

**ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการ  
บริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้"  
ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก**

**The Effect of Public Attitudes Towards Government Administration  
Regarding Domestic Consumption Promotion Measures Using a Cashless  
Society Model: A Case Study of "Chim-Shop-Chai Program" on the Business  
Performance of Entrepreneurs in Nakhon Nayok Province**

ศศิวิมล ปานสัมฤทธิ์  
Sasiwimol Parnsumrit

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" " ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก (2) เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก (3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชน ในจังหวัดนครนายก ทั้งหมด 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.875 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า (1) เพศและอายุของประชาชน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" " ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ของประชาชน ประสบการณ์การลงทะเลเบียนเข้าร่วมมาตรการ ชิม ช้อป ใช้ และหมวด

ธุรกิจที่เลือกไปใช้จ่าย ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาล เกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้จ่าย" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกัน (2) ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้จ่าย" ซึ่งประชาชนเห็นด้วยมากที่สุดจะเป็นด้านสังคมไร้เงินสด ข้อที่เห็นด้วยมากที่สุดคือ ธุรกรรมการเงินที่ไม่ต้องใช้เงินสด

**คำสำคัญ :** ทัศนคติของประชาชน, มาตรการ ชิม ช้อป ใช้จ่าย, สังคมไร้เงินสด

### ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study the personal factors affecting people's attitudes towards government administration regarding domestic consumption promotion measures using a cashless society model under a case study of "Chim-Shop-Chai (eat-buy-spend) Program" affecting the business performance of entrepreneurs in Nakhon Nayok Province, (2) to study people's attitudes towards government administration regarding domestic consumption promotion measures using a cashless society model under a case study of "Chim-Shop-Chai (eat-buy-spend) Program" affecting the business performance of entrepreneurs in Nakhon Nayok Province, and (3) to study the suggestions for government administration regarding domestic consumption promotion measures using a cashless society model under a case study of "Chim-Shop-Chai (eat-buy-spend) Program" affecting the business performance of entrepreneurs in Nakhon Nayok Province. The sample of this study was 400 people in Nakhon Nayok Province. The instrument used in the research was a questionnaire with a reliability of 0.875. Data collected were analyzed using statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. The differences of means were analyzed using One Way Analysis of Variance with a set statistical significance level of 0.05.

The results of this research indicated that (1) the respondents with different gender and age had different attitudes towards government administration regarding domestic consumption promotion measures using a cashless society model under a case study of "Chim-Shop-Chai (eat-buy-spend) Program" affecting the business performance of entrepreneurs in Nakhon Nayok Province. In contrast,

the respondents with different income, prior experience to register the Chim-Shop-Chai program, and business category selected had indifferent attitudes towards government administration regarding domestic consumption promotion measures using a cashless society model under a case study of “Chim-Shop-Chai (eat-buy-spend) Program” affecting the business performance of entrepreneurs In Nakhon Nayok Province. (2) The respondents agreed with government administration regarding domestic consumption promotion measures using a cashless society model under a case study of “Chim-Shop-Chai Program. An aspect with the highest agreement level was cashless society. An item with the highest agreement level was item 11: financial transactions rely on caseless system.

**Keywords :** Public attitudes, Chim-Shop-Chai (eat-buy-spend) measures, Cashless society

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หนึ่งในนโยบาย Thailand 4.0 ที่รัฐบาลได้ประกาศออกมานั้น คือการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ซึ่งมีนโยบายที่สำคัญ คือ การพัฒนาด้านดิจิทัลทางการเงิน เป็นการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการทำธุรกรรมต่างๆ ทางการเงิน ซึ่งกระทรวงการคลังได้ร่วมกับธนาคารแห่งประเทศไทย ร่วมกันวางแผนพัฒนาระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National e-payment) เพื่อปรับ โครงสร้างพื้นฐานของระบบธนาคารภายในประเทศและผลักดันให้ประเทศไทยเข้าสู่เศรษฐกิจยุคดิจิทัลไร้เงินสด หรือที่หลายประเทศเรียกกันว่า “สังคมไร้เงินสด” หรือ Cashless Society คือ ลดการใช้เงินสดและลดความสำคัญของเงินสด เปลี่ยนมาทำธุรกรรมทางการเงินทางดิจิทัลมากขึ้น ตัวอย่างของรูปแบบสังคมไร้เงินสดในประเทศไทย ที่ผู้วิจัยได้ยกมานั้น ได้แก่ มาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ หรือที่รู้จักกันในชื่อ มาตรการ "ชิม ช้อป ใช้" เป็นมาตรการที่รัฐบาลต้องการใช้กระตุ้นเศรษฐกิจ การค้าและการท่องเที่ยวในประเทศ และเพื่อการมุ่งสู่สังคมไร้เงินสดซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการเสริมสร้างเศรษฐกิจดิจิทัลสู่ยุค Thailand 4.0

ผู้วิจัยเป็นหนึ่งในประชาชนที่ได้ลงทะเบียนรับสิทธิ์เข้าร่วมมาตรการ ชิม ช้อป ใช้ นี้ จึงต้องการศึกษาทัศนคติของประชาชนคนอื่นๆ ต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลในการออกมาตรการนี้ จึงเกิดเป็นหัวข้อวิจัยเรื่อง ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของ

ผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก โดยผลการวิจัยที่นี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ เพื่อทราบถึงความต้องการของประชาชน และนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินกิจการ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ไข่" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก และเพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ไข่" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก รวมถึง ศึกษาข้อเสนอแนะของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ไข่"

### สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ไข่" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ไข่" มีความสัมพันธ์กับธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก

### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ การศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ไข่" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก โดยมีตัวแปรต้นคือ ปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ตัวแปรตามคือ ธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก ขอบเขตด้านประชากร คือ ประชาชน ในจังหวัดนครนายก จำนวน 400 คน ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยได้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2562 – มีนาคม 2563 โดยขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร รีสอร์ท ในจังหวัดนครนายก

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Thurstone & Chave (อ้างอิงในกรวิวิท กรประเสริฐวิทย์, 2558) อธิบายว่า ทักษะคติ (Attitude) เป็นความรู้สึก และความคิดโดยรวมของบุคคล ซึ่งอาจเป็นทางบวกหรือทางลบ เช่น ความชอบ ความมีอคติ ข้อคิดเห็น ความกลัว ความเชื่ออย่างมั่นคง ที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยทักษะคติจะแสดงออกมาทางความคิดเห็น (Opinion) ดังนั้นจึงถือได้ว่าความคิดเห็นของบุคคลเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงทัศนคติของบุคคลนั่นเอง

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2562) ได้อธิบายถึง รูปแบบของสังคมไร้เงินสด ว่าเป็นนวัตกรรมทางการเงิน (financial innovation) ที่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม โดยมีพัฒนาการทางเทคโนโลยีให้เกิดเป็นวิวัฒนาการของ “เงิน” และ “รูปแบบการชำระเงิน” ซึ่งในปัจจุบัน ได้มีการพัฒนาระบบการชำระเงินระหว่างกันโดยไม่อาศัยตัวกลาง (decentralized) อีกทั้ง เทคโนโลยียังช่วยให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ ที่ใช้แทนเงินสด อาทิ เช็ค บัตรเครดิต บัตรเดบิต เงินดิจิทัล (digital money หรือ e-money) จนมาในปัจจุบันเริ่มมีแนวคิดพัฒนาสกุลเงินดิจิทัล (digital currencies) ที่ ใช้แทนสกุลเงินท้องถิ่น (fiat currencies) ซึ่งจะเห็นได้ว่าวิวัฒนาการของเงินและระบบการเงินเช่นนี้ จำเป็นต้องอาศัยพัฒนาการทางเทคโนโลยีและระบบโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสาร โทรคมนาคมรองรับ เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สมาร์ทโฟน เทคโนโลยี 3G/4G/5G เทคโนโลยี digital ledger technologies (DLT) หรือ blockchain

กระทรวงการคลัง (2562) ได้เสนอมาตรการที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยหนึ่งในนั้น คือ มาตรการส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ “ชิม ช้อป ใช้” เป็นมาตรการที่ใช้กระตุ้นเศรษฐกิจ การค้าและการท่องเที่ยวในประเทศ หลักการก็คือ รัฐบาลจะใส่เงินเข้าไปในระบบเศรษฐกิจโดยผ่านประชาชน คือ รัฐบาลจะแจกเงิน 1,000 บาท ให้ประชาชนที่มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนด โดยที่ประชาชนต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมมาตรการ และทำตามขั้นตอนการรับสิทธิ์ โดยที่เงินส่วนนี้จะอยู่ในแอปพลิเคชันกระเป๋าตังค์อิเล็กทรอนิกส์ (G-Wallet) ชื่อว่า “เป็ดตัง” โดยสามารถนำเงินไปใช้จ่ายใน 3 รูปแบบ คือ “ชิม” สำหรับการใช้ในร้านอาหารและเครื่องดื่ม “ช้อป” สำหรับใช้ซื้อสินค้าในร้านค้า ห้างสรรพสินค้าที่ร่วมโครงการ และ “ใช้” สำหรับการท่องเที่ยว รวมถึงที่พัก ที่ได้ขึ้นทะเบียนกับมาตรการนี้ ซึ่งใช้ได้เฉพาะในจังหวัดที่ลงทะเบียนไว้เท่านั้น และต้องไม่ตรงกับทะเบียนบ้านตามบัตรประชาชน

อุษา จันทร์กล้า (2562) เปิดเผยผลการวิจัย มาตรการ ชิม ช้อป ใช้ จากกลุ่มตัวอย่าง 500 คน ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างอายุ 51-60 ปี มองว่านโยบายนี้ดี ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจได้ สามารถกระจายรายได้ ไปสู่ร้านค้า หรือธุรกิจรายย่อยได้ 97%จากจำนวนประชากรทั้งหมด มีความ

เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของโครงการ และยินดีที่จะแนะนำให้ญาติ และเพื่อนฝูง ร่วมรับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลอีกด้วย และเมื่อศึกษาถึงหมวดของสินค้าและบริการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกไปใช้จ่ายนั้นปรากฏว่า หมวด “ซ้อป” ถูกเลือกมากที่สุด มีสัดส่วน ซิม : ซ้อป : ไซ้ ดังนี้ 35 : 61 : 4 และส่วนมากเลือกไปไซ้ที่ร้านค้าธงฟ้าเป็นส่วนมาก ซึ่งส่วนใหญ่มองว่าวงเงินที่รัฐบาลให้ 1,000 บาทนั้น เพียงพอแล้ว และมีการใช้จ่ายมากกว่าปกติ แต่ก็มีประชาชนจำนวนหนึ่ง แสดงความเห็นที่ไม่สามารถเข้าสู่ระบบได้ และยังคงตามหาร้านค้าหรือธุรกิจที่เข้าร่วมมาตรการนี้ จากการสำรวจนี้ มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ไม่เห็นด้วยกับนโยบายของรัฐบาล

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ซิม ซ้อป ไซ้" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง (content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ ได้การประเมินค่า IOC ของทุกข้อคำถามเกินกว่า 0.50 แสดงว่าแบบสอบถามทุกข้อที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมีความถูกต้องของเนื้อหา และนำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้วิธี หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha coefficient) โดยมีค่าระหว่าง  $0 < \alpha < 1$  มีค่าใกล้เคียงกับ 1 และต้องมีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า 0.70 ขึ้นไป แบบสอบถาม จึงจะนำไปใช้ได้ ซึ่งจากการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์ 0.875 แสดงว่าแบบสอบถามสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้จริง

โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ประชาชนที่อยู่ในจังหวัดนครนายก ทั้งนี้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตร W.G.Cochran ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่มา โดยกำหนดสัดส่วนที่ต้องการ 0.5 ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% คำนวณได้ 384.16 หรือ 400 คน โดยสุ่มประชาชนทั่วไป ในจังหวัดนครนายก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ซิม ซ้อป ไซ้"

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดนครนายก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นอื่น ๆ โดยเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S. D.) ส่วนสถิติสถิติอ้างอิง (Inference Statistics) สถิติวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t-test) และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Anova) ซึ่งใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐานโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เมื่อพบความแตกต่างจะตรวจสอบเป็นรายคู่ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามสูตร LSD

### ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ด้านปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 400 ชุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57) มีอายุ 21-30 ปี (ร้อยละ 39) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท (ร้อยละ 28.50) เคยมีประสบการณ์การลงทะเบียนเข้าร่วมมาตรการ 223 คน (ร้อยละ 55.8) และส่วนมาก เลือกใช้สิทธิ์กับการ “ช้อป”

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปรากฏผลดังนี้

ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" ด้านมาตรการ “ชิม ช้อป ใช้” โดยรวมมีทัศนคติอยู่ในระดับที่เห็นด้วย ( $\bar{X}$ ) = 3.6180 ซึ่งประชาชนส่วนมาก เห็นด้วยว่ามาตรการนี้จะทำให้เกิดสังคมไร้เงินสด รองลงมาคือมาตรการนี้ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจได้

ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" ด้านการบริหารจัดการของรัฐบาล โดยรวมมีทัศนคติอยู่ในระดับที่เห็นด้วย ( $\bar{X}$ ) = 3.8885 ซึ่งประชาชนส่วนมากมีความเห็นว่ารัฐบาลจะพัฒนาระบบการชำระเงินเพื่อให้เกิดความโปร่งใส

ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" ด้านการเป็นสังคมไร้เงินสด

โดยรวมมีทัศนคติอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก ( $X$ ) = 4.2475 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือประชาชนเห็นด้วยมากกับธุรกรรมการเงินที่ไม่ต้องใช้เงินสด

สำหรับการวิเคราะห์สมมติฐานในด้านปัจจัยส่วนบุคคลนั้นเพศและอายุของประชาชนที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก แตกต่างกันได้ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า เพศและอายุของประชาชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากนั้นความแตกต่างเป็นรายคู่ (LSD) พบว่า ประชากรที่มีอายุและแตกต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคล รายได้ของประชาชน ประสบการณ์การลงทะเบียนเข้าร่วมมาตรการ และหมวดธุรกิจที่เลือกใช้สิทธิ์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" ซึ่งมีผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกัน ความคิดเห็นมีค่า Sig มากกว่า 0.05 หมายความว่า 2 รายได้ของประชาชน ประสบการณ์การลงทะเบียนเข้าร่วมมาตรการ และหมวดธุรกิจที่เลือกใช้สิทธิ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานด้านทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" มีความสัมพันธ์กับธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครนายก

### อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา "ชิม ช้อป ใช้" ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านมาตรการ ชิม ช้อป ใช้ ด้านการบริหารจัดการของรัฐบาล และด้านการส่งเสริมการเป็นสังคมไร้เงินสด ซึ่งจากแบบสอบถามประชาชนส่วนใหญ่มีความเข้าใจและเห็นด้วยกับนโยบายของรัฐบาล ที่ได้ออกมาตราการนี้มาเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ และมีความต้องการให้ร้านค้าต่างๆ สามารถรับชำระเงินช่องทางอื่น นอกเหนือจากเงินสด และประชาชนก็เห็นด้วยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสุริพงษ์ ตันติยานนท์ (2562) มีมุมมองว่า การที่คนไทยมีความเชื่อมั่น และใช้จ่ายผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้นนั้น เป็นผลมาจากความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนที่ได้ร่วมผลักดันระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง และเป็นผลมาจากเทคโนโลยีการชำระเงิน

ที่มีหลากหลายรูปแบบ ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ประกอบกับมีร้านค้าที่รับชำระเงินดิจิทัลมากขึ้น โดยจากการวิจัยในครั้งนี้ สอดคล้องกับ นิต้าโพล (2562) คือประชาชนส่วนใหญ่ที่ตอบแบบคำถามเป็นเพศหญิง และส่วนใหญ่เลือกที่จะไปใช้สิทธิในหมวดของ การ “ช้อป” เพื่อซื้อสินค้าส่วนตัว หรือสิ่งของเครื่องใช้เพื่อใช้ประดับบ้าน ซึ่งจากการวิจัยนี้ ประชาชนยังมีการเห็นด้วยในการลดการใช้เงินสด และเห็นด้วยกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านดิจิทัล เพื่อความปลอดภัยและไม่ต้องถือเงินสด เพิ่มความรวดเร็วในการทำธุรกรรมอีกด้วย ในส่วนของทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ ที่มีรูปแบบสังคมไร้เงินสด กรณีศึกษา “ชิม ช้อป ใช้” ที่ส่งผลถึงผู้ประกอบการนั้น คือ ประชาชนเห็นด้วยที่จะแนะนำผู้ประกอบการทุกรายจะเข้าร่วมมาตรการชิม ช้อป ใช้ อีกครั้ง และความต้องการของประชาชนก็คือ ธุรกิจของผู้ประกอบการ รวมทั้งร้านค้าต่างๆ ควรเพิ่มช่องทางในการรับจ่ายเงินของลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนที่เข้าใช้บริการหรือซื้อสินค้า

### ข้อเสนอแนะ

1. ประชาชนเห็นด้วยกับการทำธุรกรรมที่ไม่ต้องใช้เงินสด การทำธุรกรรมทางออนไลน์ รวดเร็วและสะดวก แต่ก็ต้องมีความระมัดระวังในการยืนยันชื่อกับเจ้าของบัญชีให้ตรงกัน
2. ประชาชนต้องการให้ร้านค้าหรือผู้ประกอบการ เพิ่มช่องทางในการรับชำระเงิน
3. รัฐบาลอาจต้องปรับเปลี่ยน การลงทะเบียนสำหรับผู้สูงอายุ และบุคคลที่อยู่ถิ่นทุรกันดาร จะไม่ทราบข่าวนี้เลย

### กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ไข การค้นคว้าอิสระจนสำเร็จลุล่วง ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการค้นคว้าวิจัย ส่งผลให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย และ ขอขอบคุณประชาชนทุกท่านที่สละเวลามาทอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณพี่ๆ และเพื่อนๆ ร่วมรุ่นนักศึกษาปริญญาโท MBA ที่เป็นกำลังใจให้กันจนสามารถทำงานชิ้นนี้ประสบความสำเร็จได้ ขอขอบคุณครอบครัวและญาติพี่น้อง ที่คอยสนับสนุนและให้กำลังใจมาตลอด ส่งผลให้การค้นคว้าอิสระสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

## เอกสารอ้างอิง

- กรวินท์ กรประเสริฐวิทย์. (2558). *ทัศนคติความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรม และ คุณลักษณะการใช้ งานของเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้เครื่องชำระค่าโทรศัพท์อัตโนมัติ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์. (2559). *การศึกษาปัญหาและแรงจูงใจในการใช้งานเงิน อิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ. (2561). *สังคมไร้เงินสด Cashless Society*. วารสารธุรกิจปริทัศน์ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ จาก [file:///C:/Users/user/Downloads/162341-Article%20Text-449838-1-10-20181224%20\(10\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/162341-Article%20Text-449838-1-10-20181224%20(10).pdf)
- ชลลดา อิงศรีสว่าง. (2562). *ยกระดับไทยสู่ "สังคมไร้เงินสด"*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.posttoday.com/finance-stock/news/576953>
- นนทกร เทิดทูลทวีเดช. (2559). *Cashless Society : เตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.scbeic.com/th /detail/product/2602>
- บัณฑิตา โรจนกานนท์. (2559). *การรู้จัก ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคไทยต่อตราสินค้าที่ นำเสนอโดยผู้นำเสนอตราสินค้าและไม่ใช้ผู้นำเสนอตราสินค้าผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มิ่งขวัญ ศรีทอง. (2563). *ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สวมใส่ (Wearable Device) ในรูปแบบสายรัดข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- รัฐศาสตร์ กรสูต. (2559). *พลิกโฉมธุรกรรมการเงิน เตรียมพร้อมอีคอมเมิร์ซไทยสู่ยุค Cashless Society*. ค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/promptpay-gateway-to-cashless-society.html>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คส์ (หน้า 215)
- รุจิรา คำรอด. (2560). *ทัศนคติของประชาชนจังหวัดจันทบุรีที่มีต่อปัญหาข้างป่าและแนวทางแก้ไข ปัญหาข้างป่า*. วิทยานิพนธ์ ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต. จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

- อุษา จันทร์กล่ำ. (2562). “อิปซอสส์” ซ้ำแหละ”ชิม ซ้อป ไซ้” เห็นผลกระตุ้นใช้จ่าย. สืบค้นเมื่อ วันที่ 20 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.thebangkokinsight.com/244325/>
- Allport, Gordon. (1935). Attitudes, in A Handbook of Social Psychology. ed. C. Murchison. Worcester, MA: Clark University Press
- Shiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer behavior (10<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Thurstone, L. L., & Chave, E. J. (1966). The measurement of attitude. Chicago : Chicago University. 1966, pp. 6–7