึกประทับใจและเต็มใจที่จะชำระภาษี ส่งผลให้เกิดความตั้งใจใช้บริการทั้งในปีภาษีปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Davis (1989) เกี่ยวกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี โดยอธิบายว่าการรับรู้ความง่ายจะส่งผลต่อทัศนคติจนเกิดเป็นความตั้งใจและใช้งานจริงในที่สุด

7. ตามสมมติฐานที่ 7 (H7) ทศนคติ (AU) เป็นปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ประโยชน์ (PU) สู่ความตั้งใจใช้บริการ (IU) ผลการวิจัยพบว่า ทศนคติเป็นปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ความง่ายสู่ความตั้งใจใช้บริการ โดยมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ชอปล่าง (Boot LLCI) เท่ากับ 0.551 ถึงขอบเขตบน (Boot ULCI) เท่ากับ 0.546 เนื่องจากเมื่อผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานว่ามีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานว่าเป็นระบบที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ส่งผลให้เกิดความตั้งใจใช้บริการ โดยผู้ใช้บริการมีความตั้งใจที่จะใช้บริการชำระภาษีทุกประเภท ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Davis (1989) เกี่ยวกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี โดยอธิบายว่า ความตั้งใจใช้บริการได้รับอิทธิพลโดยตรงจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ซึ่งได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการรับรู้ถึงประโยชน์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) เทศบาลนครขอนแก่นควรมีช่องทางประชาสัมพันธ์หรือแนะนำให้ทราบถึงวิธีการและขั้นตอนการให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงความง่าย รวมถึงการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการชำระภาษีล่วงหน้า และมีการเชื่อมโยงระบบให้บริการชำระภาษีทุกประเภท เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมความตั้งใจใช้บริการด้วย

2) ผู้พัฒนาระบบควรเพิ่มฟังก์ชันการส่งใบเสร็จอิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้ใช้บริการได้ทันทีเมื่อมีการชำระภาษี เพื่อให้เกิดการรับรู้ประโยชน์อย่างแท้จริง รวมถึงการพัฒนาระบบให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ โดยการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ระบบเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดการบอกต่อมากยิ่งขึ้น เช่น การแนะนำเพื่อน การแชร์ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยความพึงพอใจ ปัจจัยความไว้วางใจ ปัจจัยความภักดีต่อการใช้บริการ และพฤติกรรมในการใช้บริการระบบชำระภาษี หรือปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย เพื่อให้เข้าใจกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

2) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาครเท่านั้น ดังนั้น เพื่อการวิจัยที่ดีขึ้น ควรขยายขอบเขตด้านประชากรให้มีความครอบคลุมด้วยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างภายในระดับอำเภอหรือระดับจังหวัด หรือการเก็บข้อมูลจากผู้อยู่ในข่ายเสียภาษีทั้งที่เป็นบุคคลและนิติบุคคล เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความหลากหลายได้มากขึ้น

3) ในการศึกษาครั้งวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กัน เพื่อให้มองเห็นภาพรวมได้ในทุกมิติ เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ และสามารถตอบคำถามการวิจัยได้อย่างน่าเชื่อถือ

เอกสารอ้างอิง

- ดวงพร รัตสินทร. (2562). การรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. เทศบาลนครอ้อมน้อย. (2564). แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566-2570) เทศบาลนครอ้อมน้อย. กองยุทธศาสตร์ และงบประมาณ เทศบาลนครอ้อมน้อย.
- นันท์นิจ บัญญัติพรอารักษ์ และประพล เปรมทองสุข. (2566). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์และเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(1), 85-100.
- ประกาศ เรื่อง นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (1 เมษายน 2562). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 136 ตอนที่ 47 ก. หน้า 1-71.
- พระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2560. (24 มกราคม 2560). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 134 ตอนที่ 10 ก. หน้า 1-23.
- พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562. (12 มีนาคม 2562). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 136 ตอนที่ 30 ก. หน้า 21-51.

- รัชณี ชอบศิลป์ และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์. (2564). การรับรู้ความง่ายการรับรู้ประโยชน์ทัศนคติ และการยอมรับในการทำงานร่วมกับหุ่นยนต์ของพนักงานในบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ แห่งหนึ่งในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี. *วารสารบริหารศาสตร์มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี*, 10(1), 36–50.
- เสาวลักษณ์ พูลทรัพย์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบ กองทุน ประกันสังคม ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของสำนักงานประกันสังคม. การค้นคว้า อีสรประปัญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธิญบุรี.
- Best, J. W. (1981). *Research in Education* New Jersey. Englewood Cliffs.
- CU-TAXGO. (2566). ระบบจัดการภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2566, จาก <https://taxgo.net>
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.
- Davis, F. D. (1986). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems*. Theory and Results. Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 13(3), 319–340.
- Francioni, B., Curina, I., Hegner, S. M., & Cioppi, M. (2022). Predictors of continuance intention of online food delivery services: gender as moderator. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(12), 1437–1457.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2018). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Los Angeles: Sage.
- Park, D. Y., & Kim, H. (2023). Determinants of intentions to use digital mental healthcare content among university students, faculty, and staff: motivation, perceived usefulness, perceived ease of use, and parasocial interaction with AI Chatbot. *Sustainability*, 15(1), 872.
- Safari, K., Bisimwa, A., & Buzera Armel, M. (2020). Attitudes and intentions toward internet banking in an under developed financial sector. *PSU Research Review*, 6(1), 39–58.
- Widiar, G., Yuniarinto, A., & Yulianti, I. (2023). Perceived Ease of Use's Effects on Behavioral Intention Mediated by Perceived Usefulness and Trust. *Interdisciplinary Social Studies*, 2(4), 1829–1844.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper