

การยอมรับและทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร

ACCEPTANCE AND ATTITUDES TO ENTER THE CASHLESS SOCIETY OF CONSUMERS IN BANGKOK

นางสาวโสภา ห้วยหงษ์ทอง

บทคัดย่อ

การศึกษางานวิจัยเรื่อง การยอมรับและทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 3. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลต่อการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 4. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน ทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือ (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลอง (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.954 และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.855 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อใช้ในการแจกแจงความถี่โดยแสดงตารางแบบค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นโดยจะใช้สถิติต่างๆ ดังนี้ independent – Sample T – Test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่มวิเคราะห์โดยใช้ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison) วิธีการทดสอบ Least Significant Difference (LSD) test

ผลการวิจัยตามสมมติฐานการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และระดับการศึกษา ทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ
คำสำคัญ: สังคมไร้เงินสด, การยอมรับ, ทัศนคติ

ABSTRACT

Research on acceptance and attitudes to enter the cashless society of consumers in Bangkok Objective 1. To study the acceptance of entering into the cashless society of consumers in Bangkok 2. To study attitudes towards the cashless society of consumers in Bangkok 3. To study personal characteristics factors for acceptance to enter the cashless society of consumers in the Bangkok area 4. to study personal factors on attitudes towards entering cashless society Consumers in Bangkok. The tool used to collect data for this research is questionnaire. Data collection is 400 people. Test the performance of the tool (Reliability) The questionnaire was used to test (Try out) with non-sample population of 30 sets of research and then used to find the confidence value using the Cronbach's Alpha Coefficient equal to 0.954 and find the Index of Item Objective Congruence (IOC) index which is 0.855. Descriptive statistics for use in frequency distribution by

showing the table, percentage, mean and standard deviation. Inferential statistics to test the hypothesis set up by using various statistics as follows: independent - Sample T - Test One-way ANOVA One-way ANOVA Analysis of individual differences Different Comparison of Multiple Comparison (Least Significant Difference) (LSD) test. The results of the research based on the assumption of accepting to go into the cashless society of consumers in Bangkok vary according to personal factors such as age and education level, attitude towards entering a cashless society of consumers in Bangkok. Differ according to personal factors such as age, education level and occupation.

keywords: Cashless Society, Cashless Economy, attitude

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สังคมโลก ณ ปัจจุบันกำลังขับเคลื่อนเข้าสู่ยุคสังคมไร้เงินสด ประเทศไทยและกระทรวงการคลังได้มอบหมายให้ธนาคารแห่งประเทศไทยผลักดันยุทธศาสตร์ National e-Payment ซึ่งเป็นระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อที่จะปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานของระบบธนาคารในประเทศและพร้อมยกระดับประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจยุคดิจิทัลไร้เงินสดดังที่หลายๆ ประเทศชั้นนำทั่วโลกกำลังดำเนินการ เช่น สวีเดน นอร์เวย์ จีน อินเดีย เกาหลีใต้และสิงคโปร์ การเปิดตัวบริการโอนเงินและรับโอนเงินแบบใหม่ “พร้อมเพย์” (PromptPay) หลังจากเปิดรับลงทะเบียนเข้าสู่ระบบข้อมูลกลางสำหรับธนาคารแล้วระบบจะพร้อมใช้งานได้ทันที ซึ่งพร้อมเพย์นี้ทำให้ค่าธรรมเนียมการโอนมีราคาถูกลง พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกให้สามารถใช้เพียงเลขบัตรประจำตัวประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์ในการทำธุรกรรม อันนี้โครงการนี้เป็นเพียงการดำเนินงานขั้นแรกของโครงการ National e-Payment จากทั้งหมด 5 โครงการ ได้แก่ ระบบการชำระเงินแบบ Any ID (PromptPay) การขยายใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โครงการ e-Payment ภาครัฐ และการให้ความรู้และส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้หากโครงการทั้งหมดทำสำเร็จครบถ้วนตามที่วางไว้ แผนกลยุทธ์ในการพัฒนาระบบการชำระเงินนี้จะได้อีกหนึ่งกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

ในอดีตหลายๆ ประเทศรวมถึงไทยด้วยมีการเริ่มเปลี่ยนแปลงจากสังคมเงินสด ไปสู่การใช้ระบบบัตรเครดิต และบัตรเดบิต หรือการบริการการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในการใช้จ่ายชำระค่าบริการในชีวิตประจำวัน แต่ระบบการเงินของธนาคารพาณิชย์ทั่วโลกก็ยังคงเป็นสังคมเงินสด ถึงแม้ว่าแนวคิดสังคมไร้เงินสดนี้จะมีเทคโนโลยีมารองรับและได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงินระดับโลกตั้งแต่ 52 ปีก่อน แต่ทว่ายังคงเป็นเรื่องยากที่จะทำให้ประชาชนยอมรับตัวเลขในหน้าจอแทนเงินสดที่ถืออยู่ในมือ ถึงแม้หลายๆ คนจะมองเงินสดว่าล้าสมัย แต่ความสำคัญของเงินสดในชีวิตประจำวันจะยังคงมีอยู่ อันนี้อุปสรรคของสังคมไร้เงินสด คือ การสูญเสียความเป็นส่วนตัวในธุรกรรมทางการเงิน อันเนื่องมาจากความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของธนาคาร เจ้าของกิจการและรัฐบาล กลุ่มคนบางส่วนคิดว่าหน่วยงานรัฐเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางการเงินได้จะทำให้สูญเสียอิสรภาพทางการเงิน ซึ่งอาจจะนำไปสู่การควบคุมอย่างเต็มรูปแบบของระบบการเงินการธนาคาร อุปสรรคประการที่สองคือการสงสัยในระบบรักษาความปลอดภัยของระบบการเงินออนไลน์ต่างๆ เนื่องจากการนำข้อมูลการเงินทุกอย่างเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ อาจจะทำให้การโจรกรรมข้อมูลและทำลายข้อมูลได้ง่าย อุปสรรคประการที่สามคือจะทำให้การบริโภคสินค้าและบริการพุ่งเพิกเกินความจำเป็น เพราะว่าความสะดวกสบายจะเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมีการใช้สอยจ่ายมากขึ้น หากไม่ได้ถือเงินสดอยู่ในมือก็สามารถใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือจ่ายสินค้าได้โดยไม่ต้องกังวลว่าจะมีเงินสดหรือไม่

ดังนั้น ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัยของระบบและแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเกินตัวจึงยังเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้สังคมไร้เงินสดนี้ถูกต่อต้าน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องการยอมรับและทัศนคติของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

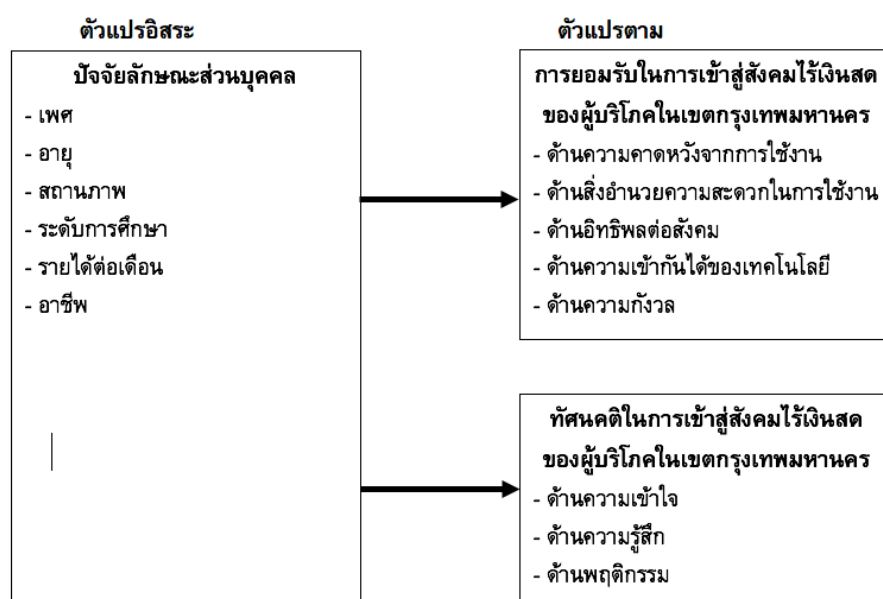
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลต่อการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ดำเนินการศึกษาปัจจัยการยอมรับ ประกอบด้วย ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านอิทธิพลต่อสังคม ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี ด้านความกังวล และดำเนินการศึกษาปัจจัยทัศนคติ ประกอบด้วย ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ W.G. Cochran ที่ไม่ทราบประชากรที่แน่นอนโดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 384 คน เพื่อความครบถ้วนของข้อมูลผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มต้นตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือน เมษายน 2562

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. การยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล
2. ทศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบการยอมรับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการศึกษาสังคมไร้เงินสด

วิธีการดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 384 คน เพื่อความครบถ้วนของข้อมูลผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาและทบทวนเอกสาร วารสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและทัศนคติสังคมไร้เงินสด โดยการดำเนินการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา แล้วกำหนดเป็นกรอบแนวคิดให้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

2. สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนดในข้อ 1 โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความคาดหวังจากการทำงาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านอิทธิพลต่อสังคม ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี ด้านความกังวล มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้น้ำหนักของคะแนน ดังนี้

มากที่สุด	ให้	5 คะแนน
มาก	ให้	4 คะแนน
ปานกลาง	ให้	3 คะแนน
น้อย	ให้	2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้น้ำหนักของคะแนน ดังนี้

มากที่สุด	ให้	5 คะแนน
มาก	ให้	4 คะแนน
ปานกลาง	ให้	3 คะแนน
น้อย	ให้	2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 0.855

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลอง (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.946

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม จากนั้นเก็บข้อมูลภาคสนามจำนวน 200 ชุด และแจกแบบสอบถามผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ 200 ชุด ให้กับประชากรที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ นำเสนอเป็นตารางประกอบการบรรยายผล

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับและทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย โดยกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ แปลความหมาย ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายความว่า	ระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายความว่า	ระดับมาก
2.61 - 3.40	หมายความว่า	ระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายความว่า	ระดับน้อย
1.00 - 1.80	หมายความว่า	ระดับน้อยที่สุด

3. ทดสอบสมมติฐานจำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ต่อเดือน อาชีพ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อใช้ในการแจกแจงความถี่โดยแสดงตารางแบบค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นโดยจะใช้สถิติต่างๆ ดังนี้ independent – Sample T – Test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่มวิเคราะห์โดยใช้ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison) วิธีการทดสอบ Least Significant Difference (LSD) test

สรุปผลงานวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาสรุปผลงานวิจัย ดังนี้

1. ผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 เพศชาย จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 ด้านอายุ มากที่สุดคือ อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และน้อยที่สุดคือ อายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ด้านสถานภาพ มากที่สุดคือ โสด จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ สมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 และน้อยที่สุดคือ หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ด้านระดับการศึกษา มากที่สุดคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และน้อยที่สุดคือ อื่นๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ด้านรายได้ต่อเดือน มากที่สุดคือ 15,000 – 30,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมาคือ 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 มากกว่า 60,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และน้อยที่สุดคือ 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ด้านอาชีพ มากที่สุดคือ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมาคือ นักเรียน / นักศึกษา และข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวนเท่ากัน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และน้อยที่สุดคือ อื่นๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

2. ผลวิเคราะห์การยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.91 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ มากที่สุดคือ ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี รองลงมาคือ ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน ด้านอิทธิพลต่อสังคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และน้อยที่สุดคือ ด้านความกังวล ตามลำดับ สรุปเป็นรายด้านดังนี้

2.1 การยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ มากที่สุดคือ ท่านคาดหวังว่าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ท่านคิดว่าการใช้บริการสังคมไร้เงินสดช่วยให้ตรวจสอบข้อมูลทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว ท่านคิดว่าการใช้บริการสังคมไร้เงินสดทำให้ท่านลดความเสี่ยงจากการถือเงินสด ท่านคิดว่าการใช้บริการสังคมไร้เงินสดช่วยให้ตรวจสอบข้อมูลทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว และน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าการใช้บริการสังคมไร้เงินสด ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลส่วนบุคคลหรือองค์กร ตามลำดับ

2.2 การยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.96 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ มากที่สุดคือ ท่านคิดว่าการเข้าถึงการให้บริการสังคมไร้เงินสดมีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา รองลงมาคือ ท่านมีช่องทางเลือกใช้บริการได้หลายรูปแบบ เช่น Mobile Banking บัตรเครดิต บัตรเดบิต e-Money เป็นต้น ท่านคิดว่ามีอุปกรณ์ และเครื่องมือเพียงพอในการให้บริการ

เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ท่านคิดว่าเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีเสถียรภาพ และครอบคลุมพื้นที่เพียงพอที่จะเป็นรากฐานของการใช้จ่ายแบบไร้เงินสด ท่านคิดว่าการใช้บริการสังคมไร้เงินสดเป็นเรื่องยากที่จะมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล ตามลำดับ

2.3 การยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านอิทธิพลต่อสังคม โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.98 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ มากที่สุดคือ ท่านคิดว่าการใช้บริการสังคมไร้เงินสดมีแนวโน้มที่จะค่อยๆ เริ่มใช้กันอย่างแพร่หลาย รองลงมาคือ ภาคเอกชนมีการผลักดันการให้บริการสังคมไร้เงินสด เช่น Rabbit LINE Pay, TrueMoney Wallet, mPay ท่านคิดว่าการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการสังคมไร้เงินสดทางสื่อต่างๆ มีผลต่อสังคมไร้เงินสด ท่านคิดว่าการที่สถาบันการเงินประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบข้อมูลสังคมไร้เงินสดจะมีผลต่อสังคมไร้เงินสด ท่านคิดว่าการที่สถาบันการเงินประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบข้อมูลสังคมไร้เงินสดจะส่งผลต่อสังคมไร้เงินสด ท่านคิดว่ารัฐบาลให้การสนับสนุนการให้บริการสังคมไร้เงินสดอย่างเต็มที่ และน้อยที่สุดคือ บุคคลใกล้ชิดของท่านมีอิทธิพลต่อการให้บริการสังคมไร้เงินสด ตามลำดับ

2.4 การยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ มากที่สุดคือ แอปพลิเคชันที่ท่านใช้ช่วยเพิ่มความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการมากขึ้นกว่าการชำระเงินด้วยเงินสด รองลงมาคือ แอปพลิเคชันที่มีอยู่ช่วยให้ท่านสามารถบรรลุเป้าหมายในการชำระสินค้าและบริการ ท่านคิดว่าการใช้ระบบของโทรศัพท์มือถือ Android, iOS และระบบอื่นๆ เหมาะสมกับการให้บริการสังคมไร้เงินสด แอปพลิเคชันที่ท่านใช้มีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสมกับการใช้บริการสังคมไร้เงินสด ท่านคิดว่าการให้บริการสังคมไร้เงินสดมีความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล ตามลำดับ

2.5 การยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความกังวล โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ มากที่สุดคือ ท่านคิดว่าเป็นไปได้ที่รัฐบาลจะนำข้อมูลของท่านมาตรวจสอบข้อมูลทางการเงินย้อนหลัง รองลงมาคือ ท่านกังวลเรื่องการโจรกรรมข้อมูลทางไซเบอร์ ท่านคิดว่าสังคมไร้เงินสดทำให้ท่านมีแนวโน้มใช้จ่ายเกินตัว ท่านเชื่อว่าผู้ประกอบการในปัจจุบันมีความพร้อมที่จะรับชำระเงินแบบไร้เงินสด ท่านคิดว่าระบบที่มีอยู่ ณ ปัจจุบันมีความปลอดภัย และน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าสังคมไร้เงินสดทำให้ท่านสูญเสียความเป็นส่วนตัว ตามลำดับ

3. ผลวิเคราะห์ทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้าใจ โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.90 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ มากที่สุดคือ ท่านเข้าใจความหมายของ คำว่า สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) และ ท่านเข้าใจถึงขั้นตอนการให้บริการสังคมไร้เงินสด รองลงมาคือ ท่านเข้าใจถึงข้อดี – ข้อเสียของการให้บริการสังคมไร้เงินสด การให้บริการสังคมไร้เงินสดจะลดความสำคัญของเงินที่จับต้องได้ และน้อยที่สุดคือ การใช้บริการสังคมไร้เงินสดจะทำให้เศรษฐกิจเติบโต ตามลำดับ สรุปเป็นรายด้าน ดังนี้

3.1 ทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้าใจ โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.90 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ มากที่สุดคือ ท่านเข้าใจความหมายของ คำว่า สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) และ ท่านเข้าใจถึงขั้นตอนการให้บริการสังคมไร้เงินสด รองลงมาคือ ท่านเข้าใจถึงข้อดี – ข้อเสียของการให้บริการสังคมไร้เงินสด การให้บริการสังคมไร้เงินสดจะลดความสำคัญของเงินที่จับต้องได้ และน้อยที่สุดคือ การใช้บริการสังคมไร้เงินสดจะทำให้เศรษฐกิจเติบโต ตามลำดับ

3.2 ทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความรู้สึก โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ มากที่สุดคือ ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการสังคมไร้เงินสดแล้ว เกิดความสะดวกรวดเร็ว รองลงมาคือ ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการสังคมไร้เงินสด ใช้เวลาไม่นานในการดำเนินการจนสำเร็จ ท่านรู้สึกว่าการให้บริการสังคมไร้เงินสดแล้ว ลดการถูกเอารัดเอาเปรียบ เช่น ค่าธรรมเนียม, การบดเคี้ยวขึ้นเป็นจำนวนเต็มหากจำนวนเงินเป็นเศษสตางค์ ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการสังคมไร้เงินสด มีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ท่านรู้สึกว่าการใช้เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการสังคมไร้เงินสดน่าสนใจ และน้อยที่สุดคือ ท่านรู้สึกว่าการบริการสังคมไร้เงินสดมีความปลอดภัย และน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

3.3 ทศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านพฤติกรรม โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณารายชื่อ มากที่สุดคือ สังคมไร้เงินสดทำให้ท่านทำธุรกรรมทางการเงินบ่อยขึ้น รองลงมาคือ สังคมไร้เงินสดทำให้ท่านเปลี่ยนแปลงวิธีการทำธุรกรรมทางการเงินแบบถือเงินสด ท่านเรียนรู้ที่จะควบคุมการทำงานของแอปพลิเคชันสังคมไร้เงินสด สังคมไร้เงินสดทำให้รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของท่านเปลี่ยนไปจากเดิม และน้อยที่สุดคือ สังคมไร้เงินสดทำให้ท่านวางแผนทางการเงินได้

4. ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสรุปผลเป็นรายสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

สมมติฐานย่อย 1.1 การยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ในภาพรวม มีค่า $t = -0.094$ และ ค่า Sig. = 0.925 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับ H_0 = การยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานย่อย 1.2 การยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ในภาพรวม มีค่า $F - Test = 4.438$ และ ค่า Sig. = 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ H_1 = การยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มอายุ 20 - 30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี 2) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 41 - 50 ปี ด้านอิทธิพลต่อสังคมมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ จำนวน 1 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านอิทธิพลต่อสังคม ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 20 - 30 ปี กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี กลุ่มอายุ 41 - 50 ปี และ มากกว่า 50 ปี ขึ้นไป ความเข้ากันได้ของเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ จำนวน 3 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 20 - 30 ปี กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี 2) กลุ่มอายุ 20 - 30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 41 - 50 ปี 3) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 41 - 50 ปี ความกังวลค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ จำนวน 4 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความกังวล ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 20 - 30 ปี กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป 2) กลุ่มอายุ 20 - 30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความกังวล ต่ำกว่า กลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป 3) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความกังวล ต่ำกว่า กลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป 4) กลุ่มอายุ 41 - 50 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความกังวล ต่ำกว่า กลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป

สมมติฐานที่ 2 ทักษะคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัย
ลักษณะส่วนบุคคล

สมมติฐานย่อย 2.1 ทศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ในภาพรวม มีค่า $t = 0.381$ และ ค่า $\text{Sig.} = 0.619$ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับ $H_0 =$ ทศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานย่อย 2.2 ทศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ในภาพรวม มีค่า $F - Test = 5.519$ และ ค่า $Sig. = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ $H1 =$ ทศคนคิดในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยด้านความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้าใจ ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี และ มากกว่า 50 ปี ขึ้นไป 2) กลุ่มอายุ 20 – 30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้าใจ ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี และ กลุ่มอายุ 41 – 50 ปี ด้านความรู้สึกรู้สึกมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความรู้สึกรู้สึก ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 20 – 30 ปี 2) กลุ่มอายุ 20 – 30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความรู้สึกรู้สึก ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี ด้านพฤติกรรมมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ จำนวน 3 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านพฤติกรรม ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 20 – 30 ปี 2) กลุ่มอายุ 20 – 30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านพฤติกรรม ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 41 – 50 ปี 3) กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านพฤติกรรม ต่ำกว่า กลุ่มอายุ 41 – 50 ปี

สมมติฐานย่อย 2.3 ทศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านสถานภาพ

ผลการวิเคราะห์ในภาพรวม มีค่า F – Test = 1.425 และ ค่า Sig. = 0.242 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า ยอมรับ H0 = ทศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านสถานภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานย่อย 2.4 ทศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ในภาพรวม มีค่า F – Test = 1.425 และ ค่า Sig. = 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ H1 = ทศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยด้านความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อทศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้าใจ ต่ำกว่า ระดับการศึกษาปริญญา

ตรี และ ระดับการศึกษาปริญญาโท 2) กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้าใจ ต่ำกว่า กลุ่มระดับการศึกษาอื่นๆ 3) กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโท มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้าใจ ต่ำกว่า กลุ่มระดับการศึกษาอื่นๆ ความรู้สึกมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ จำนวน 1 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโท มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความรู้สึก ต่ำกว่า กลุ่มระดับการศึกษาอื่นๆ พฤติกรรมมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านพฤติกรรม ต่ำกว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโท 2) กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโท มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านพฤติกรรม ต่ำกว่า กลุ่มระดับการศึกษาอื่นๆ

สมมติฐานย่อย 2.5 ทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์ในภาพรวม มีค่า $F - Test = 1.094$ และ ค่า $Sig. = 0.359$ ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า ยอมรับ $H_0 =$ ทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานย่อย 2.6 ทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ในภาพรวม มีค่า $F - Test = 2.875$ และ ค่า $Sig. = 0.023$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ $H_1 =$ ทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยด้านความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ จำนวน 1 คู่ ได้แก่ 1) อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้าใจ ต่ำกว่า อาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน ด้านพฤติกรรมมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา จำนวน 3 คู่ ได้แก่ 1) อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านพฤติกรรม ต่ำกว่า อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ อาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน 2) อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านพฤติกรรม ต่ำกว่า อาชีพอื่นๆ 3) อาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านพฤติกรรม ต่ำกว่า อาชีพ

อภิปรายผล

ปัจจัยการยอมรับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน พบว่า คาดหวังว่าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน พบว่า การเข้าถึงการให้บริการสังคมไร้เงินสดมีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา ด้านอิทธิพลต่อสังคม พบว่า ท่านคิดว่าการให้บริการสังคมไร้เงินสดมีแนวโน้มที่จะค่อยๆ เริ่มใช้กันอย่างแพร่หลาย ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี พบว่า แอปพลิเคชันที่ท่านใช้ช่วยเพิ่มความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการมากขึ้นกว่าการชำระเงินด้วยเงินสด ด้านความกังวล พบว่า กังวลเรื่องเป็นไปได้ที่รัฐบาลจะนำข้อมูลของท่านมาตรวจสอบข้อมูลทางการเงินย้อนหลัง สอดคล้องกับสราวุธ ควชะกุล (2557) ศึกษาความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความไว้วางใจในการใช้ บริการธนาคารออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าด้านความปลอดภัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเว็บไซต์ของธนาคารมีข้อความตอบกลับทุกครั้งเพื่อ

ยืนยันความถูกต้องของการทำธุรกรรมมากที่สุดด้านความเป็นส่วนตัวพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ เว็บไซต์ของธนาคารมีการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลไว้เป็นความลับมากที่สุดด้านประโยชน์ที่ได้รับพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้บริการได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการมากที่สุดด้าน ความสะดวกการใช้งาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับธนาคารออนไลน์ช่วยให้สะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องมาจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครยังมีความกังวลทางด้านความปลอดภัยในเรื่องของการคุกคาม การโจรกรรมข้อมูลทางการเงิน ได้รับข่าวสารถึงการโจรกรรมข้อมูลส่วนตัว เช่น เมื่อเดือน เมษายน 2561 ประชาชนร้องเรียนไปยัง คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสช.) เกี่ยวกับการขายข้อมูลส่วนบุคคลของค่ายมือถือ ซึ่งจากการตรวจสอบแล้วพบว่าเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นจริง ปัจจุบันทัศนคติการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้าใจ พบว่า ท่านเข้าใจความหมายของ คำว่า สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) และท่านเข้าใจถึงขั้นตอนการให้บริการสังคมไร้เงินสด ด้านความรู้สึก พบว่า ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการสังคมไร้เงินสดแล้ว เกิดความสะดวก รวดเร็ว ด้านพฤติกรรม พบว่า สังคมไร้เงินสดทำให้ท่านทำธุรกรรมทางการเงินบ่อยขึ้น สอดคล้องกับทฤษฎีของ Mcquire (1969) ได้อธิบายกระบวนการเปลี่ยนทัศนคติซึ่งมีอยู่ 5 ขั้นตอน ดังนี้ การสนใจ, ความเข้าใจ, การยอมรับ, ความจำ, ผลการวิเคราะห์เห็นได้ว่าในมุมมองของคนในกรุงเทพมหานครต่อสังคมไร้เงินสดมีทัศนคติที่ดี เนื่องจากผลอยู่ในระดับมากในทุกด้าน อันเนื่องมาจากสถาบันการเงินต่างๆ ที่เป็นธนาคารและไม่ใช่ธนาคาร ธนารักษ์ และแนะนำ เกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันทางการเงิน ประชาสัมพันธ์ระบบความปลอดภัย การโอน รับชำระค่าสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ ส่งผลให้ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีทัศนคติที่ดี ผลการเปรียบเทียบการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพศ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และอาชีพต่างกัน มีความเห็นการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดไม่แตกต่างกัน อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความเห็นต่อการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกัน สอดคล้องกับพชร แก้วเขียว (2555) การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่น 1) การรับรู้ถึงความง่าย 2) การรับรู้ถึงประโยชน์ 3) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือที่มีต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม และ 4) เพื่อศึกษาผลของเจตนาเชิงพฤติกรรมต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่น โดยอาศัยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ทั้งที่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็นและไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น กลุ่มตัวอย่างได้แก่ วัยรุ่น อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี จำนวน 400 คน จาก 10 เขตในกรุงเทพมหานคร ผู้เข้าร่วมการศึกษาตอบแบบสอบถาม 5 ส่วน ซึ่งประกอบคำถามดังนี้ 1) คำถามลักษณะทางประชากร 2) คำถามการรับรู้ความง่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ 3) คำถามการรับรู้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ 4) คำถามเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ และ 5) คำถามพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ ผลวิจัยพบว่า การรับรู้ถึงความง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์ต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมและเจตนาเชิงพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่น

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากในปัจจุบันสถาบันการเงินมีการแข่งขันกันสูง มีหลากหลาย ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาปัจจัยพื้นฐาน พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจไม่ใช้เงินสดของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย ผู้ประกอบการจึงจำเป็นที่จะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและ สนองตอบความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด
2. การศึกษาครั้งนี้กำหนดขอบเขตกลุ่มประชากรไว้เพียงจำนวน 400 คน ซึ่งอาจยังไม่เพียงพอที่จะเป็นตัวแทนของประชากรที่สนใจศึกษา ฉะนั้นควรเก็บตัวอย่างให้มีจำนวนมากพอ และหลากหลายกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลใกล้เคียงประชากรทั้งหมด

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิจัยในครั้งนี้ เพื่อศึกษาเรื่อง การยอมรับและทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ที่มีความสนใจในเรื่องสังคมไร้เงินสด สามารถนำข้อมูลไปพัฒนาต่อไป

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ เรืองรักษ์ จำปาเงิน ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของงานวิจัย รวมทั้งสละเวลาให้คำแนะนำ และความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการวิจัย การปรับปรุงงานวิจัยและการนำเสนองานวิจัยนี้

ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีความสนใจในเรื่องสังคมไร้เงินสด หากงานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใดผู้วิจัยต้องขออภัย ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์ และนิตนา ฐานิตธนกร. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. ใน การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 12. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

คอตเลอร์, ฟิลลิป (2546: 24) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) [ออนไลน์].

<http://spsstheisis.blogspot.com/>. (สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2561)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2556). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พิชญ์ปิยา เฟื่องผ่อง และ นิตนา ฐานิตธนกร. (2559). การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ การเน้น

ราคาประหยัด และความแปลกใหม่ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ของสาย

การบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี

2016 เศรษฐกิจดิจิทัลในบริบทของวิสาหกิจเริ่มต้น. กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยสยาม.

Doob, L. W. (1947). The behavior of attitudes. Psychological Review

DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (1996). Theories of mass communication. London: Longman.

Premkumar, G., Ramamurthy, K. and Nilakanta, S. (1994). Implementation of Electronic Data Interchange.

Journal of Management Information System. 11 (September): 157-186 Eagly, A. H. & Chaiken, S.

(1993). The Psychology of Attitudes. Fort Worth, Texas: Harcourt Brace Jonovich.

Faruq, M.A. (2016). The moderating effect of technology awareness on the relationship between

UTAUT constructs and behavioral intention to use technology.

Australian Journal of Business and Management Research, 3, 14-23

Foster, George M. (1973). Tradition Societies and Technological Change. New York: Harper and Row Publishers

Jansorn, T. (2015). Study of acceptance factors for electronic payment services. ISS& MLB Journal, 452-461

Junadi. (2015). A model of factors influencing consumer's intention to use epayment system in Indonesia.

International conference on computer science and computational intelligence (ICCSICI), (8), 214-220.

Katz, R.L. (1995). "Skill of an Effective Administrator," Harvard Business Review. 33 (1)

Krech, David; Crutchfield, Rechad S.; and Pallachey, Egerton L. (1962). Individual in Society. New

York: McGraw-Hill.

McGuire, W. J. (1969). The Nature Of Attitude And Attitude Change: The Handbook Of Social

- Mowen, John C. and Michael Minor. (1998). Consumer Behavior. 5 th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Mowen, John C. and Michael Minor. (1998). Consumer Behavior. 5 th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Premkumar, G., & Roberts, M. (1999). Adoption of New Informaton Technologies in Rural Small Business.Omega. 27(2), pp. 467-484.
- Rogers, E. R., & Shoemaker, F. F. (1971). Communication of Innovation: A Cross-cultural Approach. New York: The Free Press.
- Rogers E. M. & F.S. Shoemaker (1983) "Communication of Innovation: A Cross Cultural Approach"
New York: Free Press
- Rogers, E.M. (1963). Diffusion of Innovation. New York: The Free Press.
- Rogers, Everett M. (1983). Diffusion of Innovation. New York: The Free Press.
- Rokeach, Milton. (1970). Beliefs, Attitudes and Values. San Francisco: Jossey Basso, Inc
- Shaw, M.E. And Wright, J.N. (1967). Scale for the Measurement of Attitudes. New York: McGraw-Hill.
- Yin, C. (2015). An empirical study on users' online payment behavior of tourism website. E- Business Engineering (ICEBE), 214-219.