

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษี ตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560

พรพรรณ พิบุลย์พล อัยย์ ภูอินทร์ และสิทธ์ ธีสรณ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลธรรมดา เชื้อชาติไทย อายุ 23 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน จากสถานออกกำลังกายฟิตเนสเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ คือสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นงานวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางช่วยในการวางแผนและเตรียมความพร้อมการกระตุ้นเศรษฐกิจในปีต่อไป

คำสำคัญ: ความตั้งใจซื้อ / บริการกีฬา / ลดหย่อนภาษี / มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560

Corresponding Author: พรพรรณ พิบุลย์พล นิสิตมหาบัณฑิต ภาควิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน., E-mail: hotgirls@hotmail.com

FACTORS AFFECTING INTENTION TO PURCHASE SPORT SERVICE FOR TAX REDUCTION ACCORDING TO THE YEAR 2017 ECONOMY STIMULATION MEASURE

Phatsamon Phiboonphon, Issadee Kutintara and Sid Terason
Kasetsart University. Kampeangsean Campus

Abstract

The purpose of this research was to study the factors affecting intention to purchase sports services for tax deduction according to the year 2017 economic stimulus measure. A questionnaire method was used to collect data from the individual tax Thai age 23 years of 400 people from the private fitness centers in Bangkok and vicinity. This study identified the significant factor that affect consumers' purchase intentions toward using content analysis of statistics such as the median, percentage and multiple regression analysis.

The result was found that the society and culture positively affected on the intended purchase of sports services for tax stimulus measures. Therefore, the benefit of this study can be used as a reference for sports services to plan marketing strategies.

Keywords: Purchase intention / Sports services / Tax deduction / Economic stimulus measure 2560

Corresponding Author: Miss.Phatsamon Phiboonphon. Department of Sport Management, Faculty of Sports Science, Kasetsart University. Kampeangsean Campus., E-mail: hotgirls15@hotmail.com

บทนำ

กีฬาเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาคุณภาพประชาชนในด้านร่างกาย ด้านอารมณ์ ด้านจิตใจ ด้านสติปัญญา และด้านสังคม นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมือง สังคม เศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปัจจุบัน การออกกำลังกายได้รับความนิยมในทุกเพศทุกวัย โดยไม่มีการแบ่งเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว อายุและชนชั้น ซึ่งสอดคล้องกับ (Ruabgsak, S., 2006) กล่าวถึง พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช ทรงเล็งเห็นว่า กีฬาเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาบุคคลและประเทศชาติ ซึ่งกีฬาสามารถจะนำไปเป็นกลไกสำคัญเพื่อสร้างสรรค์สังคมที่ดีและสังคมที่น่าอยู่ให้กับประชาชน เป็นเครื่องมือในการรวมจิตใจของประชาชนให้เป็นหนึ่งเดียวกัน การแก้ปัญหาของชาติในด้านสังคม เช่น การลด ละ เลิก ยาเสพติด และอบายมุข การแก้ปัญหาเรื่องความคิดเห็นที่แตกต่างกัน และพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

อุตสาหกรรมกีฬาคือเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยมีบทบาทในเรื่องการผลิต การสร้างและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการกีฬา นักกีฬา และภาคธุรกิจต่างๆ เช่น สโมสร สถานบริการ ออกกำลังกาย สถานศึกษา ผู้ผลิต จำหน่าย ลิขสิทธิ์ นำเข้าและส่งออกสินค้า สิ่งเหล่านี้เป็นผลประโยชน์ในภาพรวม คือเม็ดเงินที่จะเข้าสู่ระบบการคลังของประเทศ นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “การกีฬาเป็นส่วนสำคัญของวิถีชีวิตประชาชนทุกภาคส่วน และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าทางสังคม และเศรษฐกิจของประเทศ” โดยยุทธศาสตร์ข้อที่ 3 ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมกีฬา เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยผลักดันให้ภาครัฐและเอกชนมีส่วนร่วมในการสร้าง ส่งเสริม และสนับสนุนอุตสาหกรรมและธุรกิจทางการกีฬา จึงเป็นกรอบแนวทางการพัฒนากีฬา และอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

การบริหารงานของรัฐบาล พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในช่วงปี 2558 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย มีการขยายตัวของเศรษฐกิจอยู่ในระดับต่ำ การส่งออกติดลบติดต่อกันหลายไตรมาส สวนทางกับหนี้ครัวเรือนที่ไต่ระดับสูงขึ้นประกอบกับสถานการณ์ภัยแล้งกระทบต่อเกษตรกร ขณะที่ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ ส่งผลการใช้จ่ายใช้สอยของประชาชนหยุดชะงัก รัฐบาลจึงระดมออกมาตรการและโครงการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งรองอธิบดีกรมสรรพากร นายสมชาย แสงรัตน์มณีเดช ได้ออกมาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ (ขอช่วยเหลือชาติ) ให้ประชาชนมีการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการในประเทศเพิ่มขึ้นในช่วงปลายปี 2560 ระหว่างวันที่ 11 พฤศจิกายน - 3 ธันวาคม โดยกำหนดหลักเกณฑ์ในการใช้สิทธิผู้เสียภาษีต้องนำมาใช้เป็นหลักฐานลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ใบกำกับภาษีแบบเต็มรูปที่เกิดขึ้นจากการซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 7 ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 15,000 บาท โดยที่ผู้เสียภาษีต้องเรียกขอจากผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ดังนั้นการที่ภาครัฐได้ออกมาตรการขอช่วยเหลือชาติเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชนภายในประเทศ ซึ่งเป็นโอกาสให้กับผู้ประกอบการค้าปลีกที่จดทะเบียนอยู่ในระบบและสามารถออกใบกำกับภาษี เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ธุรกิจบริการต่างๆ ส่งผลเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจและผู้ประกอบการ เมื่อทาง (National Institute of Development

Administration, 2016) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเรื่องภาวะเศรษฐกิจไทยและมาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจไทยในช่วงปลายปี 2559 พบว่า ร้อยละ 43.67 ประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วยกับมาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจไทยในช่วงปลายปี 2559 ร้อยละ 21.04 เป็นการส่งเสริมให้ประชาชนเห็นความสำคัญของใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบ ร้อยละ 18.01 เป็นมาตรการที่ใช้แก้ไขปัญหาค่าเงินบาทไม่มีความมั่นคง ร้อยละ 10.52 เป็นมาตรการที่ไม่เหมาะสม เพราะผู้ที่ได้ประโยชน์ที่แท้จริง คือ ผู้ค้ารายใหญ่ ส่วนผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่อยู่ในระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม เช่น สินค้าชุมชนจะไม่ได้ประโยชน์ ร้อยละ 8.05 เป็นมาตรการที่ไม่เหมาะสม เพราะคนที่ไม่เข้าข่ายต้องเสียภาษีเงินได้ก็จะไม่ได้รับประโยชน์ เช่น เกษตรกร ผู้มีรายได้น้อย ร้อยละ 5.50 เป็นมาตรการที่ไม่เหมาะสม เพราะจะไม่สามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจได้เท่าที่ควร ร้อยละ 3.11 เป็นมาตรการที่ไม่เหมาะสม เพราะไม่ต่างอะไรจากนโยบายประชานิยมของรัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้ง ร้อยละ 2.71 ระบุอื่นๆ ได้แก่ ควรเริ่มในช่วงต้นเดือนธันวาคม หรือขยายระยะเวลาออกไปอีกเพราะในเดือนธันวาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดมาก ควรเพิ่มสินค้าและการบริการที่เข้าร่วมโครงการให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ดังนั้นพิจารณาจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจใน พ.ศ. 2560 จะพบว่าภาครัฐสามารถดึงดูดกลุ่มธุรกิจบริการที่อยู่นอกระบบหรือไม่ได้จดทะเบียนเข้ามาจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนและวางแผนเตรียมความพร้อมการกระตุ้นเศรษฐกิจในปีต่อไป

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นกีฬาเป็นกลไกที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ โดยการใช้กีฬาและอุตสาหกรรมกีฬาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำประโยชน์จากกีฬามาต่อยอดเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษี มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจใน พ.ศ. 2560 ในด้านปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยภายใน และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับรัฐบาลในการวางแผนและเตรียมความพร้อมการกระตุ้นเศรษฐกิจในปีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายฟิตเนสเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยใช้เกณฑ์คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศชายและเพศหญิงเป็นผู้ที่เสียภาษีบุคคลธรรมดา เชื้อชาติไทย อายุ 23 ปีขึ้นไป และใช้บริการสถานออกกำลังกายฟิตเนสเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล คือ ฟิตเนสเฟิร์สท์ 10 สาขา และสปอตซิติ จำนวน 400 คน

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้สูตรคำนวณ กลุ่มตัวอย่างของ (Cochran, 1977) กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร และกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ เท่ากับ 400 คน

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ วิทยานิพนธ์และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2559 และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ ปัจจัยภายในและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผู้บริโภค อุตสาหกรรมกีฬาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการกีฬา
2. รวบรวมข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาคณะกรรมการพิจารณาตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบหาความเที่ยงตรงตามโครงสร้างและเนื้อหา (Content Validity) เพื่อปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง
5. การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ดำเนินการโดยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try out) คือ ผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายฟิตเนส คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จำนวน 30 คน เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ .913 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าแสดงความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ

Reliability	Cronbach's Alpha Coefficient	N of Items
ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	.491	5
ปัจจัยด้านการรับรู้	.661	5
ปัจจัยด้านการเรียนรู้	.521	5
ปัจจัยด้านความเชื่อ	.903	5
ปัจจัยด้านทัศนคติ	.756	3
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	.461	3
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	.837	3
ปัจจัยด้านการเมือง	.879	3
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	.538	3

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended questions) และปลายเปิด (Open-ended questions) รวมทั้ง 38 ข้อ โดยผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาเป็นแนวทางในการทำแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 ได้แก่ ด้านการตั้งใจ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านความเชื่อ และด้านทัศนคติ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านการเมือง ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560

ตอนที่ 5 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นการลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเรียบร้อยของการกรอกข้อมูลแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา 400 ชุด
2. นำข้อมูลที่ได้มาลงรหัสตามที่ผู้วิจัยกำหนด การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)
3. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายใน ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยภายใน และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรภาคกับตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรภาคเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างทีละตัว ดังนั้น สถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เสียภาษีบุคคลธรรมดาที่ใช้บริการสถานออกกำลังกายฟิตเนสเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.5 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.5 อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาช่วงอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 35 ซึ่งประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจกับประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.3 มีรายได้ต่อเดือน 26,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาระดับ 50,001-75,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 34

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในช่วงปลายปี 2560 ดังนี้

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.43)

ปัจจัยด้านการรับรู้มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในช่วงปลายปี 2560 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.48)

ปัจจัยด้านการเรียนรู้มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในช่วงปลายปี 2560 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.44)

ปัจจัยด้านความเชื่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในช่วงปลายปี 2560 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.45)

ปัจจัยด้านความทัศนคติมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในช่วงปลายปี 2560 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.50)

ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ดังนี้

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.48)

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.47)

ปัจจัยด้านการเมืองมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในช่วงปลายปี 2560 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.52)

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.60)

ตารางที่ 2 แสดงสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	3.285	.240		13.66	
ด้านแรงจูงใจ	.059	.098	.035	1.691	.092
ด้านการรับรู้	-.024	.111	-.016	.857	.392
ด้านการเรียนรู้	.161	.137	.097	1.589	.113
ด้านความเชื่อ	.033	.109	.021	1.074	.284
ด้านทัศนคติ	-.151	.094	-.104	-.542	.588
ด้านเศรษฐกิจ	.093	.094	.061	1.825	.069
ด้านเทคโนโลยี	-.048	.097	-.030	.111	.911
ด้านการเมือง	.072	.089	.051	1.326	.186
ด้านสังคมและวัฒนธรรม	.186	.060	.155	3.123	.002*
R	.155				
R Square	.024				
Adjusted R Square	.021				
F-ratio	9.752	(.002)			

ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560

*P-value $\leq .05$

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 พบว่า ด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม มีการทำนายความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งตัวแปรปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมสามารถอธิบายการผันแปรความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีได้ร้อยละ 2.1 (R Square = 0.021) สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้

ความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษี = $3.285 + 0.186$ (ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม)

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังต่อไปนี้

ความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษี = 0.155 (ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม)

จากสมการข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ถ้าปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้ความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีเพิ่มขึ้น 0.186 หน่วย

อภิปรายผล

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เสียภาษีบุคคลธรรมดา เชื้อชาติไทย อายุ 23 ปีขึ้นไป และใช้บริการสถานออกกำลังกายฟิตเนสเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าผู้เสียภาษีส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 26,000-50,000 บาท และสถานภาพโสด

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 หมายถึงว่า วิถีชีวิตสังคมในปัจจุบันของคนไทยมีความคิดและการปฏิบัติจะเป็นการแสดงถึงสนิยมความชื่นชอบโดยใช้การออกกำลังกายการเล่นกีฬา และการซื้อบริการกีฬาเป็นสื่อกลางในการเข้าถึงสังคม (Sangdaow T., 2012) (Limkruarat J., 2019) สรุปว่า ปัจจัยทางด้านสังคมที่ส่งผลต่อการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและปริมาณการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรม อธิบายความผันแปร (R²) ต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 เป็นร้อยละ 2.1 อันมาจากการอธิบาย (R² change) เพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.24

ส่วนปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และปัจจัยด้านการเมือง ไม่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 เพราะกลุ่มตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลส่วนใหญ่เป็นอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีช่วงอายุ 31-40 ปี อยู่ในกลุ่ม Generation x เป็นกลุ่มที่ชอบความสนุกสนาน ไม่กระตือรือร้น รักอิสระ รักความเท่าเทียม ใช้เงินทางด้านความบันเทิงเพื่อความสะดวกสบายของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง เสื้อผ้า รองเท้า จึงเป็นสาเหตุให้กลุ่ม Generation x ไม่ปรับตัวให้เข้ากับโลกโซเชียลยุคสมัยใหม่ในการใช้แอปพลิเคชันการคำนวณภาษี และระบบการยื่นภาษีทางอินเทอร์เน็ตด้วยตัวเอง และปัจจุบันการเมืองไทยอยู่ในการควบคุมดูแลโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ซึ่งการบริหารงานของรัฐบาลด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย มีการขยายตัวของเศรษฐกิจอยู่ในระดับต่ำประกอบกับสถานการณ์ภัยแล้งกระทบต่อเกษตรกร ขณะที่ราคาตลาดสินค้าเกษตรตกต่ำ สาเหตุนี้จึงส่งผลการใช้จ่ายของผู้บริโภคหยุดชะงัก (Hanmano P., 2015)

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในไม่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560

ชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจภายในของตนเองในการออกกำลังกายและเล่นกีฬาไม่ได้เป็นทางเลือกในการซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีเพราะการลดหย่อนภาษีแบบการลงทุนในเบี้ยประกันชีวิตเพื่อผลประโยชน์ในการหักลดหย่อนภาษีมีความนิยมมากกว่า (Jatupornyong, V., 2009) ส่วนการรับรู้ถึงข้อมูลมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐบาลผ่านช่องทางการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาด หรือ ประสบการณ์ในอดีตกับการหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งต่างๆ ทั้งเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ ข่าวทีวี รวมทั้งความคิด ความเชื่อ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Phasunon P., 2015) พบว่า การรับรู้ข้อมูลจากสื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สรุปผล

ดังนั้นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬา เพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2560 ซึ่งมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม ต่อพฤติกรรมการซื้อ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัวบทบาท จึงเป็นแนวทางการวางแผนกลยุทธ์และเตรียมความพร้อม การกระตุ้นเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทางกีฬาในปีต่อไป ภาครัฐควรให้ความสำคัญสนับสนุนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะนำไปสู่การจ้างงานและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับเป็นแนวทางสำหรับกลุ่มธุรกิจประกอบการสถานที่ออกกำลังกายฟิตเนส สามารถ นำนโยบายรัฐบาลที่ออกมาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ที่เรียกว่า ขอบช่วยชาติ มาเป็นแนวทางสำหรับการวางแผนและเตรียมความพร้อมดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ออกกำลังกายฟิตเนสต้องมีทางเลือกในการซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษี หลากหลาย เช่น บริการทั้งเวทเทรนนิ่ง โยคะ แอโรบิก สนามกีฬา เพื่อตอบโจทย์ทางเลือกให้กับสมาชิก ทุกกลุ่มทุกวัย

ด้านราคา ควรปรับราคาให้เหมาะกับกิจกรรมการออกกำลังกาย ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดให้ผู้ใช้บริการ สถานที่ออกกำลังกายเลือกซื้อบริการกีฬาได้ง่ายขึ้น เช่น ซื้อเทรนเนอร์มวย 10 ครั้ง ในราคา 3,000 บาท เป็นการซื้อบริการที่มีราคาต่ำกว่าการซื้อบริการกีฬาสถานที่ออกกำลังกายฟิตเนส

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ออกกำลังกายฟิตเนสควรมีช่องทางจ่ายค่าบริการและออกบิล เพิ่มมากขึ้น จากอดีตที่ผ่านมาการชำระค่าบริการและออกบิลทำได้ที่สถานที่ออกกำลังกายฟิตเนสเท่านั้น ควรปรับให้สามารถจ่ายค่าบริการและออกบิลได้ที่เซเว่น-อีเลฟเว่น เพื่อสะดวกในการเข้าถึงของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด สถานที่ออกกำลังกายฟิตเนสควรมีโปรโมชั่นเพิ่มเติม เช่น เมื่อซื้อบริการกีฬาสามารถหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและได้คู่มือป้องกันการเล่นฟรี 1 เดือน จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเพิ่มมากขึ้น และสถานที่ออกกำลังกายฟิตเนสได้สมาชิกเพิ่มขึ้นในอนาคต

ส่วนแนวทางสำหรับภาครัฐควรจัดมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และทำการสำรวจ การเติบโตของกลุ่มอุตสาหกรรมกีฬาเพื่อเป็นการวางแผนระยะยาวให้กับกลุ่มธุรกิจ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายฟิตเนสเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ถึงแนวทางกีฬาความต้องการในด้านอื่น เช่น อุปกรณ์ออกกำลังกาย ค่าสมัครเรียนกีฬา เพื่อให้สามารถมีทางเลือกที่หลากหลายให้กับผู้เสียภาษี นอกจากนี้ควรทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจใน พ.ศ. 2560 ในจังหวัดอื่นๆ ให้ครอบคลุมทุกภาค เพื่อเป็นแนวทางสำหรับรัฐบาลในการวางแผนและเตรียมความพร้อมการกระตุ้นเศรษฐกิจ

ควรศึกษาปัจจัยด้านระยะเวลาของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่มีต่อความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในปีต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยทางการตลาด 8P ที่มีความตั้งใจซื้อบริการกีฬาเพื่อลดหย่อนภาษีตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในปีต่อไป กลยุทธ์ทางการตลาด 8P ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านการใช้พนักงานขาย กลยุทธ์ด้านการให้ข่าวสารและกลยุทธ์การใช้พลังในธุรกิจ

Reference

- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley and Son Inc.
- Hanmano P. (2015). *The purchasing behavior on products of customers generation b, generation x and generation y in modern retailers of nakhonratchasima province*. Master dissertation, Vongchavalitkul University, Nakhonratchasima.
- Jatupornyingyong V. (2009). *A study of siam commercial bank employees' attitude toward investment for personal income tax allowances*. Master dissertation, Kasetsart University. Bangkok.
- Limkrayarot J. (2015). *Determinants influencing personal income tax paying*. Master dissertation, Chulalongkorn University, Bangkok.
- National Institute of Development Administration. (2016). *Thai economic conditions and stimulus measures Thai economy in late 2016*. Retrieved April 5,2017, from <http://nidapoll.nida.ac.th/index.php?op=polls-detail&id=497>.
- Phasunon P. (2015). *The behavior and decision to use the fitness a case study of fitness first from mega bangna branch*. Master dissertation, Silpakorn University, Nakhon Pathom.
- Ruangsak S. (2006). *Athlete King*. Bangkok: Sports Authority of Thailand.

- Sangdaow T. (2012). *Motivation the members to exercise at clark hatch fitness in nomthabur province area in 2010*. Master dissertation, Srinakharinwirot University, Bangkok.
- YotongYot M. & Sawasdip P., (n.d.). *Determination of sample size for research*. Retrieved April 5, 2017, from www.fsh.mi.th/km/wpcontent/uploads/2014/04/resch.pdf.

Received : 3 September, 2018

Revised : 27 October, 2018

Accepted : 16 December, 2018