สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี

Determinants of Selection TaxMap and Asset Program of Local Administration Department in Saraburi Province

T 0 6 4 2 1 3

โดย

นางสาวรัตนา ตั้งสิทธิศิลป์

รหัสประจำตัว 47067809

วพ.
ร375ง
2548

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 64213
วัน,เดือน,ปี 7 มิ.ย. 2549

b 11b4283x
i.....

เสนอ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี

นักศึกษา : นางสาวรัตนา ตั้งสิทธิศิลป์

ระดับการศึกษา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา : บริหารธุรกิจ

ประธานกรรมการ : ดร.อุรสา บัวตะมะ

ปัจจุบันธุรกิจของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินเป็นธุรกิจที่ได้รับความสนใจจากนักลงทุนในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี ซึ่งใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากรเป็นผู้บริหารระดับนายกหรือปลัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรีทั้งสิ้นจำนวน 124 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติพรรณนา และการวิเคราะห์จำแนกประเภท

ผลการศึกษาพบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 31-40 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งเป็นปลัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีงบประมาณสำหรับซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินอยู่ระหว่าง 100,000-500,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีงบประมาณ 300,000 บาท ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินไปใช้ในระดับสูง ปัจจัยทางการตลาดที่ประชากรให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขาย นายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมากที่สุด ส่วนใหญ่ทำการเลือกวิธีการซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน โดยวิธีการสอบราคา มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังไม่ได้จัดซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน แต่มีโครงการจะจัดซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินภายใน 3 ปีนี้ พร้อมทั้งต้องการทราบข้อมูลและชมการสาธิตโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ส่วนคู่แข่งทางการค้าและองค์กรที่เกี่ยวข้องที่พบในธุรกิจของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินในเขตจังหวัดสระบุรีมีจำนวน 5 ราย จากการวิเคราะห์จำแนกประเภทพบว่า ตัวแปรงบประมาณ ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาดเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในการจำแนกประเภทได้ดีกว่าตัวแปรอื่น ๆ

สำหรับข้อเสนอแนะควรจัดอบรมและให้ความรู้กับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง องค์กรธุรกิจควรศึกษาหาข้อมูลเรื่องงบประมาณ รายได้จากการเก็บภาษี ขั้นตอนการทำงานของระบบงานแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อพัฒนาโปรแกรมที่มีขั้นตอนการทำงานถูกต้องครบถ้วนและมีลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย กำหนดราคาให้เหมาะสมกับงบประมาณที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดไว้ ควรมีพนักงานขายที่มีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างดีและมีจำนวนเพียงพอ ควรหาตัวแทนจำหน่ายที่มีคุณภาพกระจายอยู่ในแต่ละพื้นที่ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกและยังเป็นช่องทางในการเพิ่มลูกค้า ส่งเสริมการให้ข้อมูลและสาธิตการใช้งานโปรแกรมให้กับลูกค้าก่อนซื้อ อีกทั้งการดูแลหลังการขายเมื่อจำหน่ายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินไปแล้ว ควรศึกษาข้อมูลของคู่แข่งทางการค้าและองค์กรที่เกี่ยวข้องแต่แต่ละราย เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อนและกำหนดแผนทางการตลาดของบริษัทต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ABTRACT

Title	: Determinants of Selection TaxMap and Asset Program of Local Administration Department in Saraburi Province
Student	: Miss Rattana Tungsittisin
Level of student	: Master of Business Administration
Major	: Business Administration
Advisor	: Dr.Urasa Buatama

At present, Business of TaxMap and Asset Program is more interesting for investor in software industry. Because, Government's policy encourage to usage Geographic Information System, increase revenue of Local Administration Department in Thailand. The purpose of this study is to determinants of selection TaxMap and Asset Program of Local Administration Department in Saraburi Province. Questionnaires were used to collect data from 124 load mayors and deputies. Descriptive statistics and Discriminant analysis method were used to analyze collected data.

The findings show that most people were male, aged between 31-40 years, the education attainment of the most people were Bachelor degree, position were deputies and budget's Local Administration Department between 100,000-500,000 baht, the most were 300,000 baht. Concerning knowledge about usage TaxMap and Asset Program were high level. With regard to marketing factors which influence decision making on TaxMap and Asset Program selection, they report promotion is the most common initial factor. Deputies of Local Administration Department have influence decision making. Purchase method is Investigate price, plan within 3 years, receive information and demonstration. Competitor in Saraburi Province amount 5 companies Budget and marketing factors that product, price, place and promotion are likely to be more important for Discriminant analysis than other factors.

In recommendation, should set the training course for staffs that use Taxmap and Asset Programs. Business organization should learn about budget and income from

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Tax of each Local Administration Department Committee for dispose marketing plan and should learn about procedure of Taxmap and Asset Programs thoroughly for develop these programs to have procedure completely and copyright in law correctly. Dispose suitable cost with budget of Local Administration Department Committee. Should be enough sales persons who have good knowledge about these programs. Should find agents with good quality for sale these programs spread in each area. To facilitate and be channel to increase customers. Support information and demonstrate Taxmap and Asset Programs before purchasing. Also responsibility after sale when sold Programs already. Should learn about information of each competitors and related organizations to find the strength and weakness for dispose marketing plan in the future.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.อุรสา บัวตะมะ ประธานกรรมการศึกษาการศึกษาอิสระ และรองศาสตราจารย์ ดร. อำนวย แสงโนรี กรรมการการศึกษาอิสระที่กรุณาให้คำปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำแนวทางในการศึกษา และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอด ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างยิ่งในความกรุณาดังกล่าว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเป็นอย่างมาก

นอกจากนี้ผู้ศึกษาต้องขอขอบพระคุณคณาจารย์ในโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ทางวิชาการซึ่งเป็นสิ่งที่มีค่ายิ่ง รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานมาโดยตลอด และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม

ท้ายสุดขอกราบขอบพระคุณครอบครัวตั้งสิทธิศิลป์ที่ได้มอบกำลังใจอันมีค่าให้กับผู้ศึกษามาโดยตลอด ขอบคุณทุกความห่วงใยจากรุ่นพี่ เพื่อนร่วมงานและเพื่อนนักศึกษาปริญญาโทในโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจมาโดยตลอด

รัตนา ตั้งสิทธิศิลป์

14 มีนาคม 2549

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบาญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		(1)
สารบาญ		(2)
สารบาญตาราง		(4)
สารบาญภาพ		(6)
บทที่ 1	บทนำ	1
	ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
	ขอบเขตการศึกษา	4
	นิยามศัพท์	4
	การตรวจเอกสาร	4
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎีและระเบียบวิธีการศึกษา	7
	แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ	7
	แนวความคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	9
	ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	13
	วิธีการศึกษา	16
บทที่ 3	สภาพธุรกิจของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน	22
	ความเป็นมาของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน	22
	ลักษณะของธุรกิจโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน	24
บทที่ 4	ผลการศึกษา	32
	ลักษณะทั่วไปของประชากร	32
	ความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	34
	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		หน้า
	การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	41
บทที่ 5	สรุปและข้อเสนอแนะ	45
	สรุป	45
	ข้อเสนอแนะ	47
	บรรณานุกรม	50
	ภาคผนวก	53
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	54
	ประวัติผู้เขียน	60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบาญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้นำระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ของท้องถิ่น	2
2	จำนวนหน่วยงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี	2
3	ราคาจำหน่ายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรต่าง ๆ	28
4	ลักษณะทั่วไปของประชากร	33
5	ข้อมูลงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	33
6	ค่าร้อยละของประชากรจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	34
7	ค่าร้อยละจากการตอบคำถามเพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	35
8	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	37
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านประชากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	38
10	ร้อยละของวิธีการซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	38
11	จำนวนและร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินแล้ว	39
12	จำนวนและร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีโครงการซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน	39
13	จำนวนและร้อยละขององค์กรหรือบริษัทเข้าไปนำเสนอโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสระบุรี	40

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่		หน้า
14	จำนวนและร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องการทราบข้อมูลและชมการสาธิตโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน	41
15	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำแนกตามตัวแปรอิสระ	41
16	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการมาตรฐาน (Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients)	42
17	ค่าวิลค์สแลมป์ดา และค่า F–test	43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบาญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้บริโภค	8
2	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผู้บริโภค	12
3	แนวคิดส่วนประสมการตลาด	13
4	กรอบแนวคิดการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	19
5	ข้อมูลผู้มีกรรมสิทธิ์ ตำแหน่งที่ตั้งและข้อมูลเอกสารสิทธิ์ในรูปแบบกระดาษ	22
6	เปรียบเทียบแผนที่ในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์กับแผนที่ในรูปกระดาษ	23
7	โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินของบริษัท เอนวีเทค จำกัด	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

แนวความคิดในการนำระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เริ่มมีจุดกำเนิดเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2520 กระทรวงมหาดไทยได้สั่งการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศจัดทำทะเบียนทรัพย์สินขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือการจัดเก็บรายได้ การติดตามเร่งรัดภาษี แต่แนวทางการปฏิบัติไม่ได้ระบุวิธีการจัดที่ชัดเจน เนื่องจากมีความแตกต่างกันในด้านพื้นที่ บุคลากร งบประมาณและความสนใจของแต่ละองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ต่อมาแผนที่แม่บทกระทรวงมหาดไทย (ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2525-2539) ได้มีการกำหนดแผนและแนวทางปฏิบัติเพื่อสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการคลัง จึงได้ศึกษาแนวทางจัดทำแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน กรมการปกครอง โดยกองคลังส่วนท้องถิ่นในขณะนั้นได้จัดทำโครงการเสนอกระทรวงมหาดไทยเพื่อขอสนับสนุนงบประมาณและได้รับการสนับสนุนเงินกู้จากธนาคารโลกจำนวน 31 ล้านบาทเศษ เริ่มดำเนินการในระหว่างปี พ.ศ. 2526-2527 เพื่อจัดทำแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินในเทศบาลทั่วประเทศและเมืองพัทยา โดยกำหนดเทศบาลเป้าหมายเพื่อทำการทดลองระบบ จำนวน 10 แห่งครอบคลุมทุกภาคของประเทศ เมื่อผลดำเนินการประสบความสำเร็จกระทรวงมหาดไทยจึงสั่งการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศจัดทำระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 และได้นำไปใช้ประโยชน์เป็นฐานข้อมูลและเครื่องมือในการจัดเก็บรายได้ เริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 และในปี พ.ศ. 2531-2541 กรมการปกครองได้ขยายการจัดทำแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินไปสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ ที่มีฐานะการคลังเพียงพอที่บริหารงานประจำได้และมีสภาพเศรษฐกิจที่เหมาะสม

นโยบายรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 และพระราชบัญญัติกำหนดแผน ขั้นตอน การกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มุ่งเน้นการกระจายอำนาจทางการเงินการคลัง การจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สามารถจัดการบริหารงบประมาณของตนเองได้อย่างอิสระ ยืนอยู่ได้ด้วยตนเอง โดยเฉพาะในภาวะปัจจุบันประเทศไทยประสบภาวะเศรษฐกิจถดถอยอย่างรุนแรง การจัดเก็บภาษีไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลกระทบต่องบประมาณแผ่นดิน รัฐบาลต้องลดรายจ่ายและส่งผลต่อเงินอุดหนุนที่ให้แก่ท้องถิ่น เมื่อภาวการณ์เป็นเช่นนี้ท้องถิ่นจำเป็นต้องปรับปรุงประสิทธิภาพในการบริหารและจัดเก็บภาษีท้องถิ่น โดยต้องเน้นระบบการจัดเก็บภาษีและเพิ่มรายได้เพื่อให้ท้องถิ่นสามารถที่จะดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ได้ โดยไม่ต้องพึ่งพาเงินอุดหนุนหรือเงินอื่นที่รัฐบาลกลางจัดสรรให้หรือพึ่งพาให้น้อยลง อันจะทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอิสระในการบริหารกิจการของตนเองมากขึ้นและลดการควบคุมจากรัฐบาลกลางลง นอกจากนั้นยังเป็นการสอดรับนโยบายการกระจายอำนาจในการเสริมสร้างขีดความสามารถให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านการวางแผนทางด้านการเงินการคลัง โดยเน้นหนักในเรื่องการนำระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการประเมินการจัดเก็บและการเร่งรัดภาษี อันได้แก่ ภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีโรงเรือนและภาษีป้าย เพื่อเป็นการตอบสนองนโยบายภาครัฐเรื่องการกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่นและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความพร้อมทั้งด้านงบประมาณ การบริหารงานและบุคลากร จึงได้นำระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ของท้องถิ่นและมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในปีถัดไป ตามข้อมูลในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้นำระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ของท้องถิ่น

(หน่วย : แห่ง)

ปีงบประมาณ	จำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
2526	10
2530	28
2536	39
2540	622
2542	980

ที่มา : กองราชการส่วนตำบลและส่วนพัฒนารายได้ สำนักบริหารราชการส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง ปี 2546

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปี พ.ศ. 2542 มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 980 แห่ง จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศทั้งสิ้น จำนวน 8,530 แห่ง คิดเป็นร้อยละ11.49 ที่ได้นำเอาระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ของท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ยังไม่ได้ดำเนินการและอยู่ระหว่างการตัดสินใจซื้อระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน คิดเป็นร้อยละ 88.5 จากข้อมูลทางการตลาดและนโยบายภาครัฐที่เกิดขึ้น จึงมีองค์กรเอกชนให้ความสนใจและทำธุรกิจด้านโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งองค์กรเอกชนเหล่านี้มีที่มาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ไม่ว่าเป็นธุรกิจด้านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์โดยตรง ธุรกิจด้านโปรแกรมประยุกต์หรือธุรกิจที่ปรึกษาก็ตาม ต่างแข่งขันกันในการพัฒนาและสร้างตลาดโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์

บริษัท เอนวีเทค จำกัด หนึ่งในองค์กรเอกชนที่สนใจและลงทุนพัฒนาโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์ที่มีตราสินค้าว่า MicroTax ดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาและจำหน่ายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ได้วางแผนธุรกิจเพื่อเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายไปที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสระบุรี เนื่องจากจังหวัดสระบุรีเป็นจังหวัดที่ไม่มีความแตกต่างในด้านพื้นที่ความเจริญที่จะส่งผลต่อรายได้จากการเก็บภาษีของท้องถิ่น เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการลงทุน มีการคมนาคมที่สะดวกใกล้กรุงเทพมหานครทำให้บริหารต้นทุนในงานขายได้ง่าย และจากข้อมูลพื้นฐานทางการตลาดของบริษัทฯ พบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสระบุรีส่วนมากยังอยู่ในขั้นตอนการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน จึงต้องการศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของธุรกิจโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์ คู่แข่งทางการค้าองค์กรที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวางแผนการตลาดขององค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงลักษณะทั่วไปของธุรกิจโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน คู่แข่งทางการค้าและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ วิธีการเลือกซื้อ เป็นต้น

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี โดยใช้กลุ่มประชากรเป็นผู้บริหารของเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดสระบุรี ระยะเวลาในการศึกษาอยู่ในช่วงเดือน พฤศจิกายน 2548 - กุมภาพันธ์ 2549

นิยามศัพท์

แผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน หมายถึง ระบบการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลและการใช้ประโยชน์เกี่ยวกับทรัพย์สิน ได้แก่ ที่ดิน โรงเรือน และป้าย ซึ่งอยู่ในเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หมายถึง หน่วยการปกครองระดับย่อย รวมถึงเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล

การตรวจเอกสาร

ศุภชัย บุญธีรารักษ์ (2540) ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูปและปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการตัดสินใจ การศึกษาใช้วิธีการออกแบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 326 คนจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันการศึกษา 4 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ แล้วนำมาวิเคราะห์และประมวลผลในรูปของสถิติพรรณนา ความถี่ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการซื้อซอฟต์แวร์น้อยกว่าเดือนละครั้ง และซื้อจากศูนย์คอมพิวเตอร์ โดยได้รับแรงกระตุ้นการซื้อจากการที่เห็นผู้อื่นใช้อยู่หรือมีการแนะนำมากที่สุด วิธีการที่สุ่มตัวอย่างใช้ในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อตัดสินใจซื้อนั้น ได้แก่ การสอบถามจากบุคคลที่รู้จักและสำรวจจากร้านค้า ต้องการข้อมูลเกี่ยวข้องกับราคาและคุณสมบัติ ส่วนปัญหาที่พบมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ การขาดความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับซอฟต์แวร์นั้น ๆ

อดิศักดิ์ พันธุ์หอม (2541) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบพฤติกรรมการเลือกซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์ แนวทางในการตัดสินใจและผลกระทบของตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์ วิธีการศึกษาสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน จากแหล่งจำหน่ายโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่เลือกซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการทำงาน การเรียนและเพื่อการบันเทิงเป็นลำดับสุดท้าย การตัดสินใจซื้อรับข้อมูลข่าวสารจากนิตยสารคอมพิวเตอร์และร้านค้าที่รู้จัก การซื้อจากร้านค้าที่ได้รับลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมายทำให้ผู้ซื้อได้รับคำปรึกษาการใช้งานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ดีกว่าร้านค้าที่ไม่มีลิขสิทธิ์ แนวทางการตัดสินใจจะพิจารณาถึงประโยชน์ของโปรแกรม ความเหมาะสมกับงาน อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ใช้งานอยู่ การบริการหลังการขายและการรับประกันสินค้า ปัญหาของการเลือกซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่ คือ ราคาของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์จะมีราคาสูง จากการศึกษาทำให้ทราบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่ยังคงนิยมใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ไม่มีลิขสิทธิ์เนื่องจากราคาถูกกว่า

พรทิพย์ วรพิทยาภรณ์ (2541) ได้ศึกษาเรื่องการใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ของหน่วยงานรัฐบาลในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ คือ ศึกษาลักษณะงาน ปัจจัยในการเลือกซื้อและปัญหาในการใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ของหน่วยงานรัฐบาลในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์หน่วยงานรัฐบาลในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีไมโครคอมพิวเตอร์ใช้งาน จำนวน 57 หน่วยงาน ผลการศึกษาพบว่าหน่วยงานรัฐบาลในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานเป็นหน่วยงานบริหารราชการส่วนกลางมากกว่าหน่วยงานบริหารราชการส่วนภูมิภาค มีเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ ใช้งานมาเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี ข้าราชการส่วนใหญ่ผ่านการอบรมให้มีความรู้ และสามารถใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์โดยเฉลี่ยมีจำนวนหน่วยงานละไม่เกิน 4 คน สำหรับลูกจ้างประจำส่วนใหญ่ไม่มีความรู้และไม่สามารถใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ได้ มีปัญหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านเจ้าหน้าที่ไม่มีความชำนาญ ข้อมูลที่ได้มาไม่สมบูรณ์ หน่วยงานที่จัดทำฐานข้อมูลมีความเห็นว่า ฐานข้อมูลมีประโยชน์ คือ ให้ความสะดวกในการจัดทำรายงานได้ทันที และไม่ต้องเก็บเอกสารมาก

อุทิศา กมโล (2542) ได้ศึกษาเรื่องระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการดำเนินงานองค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีวัตถุประสงค์ คือ การออกแบบและจัดทำฐานข้อมูลในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อดำเนินงานองค์การบริหารส่วนตำบลดงละคร ซึ่งข้อมูลและข่าวสารมีความสำคัญต่อหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ และมีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์วิจัย การนำเสนอข้อมูลของพื้นที่ ทำให้การตัดสินใจซื้อโปรแกรมการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลได้ทำง่ายขึ้น บางองค์การบริหารส่วนตำบลอาจไม่มีข้อมูล หรือบางองค์การบริหารส่วนตำบล อาจมีข้อมูลแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Landuse Map) ที่ไม่เป็นปัจจุบัน ทำให้การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยต้องใช้ทุนสูงและใช้ระยะเวลานาน การวิเคราะห์เชิงพื้นที่ทำได้ยากและไม่ถูกต้องแม่นยำ องค์การบริหารส่วนตำบลหลายแห่งอาจมีแผนที่เชิงเลขแต่ยากต่อ การเรียกใช้งาน เพราะแผนที่ประกอบด้วยแผ่นข้อมูล (Layer) หลายแผ่นที่จัดเก็บในรูปแบบที่ต่างกัน นอกจากนี้แผ่นข้อมูลบางแผ่นจะต้องใช้กับซอฟต์แวร์โดยเฉพาะเท่านั้นการศึกษานี้เป็นการออกแบบและจัดทำฐานข้อมูลในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ เพื่อการดำเนินงานองค์การบริหารส่วนตำบลดงละคร โดยใช้ซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพและราคาถูก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎีและระเบียบวิธีการศึกษา

บทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ คือ แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินในซื้อ แนวความคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด ในส่วนสุดท้ายจะกล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การออกแบบการวิจัย กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษาและวิธีวิเคราะห์ข้อมูล

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ในการดำเนินธุรกิจ "กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ" ได้รับการนำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการบริหารด้านงานขายและการตลาด เมื่อองค์กรมีข้อมูลที่ลูกค้าใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ องค์กรก็สามารถวางแผนธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ธนันท์ อภิวันทนาพร (2545) ได้สรุปความหมายของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคไว้ว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Decision process) หมายถึง รูปแบบของกระบวนการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้บริโภคคนสุดท้ายที่ต้องอาศัยข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ข้อมูลด้านจิตวิทยา ฯลฯ มาประกอบการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการ

Kotler (1999) แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของ Engle-Blackwell – Miniard กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการจากสองทางเลือกขึ้นไป ที่มีขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ จากภาพที่ 1 แสดงถึงกระบวนการซื้อของผู้บริโภคที่ผ่านขั้นตอนในการซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งทั้ง 5 ขั้นตอนเป็นลำดับขั้น แต่ในความเป็นจริงอาจไม่เป็นเช่นนั้นเสมอไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการซื้อที่มีความสลับซับซ้อนของการตัดสินใจน้อย ผู้บริโภคอาจกระโดดข้ามขั้นตอนบางขั้นตอนไป ภายหลังการซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์และจะเก็บไว้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อครั้งต่อไป ด้วยเหตุนี้จึงควรทำความเข้าใจพฤติกรรมการซื้อในแต่ละขั้นจะช่วยค้นหาสิ่งที่มีอิทธิพลในแต่ละขั้นเพื่อสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในแต่ละระดับของกระบวนการซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้บริโภค
ที่มา : (Kotler, 1999: 172)

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need recognition) หรือรับรู้ปัญหา (Problem recognition) เป็นการรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่ต้องการและสภาพปัจจุบัน ซึ่งมากพอที่จะกระตุ้นเร้า ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ หรือ หมายถึง ความที่ผู้บริโภคทราบความแตกต่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่และสิ่งที่ควรจะเป็น หรือการเล็งเห็นปัญหาเป็นขั้นตอนเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกในความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ผู้บริโภคนึกเห็นภาพ สภาวะที่ปรารถนาเมื่อเปรียบเทียบกับสภาวะที่เป็นจริง ณ เวลาหนึ่ง แต่หากสภาพความแตกต่างนั้นมีไม่มากพอก็จะไม่เกิดการเล็งเห็นปัญหา

2. การค้นหาข้อมูล (Search for information) หรือการค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความจำเป็นจึงต้องค้นหาข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ แหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่ง คือ (1) แหล่งข้อมูลภายใน (Internal search) หรือแหล่งข้อมูลโดยอาศัยขอบเขตด้านจิตวิทยา ได้แก่ แหล่งบุคคล เช่น การสอบถามจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จักที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ แหล่งประสบการณ์ เกิดจากการประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคที่เคยได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มาก่อน (2) แหล่งข้อมูลภายนอก (External search) เป็นข้อมูลจากสื่อมวลชน พนักงานขาย การโฆษณา ฯลฯ ได้แก่ แหล่งทางการค้า (Commercial Sources) เช่น การหาข้อมูลจากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ พนักงานขาย ร้านค้า บรรจุภัณฑ์ แหล่งสาธารณชน เช่น การสอบถามจากรายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือบริการจากสื่อมวลชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. การประเมินผลทางเลือก (Alternative evaluation) หมายถึง ขั้นตอนที่มีการประเมินและเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ในขั้นต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการประเมินทางเลือก ขั้นนี้จำเป็นต้องอาศัยเกณฑ์ในการประเมินซึ่งประกอบด้วยมาตรฐานและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคใช้ในการเปรียบเทียบและการประเมินทางเลือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อหลังจากที่ได้ทำการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคก็จะเข้าสู่ในขั้นของการตัดสินใจซื้อ ซึ่งต้องมีการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ตรายี่ห้อ ร้านค้าที่ซื้อ ด้านราคา เช่น ส่วนลดวิธีการในการชำระเงิน ด้านการจัดจำหน่าย เช่น พนักงานขายตรง การติดต่อทางโทรศัพท์ และด้านการส่งเสริมการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์

5. การประเมินผลภายหลังการซื้อ (Postpurchase evaluation) หลังจากซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ถ้าเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ผลลัพธ์ก็คือ ความพึงพอใจ (Satisfaction) แต่ถ้าผลลัพธ์ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ผลก็คือ ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) หลังจากที่ลูกค้าได้ทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการไปแล้ว จะต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจภายหลังการซื้อ ซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่คาดหวัง ถ้าคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับจริง ตรงกับที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น โดยถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำหรือบอกต่อ แต่เมื่อใดก็ตามที่คุณค่าที่ได้รับจริงต่ำกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้าก็จะเกิดความไม่พึงพอใจพฤติกรรมที่ตามมาก็คือลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขันและมีการบอกต่อไปยังผู้บริโภครายอื่น

แนวความคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

อดุลย์ (2543) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีจุดเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด ผู้บริโภคแต่ละรายมีความรู้สึกนึกคิด ที่ได้รับอิทธิพลจากคุณลักษณะต่าง ๆ ของตนเอง และสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งจะส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ เพื่อทำให้เกิดการตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ แสดงในภาพที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหรือสิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจให้เกิดการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการอาจเกิดจากเหตุจูงใจด้านเหตุผล หรือด้านจิตวิทยาก็ได้ สำหรับผู้ประกอบธุรกิจ ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ปัจจัยที่ผู้ประกอบธุรกิจสามารถควบคุมได้ ได้แก่ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย ตัวอย่างเช่น การเสนอขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีรูปแบบสวยงามกะทัดรัด การกำหนดราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเป้าหมาย การหาแหล่งจำหน่ายและให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า การจัดรายการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการต้องการซื้อ

2. ปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกของผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่สามารถทำการควบคุมได้แต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่

2.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมย่อย และชั้นทางสังคมเป็นลักษณะพื้นฐานของพฤติกรรมที่บุคคลในแต่ละสังคมเป็นผู้สร้างขึ้น และเป็นที่ยอมรับจากบุคคลรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งค่านิยมในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันจะส่งผลถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละสังคมที่แตกต่างกัน ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์การตลาดต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับค่านิยมในวัฒนธรรมของสังคมกลุ่มนั้น

2.2 ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ปัจจัยทางด้านสังคม ประกอบด้วย

2.2.1 กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล ตัวอย่างกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมสถาบัน เป็นต้น

2.2.2 ครอบครัว บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคลสมาชิกในครอบครัวประกอบกันขึ้นเป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อพฤติกรรมการซื้อ

2.2.3 บทบาทและสถานะ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง บุคคลที่มีบทบาทและสถานที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม บทบาทของการซื้อสามารถจำแนกบทบาทที่คนเราอาจตัดสินใจซื้อเป็น 5 บทบาท คือ ผู้ริเริ่ม คือ บุคคลที่เสนอความคิดเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการคนแรก ผู้มีอิทธิพล คือ บุคคลซึ่งความคิดหรือคำแนะนำมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้ตัดสินใจ คือ บุคคลซึ่งทำการตัดสินใจในส่วนใดส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อ เช่น ควรซื้อหรือไม่ ควรซื้ออะไร จะซื้ออย่างไร หรือจะซื้อที่ไหน ผู้ซื้อ คือ บุคคลที่ทำการซื้อจริง ผู้ใช้ คือ ผู้บริโภคหรือใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าว

2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นคุณสมบัติส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่

2.3.1 อายุและขั้นตอนของวงจรชีวิต ความแตกต่างกันของอายุมีผลต่อความต้องการผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ดังนั้น นักการตลาดอาจใช้อายุผู้บริโภคเป็นเกณฑ์การแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้ ขั้นตอนของวงจรชีวิต ในแต่ละขั้นตอนของวงจรชีวิตแต่ละคน จะมีค่านิยมและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมการเลือกซื้อของเล่นในวัยเด็กจะต่างจากพฤติกรรมการเลือกของเล่นในวัยหนุ่มสาว

2.3.2 อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการของผลิตภัณฑ์ และบริการที่แตกต่างกัน

2.3.3 เหตุการณ์ทางเศรษฐกิจ หมายถึง โอกาสของผู้บริโภคจะมีรายได้ เพื่อการจับจ่าย มีการออมสินทรัพย์หรืออำนาจในการขอยืมเงิน และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ นักการตลาดต้องไวต่อโอกาสเหล่านี้ เพื่อที่จะได้ปรับปรุงออกแบบสินค้าใหม่ และการวางราคาสินค้าใหม่ เพื่อที่จะนำเสนอคุณค่าให้ลูกค้าในกลุ่มเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่อง

2.3.4 แบบของการใช้ชีวิต บุคลิกภาพและแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ซึ่งแต่ละคนย่อมมีความเป็นส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ และบริการที่แตกต่างกัน

2.4 ปัจจัยทางจิตวิทยา เป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อมั่นและทัศนคติ

2.5 อิทธิพลของปัจจัยทางสถานการณ์ หมายถึง พฤติกรรมการซื้อได้รับอิทธิพลมาจากเหตุการณ์สภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น โดยมิได้คาดคิดมาก่อนว่าจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ได้แก่

2.5.1 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเมื่อร้านค้านั้นอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการซื้อ

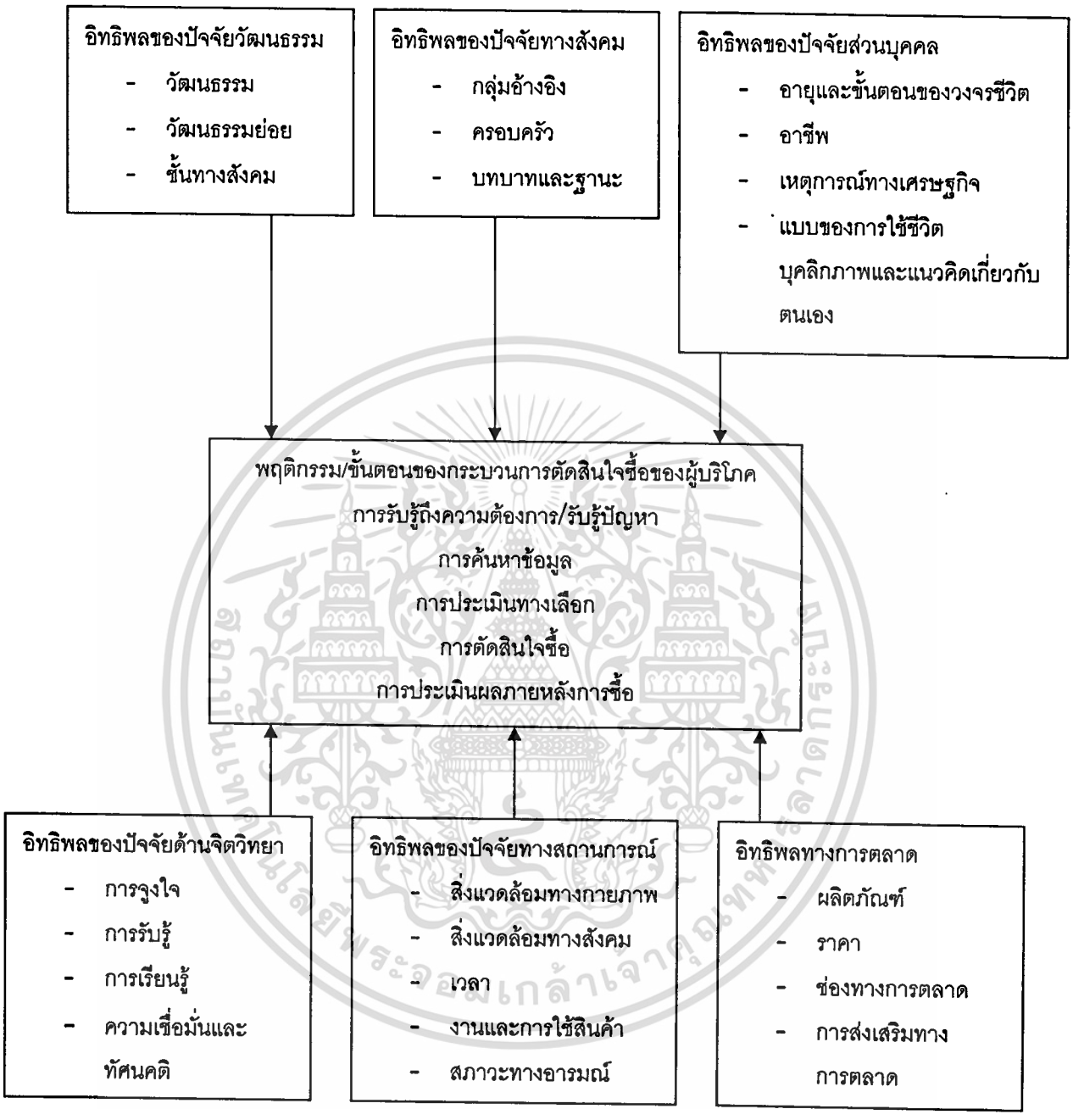
2.5.2 สิ่งแวดล้อมสังคม ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพื่อให้สังคมยอมรับว่าตนเองเป็นผู้นำ

2.5.3 เวลา เช่น เมื่อฤดูกาลเปลี่ยนไปพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าก็แตกต่างกันออกไป

2.5.4 งานและการใช้สินค้า เช่น พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพื่อใช้งานจะแตกต่างกับที่ซื้อเพื่อเป็นของขวัญให้คนอื่น

2.5.5 สภาวะทางอารมณ์ เช่น การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เมื่อผู้บริโภคได้รับการต้อนรับ การใช้ข้อมูลและการบริการจากผู้ขายเป็นอย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



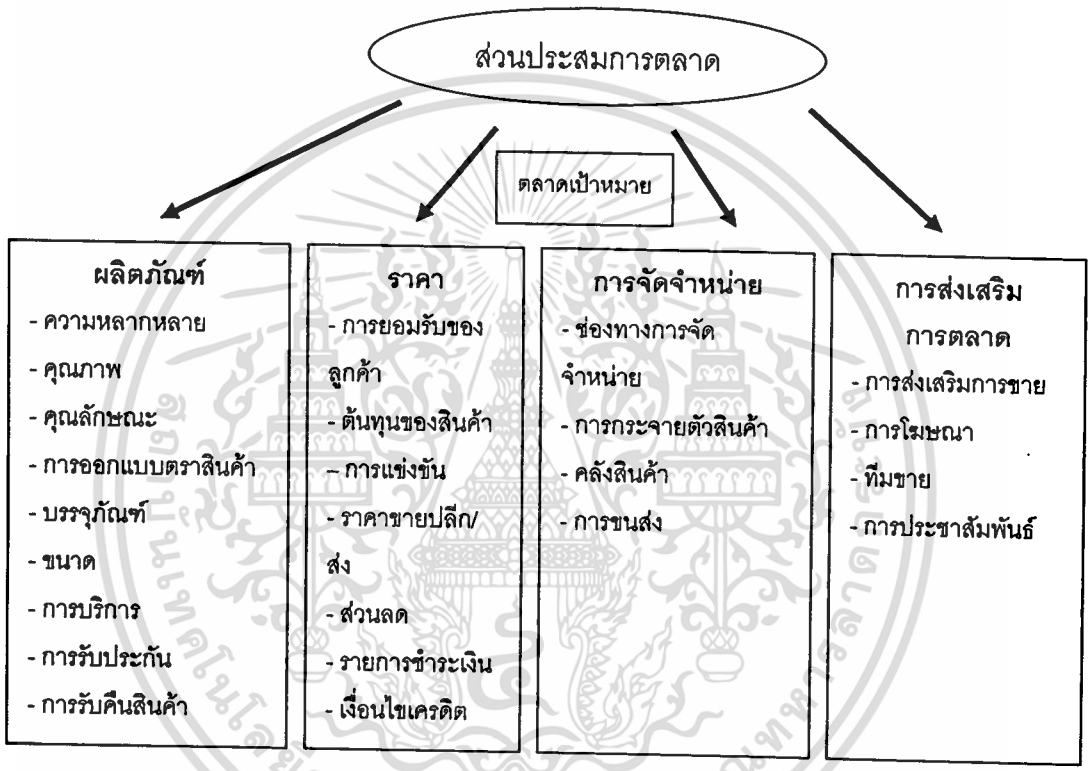
ภาพที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผู้บริโภค

ที่มา : (อดุลย์, 2543: 139)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

✓ ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาด ที่มีการควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจสามารถใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แนวคิดส่วนประสมการตลาด
ที่มา : (Kotler, 1999: 89)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายซึ่งอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งจะประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ กิจกรรม องค์การ หรือบุคคล จะพิจารณาด้านความหลากหลาย คุณภาพ คุณลักษณะ การออกแบบตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ขนาด การบริการ การรับประกันและการรับคืนสินค้า ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน หมายถึง การดำเนินการในเรื่องของการออกแบบชุดความแตกต่างที่มีความหมายให้การเสนอของบริษัทมีความโดดเด่นแตกต่างจากการเสนอของคู่แข่งขัน

1.2 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นกิจกรรมในการกำหนดข้อเสนอและภาพลักษณ์ของบริษัท เพื่อเข้าครอบครองตำแหน่งทางการแข่งขันโดดเด่นและมีมูลค่า/คุณค่าให้อยู่ในจิตใจของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

1.3 กลยุทธ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติที่มีลักษณะที่ดีเด่นและแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็นลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งได้แก่

1.3.1 ผลิตภัณฑ์ ประโยชน์พื้นฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อสินค้าโดยตรง

1.3.2 รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ อันประกอบด้วย คุณภาพ รูปร่างลักษณะ รูปแบบ การบรรจุหีบห่อ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3.3 ผลิตภัณฑ์ควบ ผลประโยชน์หรือบริการเพิ่มเติม ที่ลูกค้าได้รับหลังจากการซื้อสินค้านั้น

1.3.4 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์

1.3.5 ศักยภาพผลิตภัณฑ์ มีลักษณะริเริ่มที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ดังนั้นผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบมูลค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา หากมูลค่าของผลิตภัณฑ์มีสูงกว่าราคาก็จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น เพราะฉะนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้า โดยต้องสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ต้นทุนของสินค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายและกำไรของผู้ผลิต ลักษณะการแข่งขัน ราคาขายปลีกขายส่ง ส่วนลด รายการชำระเงิน และเงื่อนไขเครดิต

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่าย ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง และผู้บริโภค

3.2 การกระจายตัวสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวของผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการประสานงานให้เกิดต้นทุนใน การจัดจำหน่ายต่ำสุด โดยมีระดับการให้บริการลูกค้าที่เหมาะสมและมุ่งหวังกำไร ในการกระจายตัวสินค้า ซึ่งสามารถสรุปหน้าที่ได้ดังนี้

3.2.1 การคาดคะเนยอดขาย เป็นการประมาณยอดขายที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง เพราะยอดขายที่เกิดขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการเตรียมสินค้าคงเหลือให้เหมาะสม

3.2.2 การวางแผนการจัดจำหน่าย เป็นการเตรียมงานแต่ละงานที่จะปฏิบัติเกี่ยวกับการกระจายตัวสินค้า

3.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ เป็นการจัดการให้มีผลิตภัณฑ์ขายในตลาดโดยไม่ขาดแคลนและมีในปริมาณที่เหมาะสม

3.2.4 การดำเนินงานเกี่ยวกับการสั่งซื้อ เป็นขั้นตอนในการจัดการตามใบสั่งซื้อของลูกค้า

3.2.5 การบรรจุภัณฑ์ เพื่อรักษาและคุ้มครองสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดี

3.2.6 การจัดการวัสดุ เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้อุปกรณ์ เครื่องมือที่เหมาะสม เพื่อให้การเคลื่อนย้ายเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

3.3 คลังสินค้า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดทิศทางการเคลื่อนไหวของสินค้าเพื่อให้เกิดการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

3.4 การขนส่ง เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าว่าจะใช้วิธีไหน และอย่างไรจึงเหมาะสมและประหยัดที่สุด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ

4.1 การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือระยะสั้นเพื่อส่งเสริมให้มีการติดตามหรือซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น เช่น คูปอง การประกวด การให้ของแจก เป็นต้น โดยบริษัทจะใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายเพื่อสร้างการตอบสนองที่เร็วให้กับข้อเสนอของ ผลิตภัณฑ์และเพื่อกระตุ้นยอดขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 การโฆษณา เป็นเครื่องมือที่ดีที่สุด สำหรับการสร้างรูปแบบของการติดต่อสื่อสารที่ไม่ใช้บุคคลที่ต้องจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์ เพื่อนำเสนอและส่งเสริมความคิดของสินค้าหรือบริการ

4.3 ทีมขาย ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงานขาย จะเป็นการติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยตรง เป็นลักษณะของการเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้า โดยพนักงานขายสามารถ นำเสนอสินค้าและตอบข้อซักถามให้กับลูกค้าจนเกิดความต้องการและเกิดการตัดสินใจซื้อได้มากที่สุด การตลาดทางตรง เป็นรูปแบบการตลาดที่มีการใช้สื่อหลายรูปแบบเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น โทรศัพท์ จดหมาย เป็นต้น ซึ่งลักษณะข่าวสารที่ส่งไปสามารถเจาะให้กับผู้รับแต่ละคนได้

4.4 การประชาสัมพันธ์ เป็นแผนการที่กำหนดขึ้นมาเพื่อส่งเสริมหรือสร้างภาพพจน์ของบริษัท เนื่องจากการประชาสัมพันธ์จะมีความน่าเชื่อถือสูง เพราะข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจะมีความเป็นจริงต่อลูกค้ามาก

วิธีการศึกษา

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลของทำเนียบท้องที่ พุทธศักราช 2546 ตามตารางที่ 2 แสดงจำนวนหน่วยงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี จากเขตการปกครองทั้งสิ้น จำนวน 13 อำเภอ 111 ตำบล 967 หมู่บ้าน มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่

- องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จำนวน 103 แห่ง
- เทศบาลเมือง จำนวน 1 แห่ง
- เทศบาลตำบล จำนวน 20 แห่ง

รวมจำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 124 แห่ง

จึงได้กำหนดตัวอย่างโดยใช้ผู้บริหารระดับนายกหรือปลัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี จากจำนวนประชากรสุ่มทั้งหมด 124 ราย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ใช้ประชากรเนื่องจากข้อมูลมีความแตกต่างทางด้านพื้นที่ งบประมาณภายในจังหวัดและต้องการศึกษาข้อมูลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งหมดในจังหวัดสระบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ตารางที่ 2 จำนวนหน่วยงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี

(หน่วย : แห่ง)

ที่	เขตการปกครอง			จำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น			
	อำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน	อบต.	เทศบาล		
					นคร	เมือง	ตำบล
1	อำเภอเมืองสระบุรี	11	77	10	-	1	2
2	อำเภอแก่งคอย	14	115	12	-	-	2
3	อำเภอหนองแค	18	181	17	-	-	3
4	อำเภอหนองแซง	9	69	9	-	-	1
5	อำเภอบ้านหมอ	9	79	8	-	-	2
6	อำเภอเสาไห้	12	102	12	-	-	3
7	อำเภอพระพุทธบาท	9	68	7	-	-	1
8	อำเภอวิหารแดง	6	54	6	-	-	2
9	อำเภอมวกเหล็ก	6	80	6	-	-	1
10	อำเภอหนองโดน	4	34	4	-	-	1
11	อำเภอดอนพุด	4	28	3	-	-	1
12	อำเภอวังม่วง	3	31	3	-	-	1
13	อำเภอเฉลิมพระเกียรติ	6	49	6	-	-	-
รวม	13 อำเภอ	111	967	103	-	1	20

ที่มา : ทำเนียบท้องที่ พุทธศักราช 2546. สำนักบริหารราชการส่วนท้องที่ ส่วนระบบการปกครองท้องที่ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.2546.

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยได้ทำการเก็บข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งจะสอบถามข้อมูลจากผู้บริหารในตำแหน่งปลัดหรือนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

64213

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มประชากร ซึ่งเป็นผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และข้อมูลพื้นฐานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ งบประมาณในการซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

ส่วนที่ 2 ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับระบบงานแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับการนำระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตจังหวัดสระบุรี ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ วิธีการเลือกซื้อ คู่แข่งทางการค้าและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ วารสาร หนังสือวิชาการ การศึกษาที่มีผู้รวบรวมไว้ก่อนแล้ว และเว็บไซต์ข้อมูลระบบสารเทศภูมิศาสตร์ โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินของคู่แข่งทางการค้าและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดในการศึกษา

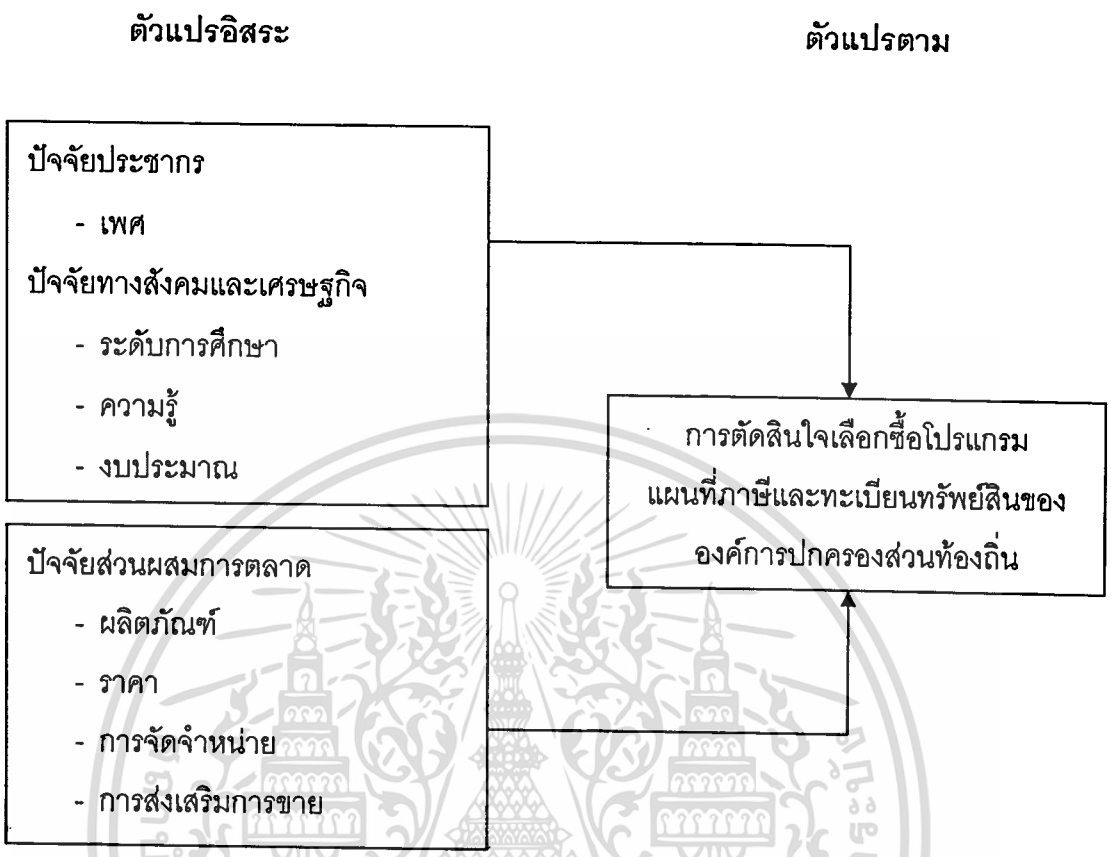
การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตจังหวัดสระบุรี ผู้ศึกษากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

กรอบแนวคิดการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่แสดงในภาพที่ 4 กำหนดให้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ตัวแปรปัจจัยประชากร ประกอบด้วย เพศ ตัวแปรปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ได้แก่ ระดับการศึกษา ความรู้และงบประมาณ ปัจจัยส่วนผสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ตัวแปรที่ใช้และการวัดค่า

ตัวแปรอิสระ

1. ปัจจัยประชากร ประกอบด้วย

- เพศ กำหนดการวัดค่า "เพศชาย" มีค่าเท่ากับ 0 และ "เพศหญิง" มีค่าเท่ากับ 1

ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ประกอบด้วย

- ระดับการศึกษา วัดจากค่าจริงเป็นระดับการศึกษาสูงสุดในวันสัมภาษณ์ โดยกำหนดค่ากลุ่มระดับการศึกษาเป็นจำนวนชั้นปีที่ศึกษา ดังนี้

ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	จำนวนชั้นปีที่ศึกษา 14 ปี
ระดับปริญญาตรี	จำนวนชั้นปีที่ศึกษา 16 ปี
ระดับปริญญาโท	จำนวนชั้นปีที่ศึกษา 18 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับสูงกว่าปริญญาโท จำนวนชั้นปีที่ศึกษา 20 ปี

- ความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน วัดได้จากคะแนนในการตอบแบบสอบถามจำนวน 10 ข้อ ตอบถูกได้ข้อละ 1 คะแนน ตอบผิดหรือไม่ทราบได้ 0 คะแนน

- งบประมาณ วัดค่าจริงเป็นรายได้ต่อปีงบประมาณในวันสัมภาษณ์ มีหน่วยวัดเป็นบาท

2. ปัจจัยส่วนผสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย กำหนดให้มีค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญน้อยที่สุด	ให้คะแนนเป็น 1
ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญน้อย	ให้คะแนนเป็น 2
ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญปานกลาง	ให้คะแนนเป็น 3
ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญมาก	ให้คะแนนเป็น 4
ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญมากที่สุด	ให้คะแนนเป็น 5

การประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี ใช้วิธีการประเมินคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดช่วงการวัด ดังนี้

$$\text{ช่วงการวัด} = \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{3}$$

$$= 1.33$$

ระดับความสำคัญน้อย	มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 – 2.33 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.34 - 3.66 คะแนน
ระดับความสำคัญสูง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.67 - 5.00 คะแนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวแปรตาม

1. การตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี กำหนดให้ "ตัดสินใจซื้อ" มีค่าเท่ากับ 1 และ "ตัดสินใจไม่ซื้อ" มีค่าเท่ากับ 0

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ โดยแสดงในรูปของค่าความถี่ ค่าความถี่เป็นสัดส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย

2. การวิเคราะห์จำแนกประเภท (Discriminate Analysis) เป็นเทคนิคสถิติที่ใช้วิเคราะห์ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการจำแนกประเภทของตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม หรือหน่วยวิเคราะห์ไปตามกลุ่มต่าง ๆ ที่มีการกำหนดเอาไว้ล่วงหน้า จุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์การจำแนกประเภท ก็คือ การดูว่าข้อมูลที่เก็บสามารถแบ่งหรือจำแนกออกเป็นสองกลุ่มได้หรือไม่ ข้อมูลเหล่านั้นจะสามารถแบ่งกลุ่มออกเป็นสองกลุ่มได้เป็นอย่างดี คือ สามารถระบุความเป็นสมาชิกของแต่ละกลุ่มได้ถูกต้อง สิ่งที่ได้จากการวิเคราะห์ คือ สมการจำแนกที่สามารถแบ่งหน่วยวิเคราะห์ออกเป็นกลุ่มได้ดี คือ มีความผิดพลาดน้อยมาก เพื่อทดสอบเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินของประชากร

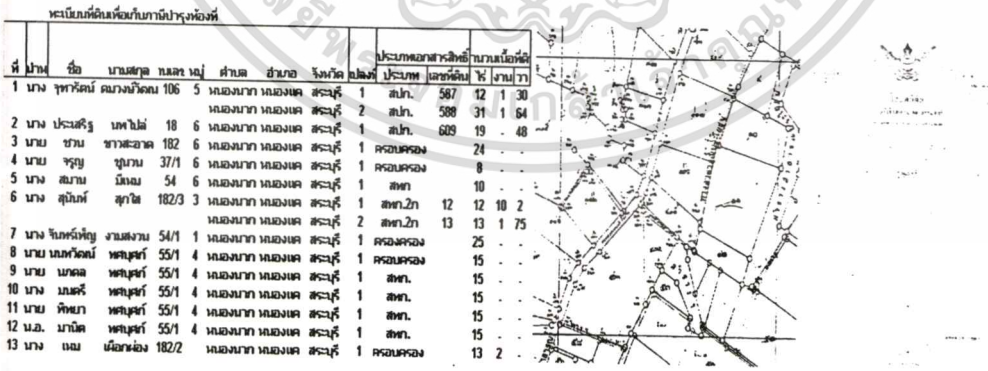
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3
สภาพธุรกิจของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

บทนี้จะกล่าวถึงข้อมูลสภาพธุรกิจของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นมาของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ลักษณะของธุรกิจโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

ความเป็นมาของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

ในอดีตการจัดทำแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่ในรูปของกระดาษ โดยการจัดเก็บข้อมูล ประกอบด้วย แผนที่กระดาษ ข้อมูลผู้มีกรรมสิทธิ์ ข้อมูลทรัพย์สิน ข้อมูลเอกสารสิทธิ์ และประวัติการชำระภาษี ดังแสดงในภาพที่ 5 ทำให้เจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประสบกับปัญหาเอกสารจำนวนมาก การสูญหายของเอกสาร การจัดเก็บเอกสาร การค้นหา การบำรุงรักษา และปรับปรุงข้อมูลทำได้ไม่สะดวก เจ้าหน้าที่ต้องวาดแผนที่ด้วยมือเพื่อแสดงตำแหน่งที่ตั้งของทรัพย์สิน ซึ่งประสบปัญหาความผิดพลาดของตำแหน่งและต้องใช้อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องจำนวนมากทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขาดประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษี



สารบบ

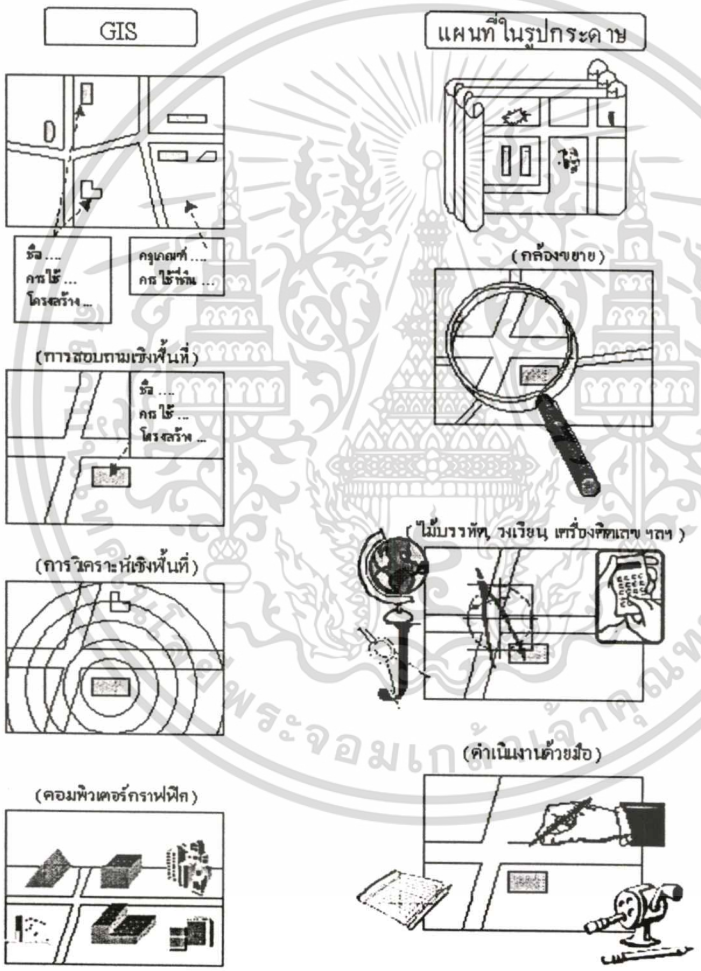
ทะเบียนที่ดินเพื่อเก็บภาษีป้ายรุงห้องที่

ที่	ปาย	ชื่อ	นามสกุล	บ้านเลขที่	หมู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	ปลง	ประเภทเอกสารสิทธิ์		ขนาดเนื้อที่		
										ประเภท	เลขที่ดิน	ไร่	งาน	วา
1	นาง	วุฒิวัฒน์	ดนางนิวัฒน	106	5	หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	สปก.	587	12	1	30
						หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	2	สปก.	588	31	1	64
2	นาง	ประเสริฐ	นพไปล่	18	6	หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	สปก.	609	19	-	48
3	นาย	ชวน	ชาวสะอาด	182	6	หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	ครอบครอง		24	-	-
4	นาย	จรูญ	ชูบาน	37/1	6	หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	ครอบครอง		8	-	-
5	นาง	สมาน	มีแดง	54	6	หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	สทก		10	-	-
6	นาง	สุนันท์	สุภใส	182/3	3	หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	สทก.2ก	12	12	10	2
						หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	2	สทก.2ก	13	13	1	75
7	นาง	จันทร์พิญ	งามสงวน	54/1	1	หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	ครองครอง		25	-	-
8	นาย	นนทวัฒน์	พสุนุสร์	55/1	4	หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	ครอบครอง		15	-	-
9	นาย	นภดล	พสุนุสร์	55/1	4	หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	สทก.		15	-	-
10	นาง	บษดี	พสุนุสร์	55/1	4	หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	สทก.		15	-	-
11	นาย	พิทยา	พสุนุสร์	55/1	4	หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	สทก.		15	-	-
12	น.ส.	มานิต	พสุนุสร์	55/1	4	หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	สทก.		15	-	-
13	นาง	เจน	เมือกน่อง	182/2		หนองบาก	หนองแค	สระบุรี	1	ครอบครอง		13	2	-

ภาพที่ 5 ข้อมูลผู้มีกรรมสิทธิ์ ตำแหน่งที่ตั้งและข้อมูลเอกสารสิทธิ์ในรูปแบบกระดาษ
ที่มา : (http://www.sms.or.th)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อมาได้มีการพัฒนาโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขึ้นมาช่วยในการจัดการและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในรูปแบบฐานข้อมูลทั้งขนาดเล็ก เช่น Microsoft Excel และ Microsoft Access และฐานข้อมูลขนาดใหญ่ เช่น Microsoft SQL Server และเชื่อมโยงกับระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) ในรูปแผนที่ดิจิตอล ซึ่งช่วยขจัดข้อจำกัดต่าง ๆ ในรูปแบบเดิม ดังแสดงในภาพที่ 6 เปรียบเทียบแผนที่ในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์กับแผนที่ในรูปกระดาษ



ภาพที่ 6 เปรียบเทียบแผนที่ในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์กับแผนที่ในรูปกระดาษ
ที่มา : (http://www.gisda.or.th)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนที่ในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพิ่มความสะดวกในการเพิ่ม ลบ แก้ไขและค้นหาข้อมูล การสอบถามตำแหน่งที่ตั้ง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ รวมถึงการสร้างรูปแบบข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกและเครื่องมือต่าง ๆ ของโปรแกรม อีกทั้งยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของฐานข้อมูลด้วยคุณสมบัติการเชื่อมโยงระหว่างข้อมูล ซึ่งได้แก่ รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลที่ดิน โรงเรือน ป้าย กับข้อมูลกราฟฟิก (Graphical Data) อันเป็นข้อมูลที่แสดงตำแหน่ง ขนาดของที่ดิน โรงเรือนและป้าย ซึ่งช่วยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะการคลังที่มั่นคง และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีของท้องถิ่นเป็นอย่างมาก กล่าวคือ การค้นหา สอบถามข้อมูลเพื่อใช้ประกอบในการจัดเก็บภาษีทำได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว ครบถ้วน ถูกต้อง การเก็บรวบรวมไว้อย่างเป็นหมวดหมู่เพื่อความสะดวกในการใช้จัดเก็บภาษี ทำให้ท้องถิ่นสามารถเร่งรัด ติดตาม และจัดเก็บภาษีได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งสร้างความเป็นธรรมแก่ผู้เสียภาษี ช่วยให้ท้องถิ่นเก็บภาษีได้ครบถ้วน สามารถสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นมากขึ้น ในขณะที่แผนที่ในรูปกระดาษต้องใช้กระดาษจำนวนมาก การเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลทำได้ยากและต้องใช้อุปกรณ์จำนวนมาก เช่น ไม้บรรทัด วงเวียน และเครื่องคิดเลข เป็นต้น

ลักษณะของธุรกิจโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

คุณสมบัติของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2537 ได้กำหนดคุณสมบัติของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินไว้เพื่อเป็นมาตรฐานการเลือกซื้อ หรือพัฒนาโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไว้ ดังนี้

1. โปรแกรมที่พัฒนาบนมาตรฐาน OpenGIS หรือ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์แบบเปิด คือ มาตรฐานในด้านระบบภูมิสารสนเทศที่สามารถเรียกดู เชื่อมโยง แปลงข้อมูลและรวมข้อมูลในมาตรฐานเดียวกันได้

2. โปรแกรมสามารถนำเข้าข้อมูลแผนที่รูปแบบจุด เส้น รูปปิดและรูปภาพ คำนวณเนื้อที่และระยะทางบนแผนที่ กำหนดและแสดงค่าพิกัดทางภูมิศาสตร์

3. โปรแกรมต้องสามารถเชื่อมต่อฐานข้อมูลภายนอกโดยตรงผ่าน Open Database Connectivity (ODBC)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. โปรแกรมสามารถกำหนดอัตราภาษีแต่ละประเภทโดยอิสระได้ กล่าวคือ โปรแกรมรองรับการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีได้ตลอดเวลาหากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทยประกาศให้ปรับเปลี่ยน

5. โปรแกรมมีระบบรักษาความปลอดภัยระดับผู้ใช้ กลุ่มผู้ใช้ ระบบสำรองข้อมูลและถ่ายข้อมูล (Back up & Restore)

ธุรกิจโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินของบริษัท เอนวีเทค จำกัด

บริษัท เอนวีเทค จำกัด ในฐานะตัวแทนจำหน่ายโปรแกรมระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ภายใต้ตราสินค้า Cadcorp ซึ่งได้พัฒนาและดำเนินธุรกิจจำหน่ายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภายใต้ตราสินค้า MicroTax โดยมีกลุ่มลูกค้ากระจายอยู่ทั่วประเทศ จึงมีนโยบายการจัดจำหน่ายและส่งเสริมการขายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งได้แก่ การจำหน่ายโดยพนักงานขายตรง การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสารขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น บริษัท เอนวีเทค จำกัด ตั้งราคาขายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นเงินจำนวน 200,000 บาทต่อ 1 ลิขสิทธิ์ (รวมภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7) ดังภาพที่ 7

รายละเอียดและคุณสมบัติของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินของบริษัท เอนวีเทค จำกัด ดังนี้

1. โปรแกรมสามารถนำเข้าและจัดเก็บข้อมูล จุด เส้น รูปปิดหลายเหลี่ยม ข้อมูลรูปภาพเชิงพื้นที่ คำบรรยายตัวอักษร สามารถสร้าง แก้ไข และลบข้อมูลได้

2. โปรแกรมสามารถคำนวณภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีโรงเรือนและที่ดินและภาษีป้าย กำหนดค่าอัตราภาษีได้อัตโนมัติ ตรวจสอบจำนวนรายการเสียภาษีและรายละเอียดของทรัพย์สิน

3. โปรแกรมสามารถออกหนังสือเตือนให้มายื่นแบบแสดงรายการเสียภาษี หนังสือเตือนให้มาชำระภาษี หนังสือติดตามในกรณีไม่มีการติดต่อกับหน่วยงาน

4. โปรแกรมสามารถสำรองข้อมูลและถ่ายข้อมูล (Backup & Restore) ในกรณีที่ ข้อมูลเกิดความเสียหาย พร้อมทั้งป้องกันการเรียกใช้ข้อมูล

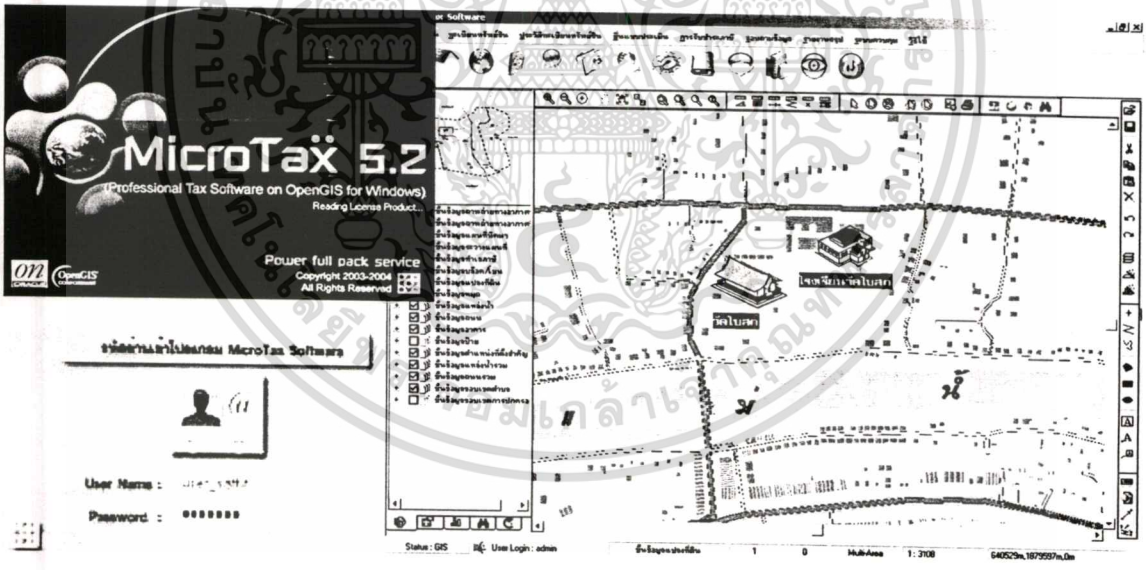
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. โปรแกรมสามารถจัดทำบัญชีผู้ค้างชำระภาษีเมื่อสิ้นปีภาษี ตลอดจนรวมยอดการค้างชำระแต่ละประเภท หรือแสดงยอดค้างทั้งหมด หรือยอดค้างแต่ละรายการของเจ้าของทรัพย์สิน

6. โปรแกรมสามารถเชื่อมต่อข้อมูลในตารางกับฐานข้อมูลภายนอกโดยใช้ ODBC Driver

7. โปรแกรมสามารถทำการ Zoom in และ Zoom out เพื่อดูแผนที่ต่าง ๆ ได้โดยไม่มีข้อจำกัด รวมทั้ง Pan ดูตำแหน่งอื่น ๆ ของแผนที่ได้ สามารถนำเข้าข้อมูลเชิงพื้นที่ (ภาพระวางที่ดิน หรือภาพโฉนดที่ดิน) ในรูปแบบต่าง ๆ ได้ เช่น BMP, JPG, TIF เป็นต้น เข้าสู่ระบบได้โดยตรง

8. โปรแกรมผ่านการทดสอบมาตรฐาน OpenGIS จาก OpenGIS Consortium ทั้งในส่วนของมาตรฐานฐานข้อมูล (Simple Features Standard) และระบบพิกัดภูมิศาสตร์ (Projection Transform Standard)



ภาพที่ 7 โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินของบริษัท เอนวีเทค จำกัด
ที่มา : (http://www.envitec.co.th)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่แข่งทางการค้าในธุรกิจโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

ในปัจจุบันมีองค์กรทั้งภาครัฐบาลและเอกชนจำนวนมากที่ดำเนินธุรกิจจำหน่ายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินในประเทศไทย ซึ่งองค์กรเหล่านี้อยู่ในฐานะคู่แข่งทางการค้าของบริษัท เอนวีเทค จำกัด ทั้งในเขตจังหวัดสระบุรีและทั่วประเทศไทย คู่แข่งทางการค้าในธุรกิจโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ได้แก่

1. บริษัท อีเอสอาร์ไอ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นหนึ่งในกลุ่มบริษัทซีดีจี ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทผู้นำและตัวแทนจำหน่ายโปรแกรมระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ภายใต้ตราสินค้า ArcInfo ในประเทศไทย
2. บริษัท นันทนา อินฟอร์เมชั่น ซิสเต็มส์ จำกัด
3. บริษัท จีไอ.ซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด
4. บริษัท จี.ไอ.เอส.พาร์ค (ประเทศไทย) จำกัด
5. บริษัท เอ.ดี.เอส.เซอร์เวย์ แอนด์ คอมพิวเตอร์ จำกัด
6. บริษัท นูแมพ จำกัด
7. บริษัท จี.ไอ.เอส.ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด
8. บริษัท โอ.จี.ไอ.เอส. คอนซัลท์ จำกัด
9. บริษัท ไทย จีโอกราฟฟิก จำกัด
10. บริษัท ดีโอลูชั่น จำกัด
11. สถาบันการศึกษา ได้แก่
    - ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
    - ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
    - ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
    - ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
    - ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
    - คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
    - คณะสถาปัตยกรรม ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ราคาจำหน่ายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรต่าง ๆ

(หน่วย :บาทต่อ 1 ลิขสิทธิ์ (รวมภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7))

องค์กร	ราคาจำหน่ายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน
บริษัท อีเอสอาร์ไอ (ประเทศไทย) จำกัด	350,000
บริษัท นูแมพ จำกัด	300,000
บริษัท ไทย จีโอกราฟฟิก จำกัด	300,000
บริษัท นันทนา อินฟอร์เมชั่น ซิสเต็มส์ จำกัด	280,000
บริษัท โอ.จี.ไอ.เอส. คอนซัลท์ จำกัด	250,000
บริษัท เอนวีเทค จำกัด	200,000
บริษัท จีไอ.ซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด	195,000
บริษัท ดีโอลูชั่น จำกัด	190,000
บริษัท จี.ไอ.เอส.พาร์ค (ประเทศไทย) จำกัด	180,000
บริษัท เอ.ดี.เอส.เซอร์เวย์ แอนด์ คอมพิวเตอร์ จำกัด	180,000
บริษัท จี.ไอ.เอส.ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด	180,000

ที่มา : กองราชการส่วนตำบลและส่วนพัฒนารายได้ สำนักบริหารราชการส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง

ตารางที่ 3 แสดงราคาจำหน่ายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กร ซึ่งกองราชการส่วนตำบลและส่วนพัฒนารายได้ สำนักบริหารราชการส่วนท้องถิ่น กรมการปกครองได้รวบรวมข้อมูลราคานี้ไว้ พบว่า ราคาจำหน่ายโปรแกรมสูงสุดเป็นของบริษัท อีเอสอาร์ไอ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 350,000 บาทต่อ 1 ลิขสิทธิ์ และราคาจำหน่ายโปรแกรมที่ต่ำที่สุดเป็นของบริษัท จี.ไอ.เอส.ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ราคาจำนวน 180,000 บาทต่อ 1 ลิขสิทธิ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจและเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์กรที่เกี่ยวข้องในธุรกิจโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

1. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นหน่วยงานผู้ใช้โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักการจัดเก็บภาษีและการเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

2. กองราชการส่วนท้องถิ่น ส่วนพัฒนารายได้ท้องถิ่น สำนักบริหารราชการส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ทำหน้าที่ วางแผนนโยบายและวางกลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ในทุกรูปแบบ กำหนดขั้นตอนการจัดทำแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินทุกขั้นตอน รวมถึงการกำหนดคุณสมบัติของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินไว้เพื่อเป็นมาตรฐานการเลือกซื้อหรือพัฒนาโปรแกรม

3. ศูนย์สนับสนุนการจัดทำแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินท้องถิ่น กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ทำหน้าที่ สนับสนุนด้านการพัฒนาการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ โดยการให้ความรู้ความเข้าใจกับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินท้องถิ่น

4. สำนักงานที่ดินจังหวัด ทำหน้าที่ ออกแบบและกำหนดโครงสร้างฐานข้อมูลของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินท้องถิ่น

5. หน่วยงานอื่น ๆ ได้แก่ สำนักงานกลางประเมินราคาทรัพย์สิน สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ สมาคมสำรวจข้อมูลระยะไกลและสารสนเทศภูมิศาสตร์แห่งประเทศไทย เป็นต้น

ประโยชน์ของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

ประโยชน์ของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินที่มีต่อการบริการการจัดเก็บภาษีและการบริหารงานทั่ว ๆ ไปขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำแนกได้ดังนี้

1. ประโยชน์ทางด้านการจัดเก็บภาษี

ประโยชน์ทางด้านการจัดเก็บภาษีนับเป็นวัตถุประสงค์หลักของการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถอำนวยประโยชน์ในด้านการบริการการจัดเก็บภาษีขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นได้ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 การวางแผนการจัดเก็บภาษี ข้อมูลทั้งหมดที่รวบรวมไว้ในฐานข้อมูลสามารถใช้เป็นข้อมูลเพื่อการวางแผนการจัดเก็บภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ข้อมูลดังกล่าว จะแสดงให้เห็นถึงจำนวนผู้ที่ต้องชำระภาษี จำนวนเงินภาษีที่จะได้รับ และข้อมูลการค้างชำระภาษีอันจะทำให้การวางแผนการจัดเก็บภาษีเป็นไปอย่างเหมาะสมและถูกต้อง

1.2 การบริการประชาชน การนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้จะทำให้การค้นหาข้อมูลรายละเอียดการชำระภาษีสะดวกขึ้น ลดเวลาในการดำเนินการชำระภาษีมีความถูกต้อง และอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน

1.3 การจัดเก็บภาษี โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินจะช่วยอำนวยความสะดวกในการคำนวณอัตราภาษีที่จะต้องเสียได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องและยุติธรรม นอกจากนี้ยังช่วยให้สามารถเร่งรัดติดตามผู้ค้างชำระภาษีโดยการพิมพ์รายชื่อผู้ค้างชำระและหนังสือเตือนให้ชำระภาษี

2. ประโยชน์ในการการเพิ่มรายได้ขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่น

การนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้จัดเก็บภาษี นอกจากจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแล้ว ยังจะทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มมากขึ้นด้วย ทั้งนี้โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินจะทำหน้าที่คำนวณอัตราภาษีได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนและตรงกับสภาพความเป็นจริง นอกจากนี้ยังสามารถแสดงรายชื่อผู้ค้างชำระภาษีและออกหนังสือเตือนให้มาชำระภาษีอันเป็นการเร่งรัดติดตามการชำระภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้รายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น

3. ประโยชน์ในด้านการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ประโยชน์ของการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอีกประการหนึ่งก็คือ ข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกบันทึกลงฐานข้อมูลอย่างเป็นระบบ สะดวกในการวางแผนในด้านต่าง ๆ อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ และแสดงถึงความก้าวหน้าในการบริหารการปกครองท้องถิ่นที่มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นผู้ปฏิบัติงานและประชาชนเกิดความภูมิใจต่อการบริหารงานของท้องถิ่น

4. ประโยชน์ในด้านการเชื่อมโยงข้อมูลในอนาคต

โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินรองรับฐานข้อมูลและระบบสารเทศแบบเปิด ซึ่งเป็นมาตรฐานกลางที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันและรองรับระบบในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาและอุปสรรคในธุรกิจจำหน่ายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

1. ปัญหาในเรื่องของความสมบูรณ์ของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

เนื่องจากโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่ต้องพัฒนาให้ครอบคลุมในทุกขั้นตอนการดำเนินงานจัดเก็บภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ต้องวิเคราะห์ประมวลผลและออกรายงานได้ ทำให้องค์กรธุรกิจบางแห่งพัฒนาโปรแกรมได้ไม่ครอบคลุมและครบถ้วน

2. ปัญหาในเรื่องศักยภาพเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

เนื่องจากผู้ใช้โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินในองค์กรส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ คือ เจ้าหน้าที่ส่วนปฏิบัติการที่มีทักษะและพื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์ไม่มากนัก รวมถึงโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ผู้ใช้ต้องมีพื้นฐาน ความรู้ความชำนาญพอสมควรและเรียนรู้เพิ่มเติมจากการอบรมการใช้งานขององค์กรผู้ขาย

3. ปัญหาในเรื่องคุณลักษณะและมาตรฐานขั้นต่ำของเครื่องคอมพิวเตอร์

กรมการปกครองได้กำหนดคุณลักษณะและมาตรฐานขั้นต่ำของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่หน่วยงานของกรมการปกครองจะจัดหามาใช้ ตามหนังสือประกาศของกรมการปกครอง เพื่อให้คุณลักษณะและมาตรฐานขั้นต่ำของเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นในทางเดียวกันและสามารถเชื่อมโยงกันได้ แต่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมายบางแห่งได้ทำการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีคุณลักษณะและมาตรฐานขั้นต่ำแตกต่างไปจากที่กรมการปกครองกำหนด ดังนั้นจึงเป็นอุปสรรคต่อการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินไปใช้เนื่องจากไม่เป็นระบบเดียวกัน ทำให้การดำเนินงานล่าช้า

4. ปัญหาในเรื่องค่าใช้จ่ายนอกระบบ

เนื่องจากการซื้อขายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินในปัจจุบันมีเรื่องค่าใช้จ่ายนอกระบบเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นอุปสรรคต่อการตั้งราคา การจำหน่ายและส่งเสริมการขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี ได้ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 124 ชุด จากประชากรที่เป็นผู้บริหารระดับนายกหรือปลัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี จำนวน 124 ราย โดยผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ส่วน โดยในส่วนแรกจะกล่าวถึงลักษณะทั่วไปของประชากร ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการนำระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และในส่วนสุดท้ายเป็นผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ลักษณะทั่วไปของประชากร

จากประชากรที่เป็นผู้บริหารระดับนายกหรือปลัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี ซึ่งพบว่า ประชากรที่สำรวจเป็นเพศชายร้อยละ 67.7 และเพศหญิงร้อยละ 32.3 อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี รองลงมามีอายุระหว่าง 41-50 ปี ประชากรส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมาประชากรมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 47.6 ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นปลัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นร้อยละ 96.0 ตามข้อมูลในตารางที่ 4

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีงบประมาณสำหรับซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินอยู่ระหว่าง 100,000-500,000 บาท ส่วนใหญ่มีงบประมาณ 300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.5 ตามข้อมูลในตารางที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 ลักษณะทั่วไปของประชากร

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	84	67.7
หญิง	40	32.3
อายุ		
20-30 ปี	20	16.12
31-40 ปี	69	55.65
41-50 ปี	35	28.23
ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	65	52.4
ปริญญาโท	59	47.6
ตำแหน่ง		
ปลัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	119	96
นายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	5	4
รวม	124	100.0

ตารางที่ 5 ข้อมูลงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

รายการ	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
งบประมาณ		
100,000 บาท	10	8.1
150,000 บาท	5	4.0
200,000 บาท	25	20.2
250,000 บาท	5	4.0
280,000 บาท	5	4.0
300,000 บาท	39	31.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
350,000 บาท	10	8.1
400,000 บาท	20	16.1
500,000 บาท	5	4.0
รวม	124	100.0

ความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

การศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ของผู้บริหารระดับนายกหรือปลัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับสูง ที่ระดับคะแนน 8-10 ร้อยละ 99.19 และมีความรู้ในระดับปานกลางที่ระดับคะแนน 4-7 ร้อยละ 0.81 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่าร้อยละของประชากรจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ระดับความรู้	ร้อยละ
ระดับปานกลาง (ต่ำกว่า 7 คะแนน)	0.81
ระดับสูง (คะแนน 8 คะแนน)	11.29
ระดับสูง (คะแนน 9 คะแนน)	38.71
ระดับสูง (คะแนน 10 คะแนน)	49.19
รวม	100.0

ซึ่งร้อยละระดับความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ของประชากร ในตารางที่ 6 เกิดจากการรวบรวมคะแนนของประชากร และแสดงข้อมูลค่าร้อยละจากการตอบคำถามเพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังตารางที่ 7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 ค่าร้อยละจากการตอบคำถามเพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ประเด็นคำถาม	ตอบถูก	ตอบผิด	ไม่ทราบ	รวม
1. กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย มีนโยบายให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกแห่งจัดทำจัดทำแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน	100.00	0.00	0.00	100.00
2. รายได้จากการจัดเก็บภาษีมาจาก การจัดเก็บภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีบำรุงท้องที่และภาษีป้าย	100.00	0.00	0.00	100.00
3. การจัดเก็บรายได้สนองนโยบายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น	100.00	0.00	0.00	100.00
4. ความพร้อมในการจัดซื้อโปรแกรมขึ้นอยู่กับงบประมาณเท่านั้น	63.70	35.30	0.00	100.00
5. อัตราภาษีต้องอ้างอิงตามพระราชบัญญัติการจัดเก็บรายได้	100.00	0.00	0.00	100.00
6. โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินที่ดีจำเป็นต้องมีฐานข้อมูลและแผนที่	100.00	0.00	0.00	100.00
7. ข้อมูลอ้างอิงในการสร้างแผนที่ภาษี คือ ภาพถ่ายทางอากาศและระวางที่ดิน	95.20	4.80	0.00	100.00
8. ประชาชนในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนรวมในการตัดสินใจซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน	75.00	25.00	0.00	100.00
9. โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้	100.00	0.00	0.00	100.00
10. โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินช่วยในการวางแผนจัดการข้อมูลเชิงพื้นที่ได้ เช่น จัดการระบบสาธารณูปโภค ผังเมือง	100.00	0.00	0.00	100.00

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ประชากรให้ความสำคัญมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่สุด ได้แก่ ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา คือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายและปัจจัยทางด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31, 3.79 และ 3.74 ตามลำดับ ดังตารางที่ 8 เมื่อจำแนกองค์ประกอบย่อยในแต่ละด้านพบดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ทุกองค์ประกอบมีระดับความสำคัญสูง ซึ่งในเรื่องของโปรแกรมมีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย ประชากรให้ความสำคัญสูงสุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 รองลงมาคือเรื่องโปรแกรมมีขั้นตอนการทำงานถูกต้องครบถ้วน, บุคคลในองค์กรมีความถนัดในภาษาที่พัฒนาโปรแกรมเพื่อปรับเปลี่ยนพัฒนาโปรแกรมเพิ่มเติมได้, ชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโปรแกรม, โปรแกรมง่ายต่อการใช้งาน และยี่ห้อหรือตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56, 4.23, 4.16, 4.12 และ 4.04 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า เกือบทุกองค์ประกอบมีความสำคัญสูงต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งในเรื่องของโปรแกรมมีราคาขายตามงบประมาณที่องค์กรกำหนดไว้ ประชากรให้ความสำคัญสูงสุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมาคือเรื่องการมีส่วนลดและโปรแกรมมีราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และ 3.69 ตามลำดับ ส่วนองค์ประกอบที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ค่าใช้จ่ายนอกระบบ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ประชากรให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องมีการจัดจำหน่ายโดยพนักงานขายตรง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือการได้รับคำแนะนำจากคนที่รู้จักหรือเพื่อน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 การส่งใบเสนอราคาและข้อมูลสินค้าทางโทรสารและการขายในงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และ 3.56 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ทุกองค์ประกอบมีระดับความสำคัญสูง ประชากรให้ความสำคัญสูงในเรื่องของการสาธิตโปรแกรมก่อนซื้อ ซึ่งค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา คือ เรื่องการดูแลหลังการขาย เช่น การให้บริการตอบปัญหาการใช้งานโปรแกรมทางโทรศัพท์, การรับประกันโปรแกรมหลังซื้อ 1 ปี และการฝึกอบรมใช้งานโปแกรมก่อนและหลังจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41, 4.33 และ 4.49 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่า S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.31	86.2		สูง
1. โปรแกรมมีขั้นตอนการทำงานถูกต้องครบถ้วน	4.56	91.2	0.64	สูง
2. โปรแกรมง่ายต่อการใช้งาน	4.12	82.4	0.82	สูง
3. โปรแกรมมีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย	4.72	94.4	0.45	สูง
4. ยี่ห้อ/ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	4.04	80.8	0.67	สูง
5. ชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโปรแกรม	4.16	83.2	0.68	สูง
6. บุคคลในองค์กรมีความถนัดในภาษาที่พัฒนาโปรแกรม เพื่อปรับเปลี่ยนพัฒนาโปรแกรมเพิ่มเติมได้	4.23	84.6	0.82	สูง
ด้านราคา	3.74	74.8		สูง
1. โปรแกรมมีราคาถูก	3.69	73.8	0.88	สูง
2. โปรแกรมมีราคาขายตามงบประมาณที่องค์กรกำหนดไว้	4.13	82.6	0.99	สูง
3. มีส่วนลด	4.01	80.2	0.75	สูง
4. ค่าใช้จ่ายนอกระบบ	3.12	62.4	0.92	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.79	75.8		สูง
1. พนักงานขายตรง	4.04	80.8	0.88	สูง
2. ขายในงานแสดงสินค้า	3.56	71.2	0.70	สูง
3. ส่งใบเสนอราคาและข้อมูลสินค้าทางโทรสาร	3.59	71.8	0.85	สูง
4. ได้รับคำแนะนำจากคนที่รู้จัก/เพื่อน	3.96	79.2	0.78	สูง
ด้านส่งเสริมการตลาด	4.38	87.6		สูง
1. การสาธิตโปรแกรมก่อนซื้อ	4.48	89.6	0.86	สูง
2. การฝึกอบรมใช้งานโปแกรมก่อนและหลังจำหน่าย	4.29	85.8	0.77	สูง
3. การรับประกันโปรแกรมหลังซื้อ 1 ปี	4.33	8.66	0.73	สูง
4. ดูแลหลังการขาย เช่น การให้บริการตอบปัญหาการใช้งานโปรแกรมทางโทรศัพท์	4.41	88.2	0.74	สูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาปัจจัยด้านประชากร ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า นายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นบุคคลที่ประชากรคิดว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมากที่สุด ซึ่งค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 รองลงมาคือ ปลัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประธานสภา ซึ่งค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และ 4.23 ตามลำดับ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านประชากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ปัจจัยด้านตำแหน่งงาน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ระดับความสำคัญ
นายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	4.72	0.45	สูง
ปลัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	4.44	0.57	สูง
ประธานสภา	4.23	0.59	สูง

ประชากรส่วนใหญ่เลือกวิธีการซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน โดยวิธีการสอบราคาซึ่งเป็นวิธีการพิจารณาองค์กรคู่ค้าตั้งแต่ 2 รายขึ้นไป ในงบประมาณซื้อสินค้าไม่เกิน 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 96.0 รองลงมา คือ วิธีการสั่งซื้อพิเศษเป็นวิธีการพิจารณาเฉพาะเรื่องขึ้นอยู่กับความเห็นชอบของสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 4.0 ซึ่งไม่มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใดเลือกวิธีการจัดซื้อโดยการประกวดราคาและการประกวดราคาทางอิเล็คทรอนิกส์ ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ร้อยละของวิธีการซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

วิธีการซื้อ	ร้อยละ
การสั่งซื้อพิเศษ	4.0
การสอบราคา	96.0
รวม	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาพบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตจังหวัดสระบุรีบางแห่งได้ดำเนินการซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินไปเรียบร้อยแล้ว จำนวน 14 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 11.30 ได้จัดโปรแกรมจากบริษัท 4 บริษัท ดังนี้

1. บริษัท เอนวีเทค จำกัด จำนวน 6 แห่ง
2. บริษัท นูแมพ จำกัด จำนวน 3 แห่ง
3. บริษัท ไทย จีโอกราฟฟิก จำกัด จำนวน 3 แห่ง
4. บริษัท ดีโอลูชั่น จำกัด จำนวน 2 แห่ง

ส่วนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ยังไม่ได้จัดซื้อ จำนวน 110 แห่ง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 88.70 ดังข้อมูลในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินแล้ว

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินแล้ว	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
จัดซื้อแล้ว	14	11.30
ยังไม่ได้จัดซื้อ	110	88.70
รวม	124	100.00

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีโครงการซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีโครงการจะจัดซื้อโปรแกรม	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
มีโครงการจะจัดซื้อโปรแกรม	119	96.0
ไม่มีโครงการจะจัดซื้อโปรแกรม	5	4.0
รวม	124	100.00

จากตารางที่ 12 ข้อมูลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีโครงการจะจัดซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินภายใน 3 ปีนี้ คิดเป็นร้อยละ 96.0 และไม่มีโครงการจะจัดซื้อโปรแกรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินภายใน 3 ปีนี้ เนื่องจากมีงบประมาณไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 4.0

จากข้อมูล พบว่า เคยมีองค์กรหรือบริษัทเข้าไปนำเสนอโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสระบุรี คิดเป็นร้อยละ 43.5 และไม่เคยมีองค์กรหรือบริษัทเข้าไปนำเสนอโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสระบุรี คิดเป็นร้อยละ 56.5 ดังตารางที่ 13

องค์กรหรือบริษัทที่เข้าไปนำเสนอโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสระบุรี ได้แก่

1. บริษัท เอนวีเทค จำกัด
2. บริษัท นูแมพ จำกัด
3. บริษัท ไทย จีโอกราฟฟิก จำกัด
4. บริษัท ดีโอลูชั่น จำกัด
5. ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
6. ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุรนารี

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละขององค์กรหรือบริษัทเข้าไปนำเสนอโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสระบุรี

องค์กรหรือบริษัทเข้าไปนำเสนอโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
เคยเข้าไปนำเสนอโปรแกรม	54	43.5
ไม่เคยเข้าไปนำเสนอโปรแกรม	70	56.5
รวม	124	100.00

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องการทราบข้อมูลและชมการสาธิตโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน คิดเป็นร้อยละ 97.0 และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ไม่ต้องการทราบข้อมูลและชมการสาธิตโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ดังตารางที่ 14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องการทราบข้อมูลและชมการสาธิตโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องการทราบข้อมูลและชมการสาธิตโปรแกรม	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
ต้องการทราบข้อมูลและชมการสาธิตโปรแกรม	120	97.0
ไม่ต้องการทราบข้อมูลและชมการสาธิตโปรแกรม	4	3.0
รวม	124	100.00

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำแนกตามตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระ	เลือกซื้อ		ไม่เลือกซื้อ		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.
1. เพศ	0.37	0.47	0.00	0.00	0.32	0.47
2. การศึกษา	16.90	0.99	18.00	0.00	16.95	0.50
3. ความรู้	9.35	0.07	9.00	0.00	9.33	0.07
4. งบประมาณ	290,756.30	91680.73	100,000.00	0.00	283064.52	97381.80
5. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.35	0.45	3.17	0.00	4.31	0.50
6. ปัจจัยด้านราคา	3.77	0.60	3.00	0.00	3.74	0.60
7. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.82	0.52	2.75	0.00	3.79	0.55
8. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	4.42	0.66	3.50	0.00	4.38	0.67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตามตารางที่ 15 เป็นการแสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากรที่ตัดสินใจเลือกซื้อและไม่เลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระแต่ละตัว พบว่า ผู้บริหารที่ตัดสินใจไม่เลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินเป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาเฉลี่ยสูงกว่าประชากรที่ตัดสินใจเลือกซื้อ ในเรื่องของระดับความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า ประชากรที่ตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมีระดับความรู้เฉลี่ยสูงกว่าประชากรที่ตัดสินใจไม่เลือกซื้อ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมีงบประมาณเฉลี่ยสูงกว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ตัดสินใจไม่เลือกซื้อ ส่วนปัจจัยด้านการตลาดซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย ประชากรที่ตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินให้ความสำคัญมากกว่าประชากรที่ตัดสินใจไม่เลือกซื้อ

ตารางที่ 16 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการมาตรฐาน (Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients)

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์
1. เพศ	-0.080
2. การศึกษา	0.255
3. ความรู้	0.225
4. งบประมาณ	0.553
5. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.791
6. ปัจจัยด้านราคา	0.065
7. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	0.273
8. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	-0.356

การวิเคราะห์จำแนกประเภทจะทำการศึกษาบทบาทของตัวแปรอิสระทุกตัว พร้อมกับการจำแนกหน่วยต่าง ๆ โดยมีการให้น้ำหนักตัวแปรอิสระเหล่านี้แต่ละตัวแล้วนำมาทำการประมาณค่าของหน่วยวิเคราะห์ เพื่อจัดจำแนกสมาชิกไปตามกลุ่มนั้น ผลจากการวิเคราะห์ในตารางที่ 16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พบว่าในสมการมาตรฐาน ค่าตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุดเท่ากับ 0.79 แสดงว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่มีความสำคัญที่สุดต่อการจำแนกกลุ่ม

เมื่อพิจารณาในเรื่องเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร ตามตารางที่ 16 พบว่าทิศทางของความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ การศึกษา งบประมาณ ปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการจัดจำหน่ายมีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลให้ตัวแปรตามคือ การตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีแนวโน้มสูงขึ้นตามไปด้วย ส่วนตัวแปรปัจจัยการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย ถ้ามีแนวโน้มสูงขึ้นจะส่งผลให้การตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นลดลง

ตารางที่ 17 ค่าวิลค์สแลมป์ดา และค่า F–test

ตัวแปรอิสระ	ค่าวิลค์สแลมป์ดา	ค่า F- test	ค่านัยสำคัญ
1. เพศ	0.980	2.491	0.117
2. การศึกษา	0.954	5.921	0.076
3. ความรู้	0.991	1.154	0.285
4. งบประมาณ	0.850	21.477	0.000**
5. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.778	34.794	0.000**
6. ปัจจัยด้านราคา	0.937	8.164	0.005**
7. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	0.849	21.676	0.000**
8. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	0.928	9.507	0.003**

หมายเหตุ ** ค่านัยสำคัญที่ระดับต่ำกว่า 0.01

ตารางที่ 17 พบว่าค่าวิลค์สแลมป์ดาของตัวแปรอิสระส่วนใหญ่มีค่าสูงเกินร้อยละ 90 ซึ่งนัยสำคัญของวิลค์สแลมป์ดาพิจารณาได้จากสถิติ F-test ทำให้ทราบว่าค่านัยสำคัญของ F-test ที่มีระดับต่ำกว่า 0.01 คือ ตัวแปรงบประมาณ ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด แสดงว่า กลุ่มมีความแตกต่างกันหรือกลุ่มมีค่าเฉลี่ยไม่เท่ากันอย่างมากในตัวแปรดังกล่าว หมายถึง ตัวแปรงบประมาณ ปัจจัยทางการตลาดด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาดของกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกซื้อและไม่เลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน ดังนั้น ตัวแปรดังกล่าวจึงมีความสำคัญในการจำแนกประเภทได้ดีกว่าตัวแปรอื่น ๆ

ตัวแปรหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ได้แก่ ตัวแปรงบประมาณ ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด แสดงให้เห็นว่า ถ้าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีงบประมาณมากขึ้นและถ้าผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาดมากขึ้น จะทำให้ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้วิเคราะห์ในการตัดสินใจ และทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งจากการศึกษาดังกล่าวทำให้องค์กรธุรกิจของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินทราบว่า ในการจำหน่ายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำเป็นต้องพิจารณาถึงงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และให้ความสำคัญด้านปัจจัยทางการตลาดทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5
สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ธุรกิจของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะหลายประการและมีกลุ่มลูกค้าเฉพาะคือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเท่านั้น ดังนั้นองค์กรธุรกิจจำเป็นต้องทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดในธุรกิจของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน อีกทั้งพัฒนาโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินและเทคโนโลยีให้ทันสมัยเพื่อรองรับกับความต้องการใช้งานของผู้ใช้ในอนาคต รักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ และขยายฐานลูกค้าใหม่ และยังเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับธุรกิจของตนด้วย

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี เพื่อทราบถึงลักษณะทั่วไปของธุรกิจโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน คู่แข่งทางการค้าและองค์กรที่เกี่ยวข้อง และทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ วิธีการเลือกซื้อ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดและกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน เพื่อทำให้ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพิจารณาและตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินของบริษัทมากขึ้น ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินในซื้อ แนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถามผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรเป็นผู้บริหารระดับนายกหรือปลัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี จำนวน 124 ราย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษาพบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 31-40 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งเป็นปลัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมี องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีงบประมาณสำหรับซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินอยู่ระหว่าง 100,000-500,000 บาท ส่วนใหญ่มีงบประมาณ 300,000 บาท

จากการศึกษาเรื่องระดับความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ของผู้บริหารระดับนายกหรือปลัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับสูง

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ปัจจัยทางการตลาดที่ประชากรให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขาย ประชากรให้ความสำคัญสูงในเรื่องของการสาธิตโปรแกรมก่อนซื้อ รองลงมา คือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งประชากรจะพิจารณาในเรื่องของโปรแกรมมีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมายมากที่สุด ปัจจัยทางด้านบุคคลผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า นายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นบุคคลที่ประชากรคิดว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมากที่สุด ประชากรส่วนใหญ่เลือกวิธีการซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน โดยวิธีการสอบราคา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังไม่ได้จัดซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน แต่มีโครงการจะจัดซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินภายใน 3 ปีนี้ พร้อมทั้งต้องการทราบข้อมูลและชมการสาธิตโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ส่วนรายชื่อคู่แข่งทางการค้าและองค์กรที่เกี่ยวข้องที่พบในธุรกิจของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินในเขตจังหวัดสระบุรี ได้แก่ บริษัท นูแมพ จำกัด บริษัท ไทย จีโอกราฟฟิก จำกัด บริษัท ดีโอลูชั่น จำกัด ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุรนารี

ในเรื่องของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น จากการวิเคราะห์จำแนกประเภทพิจารณาได้จากสถิติ F-test ค่านัยสำคัญของ F-test ที่มีค่าต่ำกว่า 0.05 ก็คือ ตัวแปรงบประมาณ ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาดแสดงว่ากลุ่มมีความแตกต่างกัน หรือกลุ่มมีค่าเฉลี่ยไม่เท่ากันอย่างมากในตัวแปรดังกล่าว และเป็นตัวที่มีความสำคัญในการจำแนกประเภทได้ดีกว่าตัวแปรอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่า ถ้าองค์กรปกครองส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท้องถิ่นมีงบประมาณมากขึ้นและถ้าผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาดมากขึ้น จะทำให้ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้วิเคราะห์ในการตัดสินใจ และทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินเพิ่มขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี มุ่งที่จะนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ต่อธุรกิจของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินโดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. การศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับการนำโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ของผู้บริหารระดับนายกหรือปลัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรี ส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับสูง ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ในขณะเดียวกันควรจัดอบรมและให้ความรู้กับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องที่ต้องใช้งานโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดเก็บรายได้หรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายโยธา เพราะเจ้าหน้าที่เหล่านี้เป็นฝ่ายปฏิบัติที่ต้องใช้งานโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินโดยตรง

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ตัวแปรงบประมาณ ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด แสดงให้เห็นว่า ผู้บริหารระดับนายกหรือปลัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสระบุรีจะตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินโดยพิจารณาจากงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้นองค์กรธุรกิจควรศึกษาหาข้อมูลเรื่องงบประมาณและรายได้จากการเก็บภาษีของแต่ละองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดแผนทางการตลาด ส่วนปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษา ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ความสำคัญในเรื่องโปรแกรมมีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมายและโปรแกรมมีขั้นตอนการทำงานถูกต้องครบถ้วน ดังนั้นองค์กรธุรกิจควรศึกษาขั้นตอนการทำงานของระบบงานแผนที่ภาษีและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทะเบียนทรัพย์สินอย่างละเอียด เพื่อพัฒนาโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินที่มีขั้นตอนการทำงานถูกต้องครบถ้วนและมีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย

2.2 ด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องโปรแกรมมีราคาขายตามงบประมาณที่องค์กรกำหนดไว้ ดังนั้นองค์กรธุรกิจควรศึกษาหาข้อมูลเรื่องงบประมาณและกำหนดราคาให้เหมาะสมกับงบประมาณที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดไว้

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ความสำคัญในเรื่องการจัดจำหน่ายโดยพนักงานขายตรง ดังนั้นองค์กรธุรกิจควรมีพนักงานขายที่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินเป็นอย่างดีและมีจำนวนเพียงพอ ซึ่งเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการจัดหาและพัฒนาศักยภาพของพนักงานขาย องค์กรธุรกิจควรมีตัวแทนจำหน่ายโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินที่มีคุณภาพกระจายอยู่ในแต่ละพื้นที่ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกและยังเป็นช่องทางในการเพิ่มลูกค้าได้ดีอีกด้วย

2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องการชมการสาธิตโปรแกรมก่อนซื้อและการดูแลหลังการขาย ดังนั้นองค์กรธุรกิจและตัวแทนจำหน่ายต้องให้ข้อมูลและสาธิตการใช้งานโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินให้กับลูกค้าก่อนซื้อ อีกทั้งการดูแลหลังการขาย ในกรณีที่ลูกค้าเกิดปัญหาจากการใช้งาน ทางองค์กรธุรกิจควรมีการให้บริการตอบปัญหาการใช้งานโปรแกรมทางโทรศัพท์และเยี่ยมเยือนลูกค้าเพื่อซักถาม ให้คำแนะนำ ตอบคำถามและแก้ไขปัญหาเร่งด่วนให้กับลูกค้า และต้องอบรมและพัฒนาพนักงานที่ทำหน้าที่ให้บริการลูกค้าให้สามารถบริการได้อย่างดีที่สุด เพราะการบริการที่ดีนั้นจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

3. ปัจจัยทางด้านบุคคลผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า นายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นบุคคลที่ประชากรคิดว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมากที่สุด ดังนั้นพนักงานขายควรติดต่อและประสานงานการขายโดยตรงกับนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ส่วนวิธีการซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินส่วนใหญ่ใช้วิธีการสอบราคา ดังนั้นองค์กรธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาและเข้าใจวิธีการจัดซื้อโดยการสอบราคาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นอย่างดี

4. จากการศึกษาเรื่องคู่แข่งทางการค้าและองค์กรที่เกี่ยวข้องที่พบในธุรกิจของโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินในเขตจังหวัดสระบุรี จำนวน 5 ราย ทำให้บริษัท เอนวีเทค จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องศึกษาข้อมูลปัจจัยทางการตลาดทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาดของคู่แข่งทางการค้าและองค์กรที่เกี่ยวข้องแต่แต่ละราย เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน และกำหนดแผนทางการตลาดของบริษัทต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544. **การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย** SPSS for Windows. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กองราชการส่วนตำบลและส่วนพัฒนารายได้ สำนักบริหารราชการส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง. 2545. **คู่มือการจัดทำแผนที่ภาษี,**

กองราชการส่วนตำบลและส่วนพัฒนารายได้ สำนักบริหารราชการส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง. 2546. **คู่มือการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบล,**

งานภาษีและรายได้ ฝ่ายบำรุงท้องที่ ส่วนพัฒนาท้องที่ สำนักบริหารการปกครองท้องที่ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. 2541. **คู่มือการปฏิบัติงานเกี่ยวกับภาษีบำรุงท้องที่ของสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล.**

ชมชิด อิ่มวิทยา. 2545. **การวางแผนโครงสร้างพื้นฐานด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลเสาธงหิน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี.** กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พรทิพย์ วรพิทยาภรณ์. 2541. **การใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ของหน่วยงานรัฐบาลในจังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่ : การศึกษาอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนันท์ อภิวันทนาพร. 2545. **การตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

ศุภชัย บุญธีรารักษ์. 2540. **กระบวนการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่ : การศึกษาอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

ส่วนพัฒนารายได้ท้องถิ่น สำนักบริหารราชการส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.2541. **คู่มือการปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติภาษีโรงเรือนและที่ดิน พุทธศักราช** 2475.

ส่วนพัฒนารายได้ท้องถิ่น สำนักบริหารราชการส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.2541. **คู่มือการปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติภาษีป้าย พุทธศักราช** 2475.

สำนักบริหารราชการส่วนท้องที่ ส่วนระบบการปกครองท้องที่ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.2546. **ทำเนียบท้องที่ พุทธศักราช** 2546.

อดิศักดิ์ พันธุ์หอม. 2541. **พฤติกรรมการเลือกซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก. เชียงใหม่** : การศึกษาอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543. **การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุทิศา กมโล. 2542. **ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการดำเนินงานองค์การบริหารส่วนตำบล**. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Kotler, Philip. 1999. Marketing Management : Analysis Planning Implementation and control. 9th Edition. New jersey : Prentice Hall International, Inc.

http://www.envitec.co.th. **บริษัท เอนวีเทค จำกัด**.

http://www.gisda.or.th. **สมาคมสำรวจข้อมูลระยะไกลและสารสนเทศภูมิศาสตร์แห่งประเทศไทย**.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

http://www.sms.or.th. สมาคมการสำรวจและการแผนที่.

http://www.thailocaladmin.go.th. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น.

http://www.thaitambon.com. ไทยตำบล.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามโครงการการศึกษาอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

****

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตจังหวัดสระบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลพื้นฐานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย √ หน้าข้อที่ต้องการเลือก

1. เพศ
   - ☐ 1. ชาย
   - ☐ 2. หญิง

2. อายุ
   - ☐ 1. 20 - 30 ปี
   - ☐ 2. 31 - 40 ปี
   - ☐ 3. 41 - 50 ปี
   - ☐ 4. 51ปี ขึ้นไป

3. การศึกษา
   - ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
   - ☐ 2. ปริญญาตรี
   - ☐ 3. ปริญญาโท
   - ☐ 4. สูงกว่าปริญญาโท

4. ตำแหน่ง
   - ☐ 1. ปลัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
   - ☐ 2. นายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

5. งบประมาณที่วางไว้ในโครงการจัดซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน
   ..... (โปรดระบุ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการนำระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินมาใช้ในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย √ ในข้อที่ต้องการเลือก

ประเด็นคำถาม	ถูก	ผิด	ไม่ทราบ
1. กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย มีนโยบายให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกแห่งจัดทำจัดทำแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน			
2. รายได้จากการจัดเก็บภาษีมาจาก การจัดเก็บภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีบำรุงท้องที่และภาษีป้าย			
3. การจัดเก็บรายได้สนองนโยบายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น			
4. ความพร้อมในการจัดซื้อโปรแกรมขึ้นอยู่กับงบประมาณเท่านั้น			
5. อัตราภาษีต้องอ้างอิงตามพระราชบัญญัติการจัดเก็บรายได้			
6. โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินที่ดีจำเป็นต้องมีฐานข้อมูลและแผนที่			
7. ข้อมูลอ้างอิงในการสร้างแผนที่ภาษี คือ ภาพถ่ายทางอากาศและระวางที่ดิน			
8. ประชาชนในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนรวมในการตัดสินใจซื้อโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน			
9. โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้			
10. โปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินช่วยในการวางแผนจัดการข้อมูลเชิงพื้นที่ได้ เช่น จัดการระบบสาธารณูปโภค ผังเมือง			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 ด้านราคา

ลำดับ	ราคา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	โปรแกรมมีราคาถูก					
2	โปรแกรมมีราคาขายตามงบประมาณที่องค์กรกำหนดไว้					
3	มีส่วนลด					
4	ค่าใช้จ่ายนอกระบบ					
5	อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

1.3 ด้านการจัดจำหน่าย

ลำดับ	การจัดจำหน่าย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	พนักงานขายตรง					
2	ขายในงานแสดงสินค้า					
3	ส่งใบเสนอราคาและข้อมูลสินค้าทางโทรสาร					
4	ได้รับคำแนะนำจากคนที่รู้จัก/เพื่อน					
5	อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

1.4 ด้านการส่งเสริมการขาย

ลำดับ	การส่งเสริมการขาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	การสาธิตโปรแกรมก่อนซื้อ					
2	การฝึกอบรมใช้งานโปแกรมก่อนและหลังจำหน่าย					
3	การรับประกันโปรแกรมหลังซื้อ 1 ปี					
4	ดูแลหลังการขาย เช่น การให้บริการตอบปัญหาการใช้งานโปรแกรมทางโทรศัพท์					
5	อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของท่านต้องการทราบข้อมูล หรือชมการสาธิตโปรแกรมแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินหรือไม่

☐ 1. ต้องการ ☐ 2. ไม่ต้องการ

****

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล : นางสาวรัตนา ตั้งสิทธิศิลป์

วันเดือนปีเกิด : 7 ธันวาคม พ.ศ.2523

สถานที่เกิด : จังหวัดนครศรีธรรมราช

ประวัติการศึกษา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประวัติการทำงาน : บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (พ.ศ. 2545)
บริษัท โลตัส คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (พ.ศ. 2546)
บริษัท เอนวีเทค จำกัด (พ.ศ.2547–ปัจจุบัน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้