

พฤติกรรมชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) ในการใช้จ่ายของผู้บริโภควัยทำงาน เขตกรุงเทพมหานคร

ศิริรัตน์ ยารมย์

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ในการใช้จ่ายของผู้บริโภควัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีระบบการชำระเงินออนไลน์ที่ใช้ในการใช้จ่ายของผู้บริโภควัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ จำนวน 400 คนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของความถี่ด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (ONLINE PAYMENT) ในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (ONLINE PAYMENT) ในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในส่วนของการยอมรับเทคโนโลยีระบบการชำระเงินออนไลน์ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (ONLINE PAYMENT) ในทุกด้านประกอบด้วยจำนวนเงินในการชำระต่อครั้ง ช่วงเวลาในการชำระเงิน ความถี่ในการชำระเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (ONLINE PAYMENT) ในส่วนของช่วงเวลาในการชำระเงินและความถี่ในการชำระเงิน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินในการชำระต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ชำระเงินออนไลน์ ยอมรับเทคโนโลยี

ABSTRACT

The objectives of this study were 1. To investigate the online payment behavior of working consumer in Bangkok, and 2. To investigate the acceptance technology system of online payment

The sample group was 400 people of working consumer in Bangkok. The descriptive statistics relate to the following; frequency, percentage, mean and standard deviation - particularly use of the Chi-Square to analyze the data.

In the study, the samples which responded to the questionnaire shared the following characteristics: There were females, age between 29-39 years old, single status, having a bachelor

As for hypothesis testing results, the inferential statistics showed that personal factors matter in the case of education and income have significance in a relationship with the online payment behavior in every dimension, and personal factors matter in the case of gender have no significance in a relationship with the online payment behavior in every dimension. Thus the acceptance technology system of online payment with risk perception bear a relationship with the online payment behavior in every dimension which are insist of amount, time, and frequency at the 0.05 level of significance. Moreover, the acceptance technology system of online payment with usefulness perception bear a relationship with the online payment behavior in part of time and frequency, but not significance in amount.

Keywords: ONLINE PAYMENT, TECHNOLOGY SYSTEM ACCEPTANCE

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเมื่อสังคมเข้าสู่ยุคดิจิทัลและเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างรวดเร็ว พบว่าคนส่วนใหญ่มีการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบออนไลน์มากขึ้น เช่น การชำระเงินในการใช้จ่ายหรือทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ เป็นรูปแบบออนไลน์แทนการจ่ายด้วยเงินสดผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์เพียงต้องมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

ธนาคารกสิกรไทย, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2565) มีผลอ้างอิงจากการวิจัยและมีการคาดการณ์ว่า ธุรกรรมการชำระเงินออนไลน์ปี 2566 คิดเป็นสัดส่วน 95% ของปริมาณธุรกรรม โท 40-45.6% หลังพฤติกรรมผู้บริโภคก้าวสู่สังคมไร้เงินสด ทั้งนี้ บริการการชำระเงินออนไลน์ตามระยะของการพัฒนาโมเดลธุรกิจการให้บริการสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระยะ

- 1) การเริ่มพัฒนาแพลตฟอร์มให้บริการการชำระเงินตามช่องทางต่าง ๆ เช่นช่องทางเว็บไซต์ Internet Banking ทางแอปพลิเคชันโทรศัพท์อย่าง Mobile Banking และ e-Money
- 2) เร่งเพิ่มยอดผู้ใช้งานและปริมาณการทำธุรกรรมในแพลตฟอร์มชำระเงินออนไลน์โดยการโปรโมทอย่างต่อเนื่อง เพราะจะสามารถสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ หลากหลายรายซึ่งนับว่าเป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจและสามารถวิเคราะห์ความต้องการอย่างแท้จริงจากการนำข้อมูลพฤติกรรมธุรกรรมของลูกค้า
- 3) เป็นระยะแห่งความท้าทายทางธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคตในเรื่องของการต่อยอดทำเงินแม้ว่าแนวโน้มพฤติกรรมชำระเงินของผู้บริโภคไทยจะมุ่งไปสู่การชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น สอดรับการผลักดันนโยบายของทางการที่ต้องการเร่งลดการใช้เงินสดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับเศรษฐกิจดิจิทัลและการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินไปอีกขั้น แต่การต่อยอดทางธุรกิจของผู้ให้บริการชำระเงินดังกล่าวก็เป็นประเด็นสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจดำรงอยู่และสามารถสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต ซึ่งจุดเปลี่ยนที่จะสามารถทำให้การต่อยอดนั้นประสบความสำเร็จ ก็คงเป็นเรื่องของการประยุกต์ใช้ข้อมูลในแพลตฟอร์มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้หลักธรรมาภิบาลและ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฯ ที่เข้มข้น ตลอดจนการสร้างแพลตฟอร์มเพื่อเสริมสร้าง Ecosystem ให้สมบูรณ์มากขึ้น

ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กล่าวถึงการชำระเงินออนไลน์ หรือ Digital Payment เป็นทางเลือกหลักในการชำระเงินการใช้งาน Digital Payment ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ โดยมีกรอบการพัฒนาที่สำคัญ 5 ด้าน ดังนี้

ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินที่เชื่อมโยงกัน (Interoperable Infrastructure) โครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินสมัยใหม่ต้องเป็นระบบที่เปิดโอกาสให้สามารถใช้งานร่วมกันหรือเชื่อมโยงกับระบบอื่นได้ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาต่อยอดนวัตกรรม และสนับสนุนการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการ โดยยังคงให้ความสำคัญกับการรักษาเสถียรภาพและความมั่นคงปลอดภัย โดยมาตรการที่สำคัญในด้านนี้ประกอบด้วย

- (1) เพิ่มขีดความสามารถและยกระดับการบริหารความเสี่ยงของระบบการชำระเงินที่มีความสำคัญ ได้แก่ ระบบพร้อมเพย์ และระบบของผู้ให้บริการชำระเงิน ทั้งที่เป็นสถาบันการเงินและผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-banks) ให้รองรับปริมาณและมูลค่าธุรกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ
- (2) ผลักดันการใช้มาตรฐานข้อความสากล ISO20022 กับระบบการชำระเงินที่สำคัญเพื่อรองรับการรับ-ส่งข้อมูลการชำระเงิน ข้อมูลทางธุรกิจ และการเชื่อมโยงกับต่างประเทศ
- (3) ออกมาตรฐาน Biometrics สำหรับการยืนยันตัวตนในกระบวนการรู้จักลูกค้าผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Know-Your-Customer: e-KYC) ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมชำระเงินในอนาคต
- (4) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเงินสด เพื่อลดต้นทุนของระบบเศรษฐกิจโดยรวม

ด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและบริการชำระเงิน (Innovation)

เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบันและสร้างโอกาสในการพัฒนาบริการทางการเงินที่สะดวก ปลอดภัย ต้นทุนต่ำลง ดังนั้น การสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่เอื้อต่อการพัฒนาและประยุกต์ใช้นวัตกรรมจึงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ระบบการชำระเงินในอนาคตมีการพัฒนาให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งภาคประชาชน ภาคธุรกิจ และภาครัฐ โดยมาตรการสำคัญในด้านนี้ประกอบด้วย

- (1) สนับสนุนให้สถาบันการเงินทดสอบนวัตกรรมเฉพาะรายใน Sandbox ของตนเอง (Own Sandbox) เพื่อเปิดโอกาสทางธุรกิจและตอบโจทย์ของลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
- (2) ผลักดันโครงการนำร่องร่วมกับภาครัฐและเอกชนเพื่อใช้กระบวนการทำงานแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business) และ Digital Payment อย่างครบวงจร ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน
- (3) สนับสนุนการพัฒนาบริการชำระเงินโดยใช้เทคโนโลยีที่หลากหลาย อาทิ Bio-payment, Contactless Payment บริการทางเลือกทดแทนการใช้เช็ค และบริการโอนเงินและชำระเงินระหว่างประเทศที่สะดวก ต้นทุนต่ำ
- (4) นำกระบวนการออกกฎเกณฑ์ที่ดีหรือ Regulatory Impact Assessment (RIA) มาใช้ในกระบวนการออกและทบทวนหลักเกณฑ์เพื่อส่งเสริมนวัตกรรมและลดภาระผู้ให้บริการ

ด้านการส่งเสริมการเข้าถึงและการใช้บริการชำระเงิน (Inclusion)

การพัฒนา Digital Payment ของไทยจะเกิดประโยชน์สูงสุด หากสามารถตอบโจทย์การใช้งานของประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างโอกาสในการเข้าถึงและส่งเสริมการใช้ Digital Payment ที่สะดวกและแพร่หลาย เพื่อทดแทนการใช้เงินสดและเช็ค โดยมาตรการสำคัญประกอบด้วย

(1) ขยายการใช้ Digital Payment ของหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจที่ติดต่อกับประชาชนจำนวนมาก เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนการใช้ Digital Payment

(2) ลดต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับบริการ Mobile Payment เพื่อช่วยให้ประชาชนในพื้นที่ห่างไกลสามารถเข้าถึงและใช้บริการได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง

(3) สื่อสารให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้บริการ Digital Payment และเทคโนโลยีอย่างถูกต้อง ปลอดภัย ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นและเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม

ด้านการกำกับดูแลและการบริหารความเสี่ยง (Immunity)

การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบการชำระเงินและคุ้มครองผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างเสถียรภาพและความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีความซับซ้อนมากขึ้นและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมาตรการสำคัญประกอบด้วย

(1) ผลักดันการใช้มาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยสากล เพื่อรับมือภัยไซเบอร์ทั้งระดับองค์กรและระดับประเทศ

(2) สร้างกลไกบริหารจัดการและธรรมาภิบาลที่ดีในกลุ่มผู้ให้บริการชำระเงิน

(3) ยกระดับการคุ้มครองผู้ใช้บริการ

(4) พัฒนาการกำกับตรวจสอบให้เหมาะสมกับลักษณะการให้บริการและระดับความเสี่ยง (Risk-based Supervision)

ด้านการพัฒนาข้อมูลการชำระเงิน (Information) ข้อมูลเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งข้อมูลการชำระเงินสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ในหลายมิติ ด้วยการบริหารจัดการข้อมูลที่เหมาะสมและการพัฒนาอย่างบูรณาการ โดยมาตรการสำคัญในด้านนี้ประกอบด้วย

(1) เพิ่มมิติการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานที่มีความพร้อม ภายใต้การกำกับดูแลการใช้ข้อมูล (Data Governance) และการรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Data Privacy) ที่เหมาะสมและรัดกุม

(2) เพิ่มประสิทธิภาพการวิเคราะห์และใช้ประโยชน์จากข้อมูลการชำระเงิน เพื่อพัฒนานวัตกรรมทางการเงิน สนับสนุนงานด้านนโยบายและการกำกับตรวจสอบ

แผนกลยุทธ์ระบบการชำระเงิน ฉบับที่ 4 นี้ มุ่งหวังให้ประเทศไทยมี Ecosystem ที่สนับสนุนให้ Digital Payment เป็นทางเลือกหลักในการชำระเงินของทุกภาคส่วน ช่วยอำนวยความสะดวก

เพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการทำธุรกรรมของประชาชนและภาครัฐ เป็นส่วนสำคัญที่สนับสนุน การเติบโตของ SMEs e-Commerce และธุรกิจขนาดใหญ่ ช่วยยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน ของประเทศ และสร้างความพร้อมในการเชื่อมโยงกับต่างประเทศ เพื่อสร้างความเป็นอยู่ที่ดีอย่าง ยั่งยืนของคนไทย

จากที่กล่าวมาข้างต้น การจ่ายเงินด้วยระบบการชำระรูปแบบออนไลน์ ผู้ที่เลือกใช้รูปแบบ การชำระเงินบนโทรศัพท์ผ่านแอปพลิเคชันในการทำธุรกรรม จำเป็นต้องเปิดใจยอมรับเทคโนโลยีใน การใช้งาน ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จะมุ่งเน้นศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วยการรับรู้ถึง ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความเสี่ยง และความไว้วางใจ ในระบบโดยเลือกศึกษาพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) ในการใช้จ่ายของ ผู้บริโภควัยทำงานเขตกรุงเทพมหานครเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจที่ เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) ในการใช้จ่ายของผู้บริโภควัย ทำงานเขตกรุงเทพมหานคร

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ในการใช้จ่ายของผู้บริโภควัยทำงานเขต กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์ที่ใช้ในการใช้ ใช้จ่ายของผู้บริโภควัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์
2. การยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรร มการชำระเงินออนไลน์

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเลือกวิธีการ สัมภาษณ์แบบสอบถามออนไลน์ ในส่วนของประชากรตัวอย่างคือประชากรที่อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานครโดยจะสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก กลุ่ม ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 คนเนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถที่จะทราบจำนวนประชากรที่อาศัย อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนที่แน่นอน และด้านเนื้อหา คือ เป็นการศึกษาวิจัยเรื่อง

พฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) ในการใช้จ่ายของผู้บริโภควัยทำงานเขต กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และการยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายพฤติกรรมของผู้บริโภค

เพ็ญศรี เขมะสุวรรณ (2548 : 88) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการแลกเปลี่ยนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของมนุษย์ ซึ่งดำเนินไปภายใต้ผลสะท้อนที่เกิดจากภาวะแวดล้อม พฤติกรรม ความรู้สึกนึกคิด และความรู้ความเข้าใจของมนุษย์ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผู้บริโภคส่วนบุคคล และผู้บริโภคที่เป็นองค์กร ส่วนผู้ใช้หมายถึงบุคคลซึ่งเป็นผู้ทำการบริโภค หรือลงมือใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยตรง

ชูชัย สมितिไกร (2554 : 6) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก การซื้อ การใช้ และการกำจัดส่วนที่เหลือของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตน

ดังนั้นผู้ศึกษาสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใดๆที่เกิดขึ้นในชีวิตมนุษย์ กิจกรรมที่มนุษย์ได้กระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการและพึงพอใจสูงสุด ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมด้านร่างกายหรือสติปัญญาก็ตาม

จักรพงษ์ สีสานาศรี (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุ 26-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัท อธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินพบว่า ปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งานสมาร์ตโฟนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการทำธุรกรรมมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.375 รองลงมา ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการทำธุรกรรมโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.354 ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความใช้งานง่ายส่งผลต่อปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับในระดับมาก

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) ในการใช้จ่ายของผู้บริโภควัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จากนั้นได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งมีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

- 3.1 รูปแบบที่นำมาใช้ในการวิจัย
- 3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง
- 3.3 การสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (ONLINE PAYMENT) ในการใช้จ่ายของผู้บริโภควัยทำงานเขตกรุงเทพมหานครได้ข้อสรุปดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ กลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 303 คนคิดเป็นร้อยละ 75.8 มีอายุ 18 - 30 ปี จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8 การศึกษาระดับระดับปริญญาตรี จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์ปรากฏผลรายด้าน ดังนี้

1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน พบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.71 (SD 0.48) แสดงว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานมีความสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายย่อยพบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการชำระเงินออนไลน์ช่วยลดเวลาเดินทางไปธนาคารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.75 (SD 0.52)

2. ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน พบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.62 (SD 0.44) แสดงว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายย่อยพบว่า ส่วนใหญ่การใช้บริการการชำระเงินออนไลน์มีความสะดวกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.73 (SD 0.53)

3. ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง พบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 (SD 0.71) แสดงว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงมีความสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายย่อยพบว่า ส่วนใหญ่ท่านจะเลือกการชำระเงินออนไลน์ถ้าท่านสามารถหาโทรศัพท์ คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้ง่ายอยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.45 (SD 0.62)

4. ด้านความไว้วางใจในระบบ พบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.94 (SD 0.8) แสดงว่าความไว้วางใจในระบบมีความสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายย่อยพบว่า ส่วนใหญ่เจ้าของระบบผู้ให้บริการสามารถดูแลขั้นตอนการใช้บริการการใช้จ่ายได้ถูกต้องแม่นยำอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.03 (SD 0.81)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (ONLINE PAYMENT)

การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (ONLINE PAYMENT)ของกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลดังนี้

รูปแบบการชำระเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการชำระเงินออนไลน์มากที่สุดใน 3 อันดับ คือ MOBILE PAYMENT บัตรเครดิต และบัตรเดบิต

ประเภทที่ใช้จ่ายสินค้าและบริการหลักในการชำระเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประเภทที่ใช้จ่ายสินค้าและบริการ มากที่สุดใน 3 อันดับ คือ 1.สินค้าอุปโภคบริโภค 2.ธุรกรรมทางการเงิน 3.สุขภาพและความงาม

เหตุผลหลักในการชำระเงินทางออนไลน์มากที่สุดใน 3 อันดับ คือ 1.สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา 2.มีหลักฐานตรวจสอบได้ง่าย 3.ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อทำธุรกรรม

จำนวนเงินในการชำระต่อครั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนเงินในการชำระต่อครั้งมากที่สุด คือ ต่ำกว่า 1,000 รองลงมาคือ 1,001-5,000 บาท และ 5,001-10,000 บาท

ช่วงเวลาในการชำระเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงเวลาในการชำระเงิน มากที่สุด คือ 12.01 - 18.00 น. รองลงมาคือ 18.01 - 00.00 น. และ 06.01 - 12.00 ความถี่ในการชำระเงิน

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการชำระเงินจำนวนครั้งต่อเดือน มากที่สุด คือ มากกว่า 20 ครั้ง รองลงมาคือ 6-10 ครั้ง และต่ำกว่า 5 ครั้ง

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์
สรุปผลตามตารางที่ 34 ดังนี้

พฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (Online Payment)			
ปัจจัยส่วน บุคคล	จำนวนเงินในการชำระต่อ ครั้ง	ช่วงเวลาในการชำระ เงิน	ความถี่ในการชำระ เงิน
เพศ	0.467	0.279	0.929
อายุ	0.000*	0.497	0.267
ระดับ การศึกษา	0.000*	0.000*	0.025*
อาชีพ	0.003*	0.013*	0.374
รายได้ต่อ เดือน	0.000*	0.000*	0.004*

* P-Value ≤ 0.05

จากตาราง 34 สรุปสมมติฐานที่ 1 ได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) ในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินในการชำระต่อครั้ง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการชำระเงินและความถี่ในการชำระเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) ในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินในการชำระต่อครั้ง และช่วงเวลาในการชำระเงิน แต่ไม่มีความสัมพันธ์ความถี่ในการชำระเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) ในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2: การยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์
สรุปผลตามตารางที่ 35 ดังนี้

การยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์	พฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (Online Payment)		
	จำนวนเงินในการชำระต่อครั้ง	ช่วงเวลาในการชำระเงิน	ความถี่ในการชำระเงิน
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	0.084	0.002*	0.000*
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	0.237	0.000*	0.000*
การรับรู้ถึงความเสี่ยง	0.001*	0.000*	0.000*
ความไว้วางใจในระบบ	0.000*	0.098	0.000*

* P-Value ≤ 0.05

จากตาราง 35 สรุปสมมติฐานที่ 2 ได้ดังนี้

1. การยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการชำระเงินและความถี่ในการชำระเงิน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินในการชำระต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. การยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการชำระเงินและความถี่ในการชำระเงิน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินในการชำระต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. การยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) ในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. การยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์ด้านความไว้วางใจในระบบมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินในการชำระต่อครั้งและความถี่ในการชำระเงินแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการชำระเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (ONLINE PAYMENT) ในการใช้จ่ายของผู้บริโภควัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษา พฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (ONLINE PAYMENT) ส่วนใหญ่มีรูปแบบการชำระเงินออนไลน์ MOBILE PAYMENT ใช้จ่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เหตุผลคือ สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา จำนวนเงินในการชำระต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท ช่วงเวลา 12.01 - 18.00 น. มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของปาจริย์ เหลียงประดิษฐ์ (2559) เรื่องพฤติกรรมการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาด้านเหตุผลหลักที่เลือกใช้คือ สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของธมลวรรณ วรรณศิลป์ (2563) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินในรูปแบบ Touchless Payment ภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เหตุผลที่เลือกใช้ e-Payment คือมีความรวดเร็วและสะดวกสบาย สามารถทำธุรกรรมการเงินได้ทุกที่ และไม่มีอุปสรรคในการเลือกใช้ e-Payment จากผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ผลการศึกษา การยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความเสี่ยง และความไว้วางใจในระบบ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยในเรื่องการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยีระบบการใช้งานการชำระเงินออนไลน์อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เพราะช่วยลดเวลาเดินทางไปธนาคารและมีความไว้วางใจในระบบมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของ DAVIS (1989) ซึ่งได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศไว้ว่าพฤติกรรมหรือการกระทำที่ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งานระบบสารสนเทศ ได้รับอิทธิพลทางอ้อมต่อการรับรู้ว่าการใช้งานง่าย และการรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบผู้ใช้จะแสดงพฤติกรรมการใช้ออกมาในรูปแบบใดก็ขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานถ้าผู้ใช้มีทัศนคติเชิงบวก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) ในการใช้จ่ายของผู้บริโภควัยทำงาน เขตกรุงเทพมหานครฯ ผู้วิจัยพบข้อมูลที่น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาการชำระเงินออนไลน์ดังนี้

1. มีระดับตัวแปรด้านรูปแบบการชำระเงินที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ e-Money (เงินอิเล็กทรอนิกส์) ซึ่งอาจเป็นเพราะว่ารูปแบบ e-Money จะมีอยู่ในรูปแบบบัตร E-MONEY มีโอกาสหล่นหายได้ง่ายเหมือนดังทำกระเป๋าสตางค์หายอีกทั้งจะทำให้สูญเงินคงเหลือที่อยู่ในบัตรได้ด้วย ดังนั้นสถาบันการเงินและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมุ่งพัฒนารูปแบบ E-MONEY ให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้นที่สามารถพกพาง่ายปลอดภัยสูงและความเสี่ยงต่อความสูญหายน้อย เช่นผลิตออกมาในรูปแบบแวนดิไซน์ตามแฟชั่นสวยๆ แคสสวมแวนดิไซ์แต่หรือสแกนในการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันก็ช่วยลดความเสี่ยงการสูญหาย พกพาง่ายไปได้ทุกที่ สะดวกต่อการใช้งานและยังดูสวยตามแฟชั่นได้อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารกสิกรไทย, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). ปริมาณธุรกรรมชำระเงินออนไลน์เติบโต

ต่อเนื่อง... ขณะที่การต่อยอดธุรกิจของผู้ให้บริการยังเป็นโจทย์สำคัญ (กระแสรตศรณั้ ฉบับที่ 3378). ค้นเมื่อ 3 มกราคม 2566. จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/financial/Pages/CI3378-Online-Payment-Growth.aspx>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). Digital Payment เป็นทางเลือกหลักในการชำระเงิน แผนกล

ยุทธ์ระบบการชำระเงิน. BOT MAGAZINE.2562(ฉบับที่ 2), 29-30.

สุทิพย์ ประทุม และสรัญณี อุสินยาง. (2565). การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในยุค

วิถีชีวิตใหม่. 6(1): หน้า1-15.

ที่มา: วารสารลวะศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

วิศวะ การะเกตุ. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา การชำระเงินผ่าน

โทรศัพท์มือถือ บริษัท Startup Financial Technology.

วิทยานิพนธ์ วิทยาลัยนวัตกรรม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นันท์นี้ ลักษณะการค้า. (2562). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของ

ประชากร เจเนอเรชัน เอ็กซ์ขึ้นไป : กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร

การค้นคว้าอิสระ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จักรพงษ์ ลีลาธนาศิริ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบน

สมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. (ปริญญาการจัดการทั่วไปมหาบัณฑิต).

กรุงเทพฯ: คลังปัญญามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี

สิริสุดา รอดทอง.(2556) ความตั้งใจในการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันของผู้ใช้

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ทโฟน.

วิทยานิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปาจารย์ เหลียงประดิษฐ์.(2559) พฤติกรรมการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชากรในเขต

กรุงเทพฯและปริมณฑล

รายงานวิจัย สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต.

ชลิตา ศรีนวล. (2560). การยอมรับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่:ทิศทางสู่สังคมไร้เงินสด.

งานวิจัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง

ปานนภา ซาครประดิษฐ์. (2561). การตัดสินใจใช้สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พรพงศ์ จงประสิทธิผล. (2552). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงิน

ออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

การค้นคว้าอิสระ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กาญจนา จันดีตั้ง. (2561). พฤติกรรมของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบ K-Mobile

Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

การศึกษานิพนธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ธมลวรรณ วรรณศิลป์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินในรูปแบบ Touchless

Payment ภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การค้นคว้าอิสระ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552.

กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.

เพ็ญศรี เขมะสุวรรณ. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

มณีรัตน์ พรกุลวัฒน์. (2543). การใช้บริการ ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้ห้องสมุดองค์การ

สหประชาชาติในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชูชัย สมितिไกร. (2554). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2549). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.