

**พฤติกรรม การเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากรที่ซื้อสินค้าและบริการ
ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี**

**Behavior of consumers in adopting a cashless society in purchasing goods and
services in Rangsit Municipality, Pathum Thani Province.**

นิภา นิเวศน์ทอง
สาขาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Nipa Niwesthong
Faculty of Business Administration Program in Accounting Ramkhang University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดในการซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี โดยวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้วิธีชำระเงินแบบไร้เงินสด เช่น โอมบายแบงก์กิ้ง กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) การสแกนจ่ายด้วย QR RR code และบัตรเครดิต/บัตรเดบิต งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนที่ซื้อสินค้าและใช้บริการในเขตเทศบาลนครรังสิต จำนวน 400 คน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของการใช้จ่ายแบบไร้เงินสด ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดหรือชำระเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการชำระค่าสินค้าและบริการ ผลลัพธ์จากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการวางแผนนโยบายของภาครัฐในการบริหารจัดการเงินตรา (ธนบัตร เหรียญกษาปณ์) เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมทางการเงินแบบดิจิทัล และการพัฒนาเศรษฐกิจไร้เงินสดในระดับชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในชีวิตประจำวัน 2) พฤติกรรมที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในชีวิตประจำวัน 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมจากการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) 4) ความพึงพอใจที่แตกต่างกันต่อการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในชีวิตประจำวัน 5) การตัดสินใจที่แตกต่างกันเลือกรูปแบบการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในการซื้อสินค้าและบริการที่ต่างกัน

คำสำคัญ : สังคมไร้เงินสด , ความพึงพอใจ, การตัดสินใจเลือกรูปแบบ

ABSTRACT

This study aims to examine consumer behavior in transitioning toward a cashless society when purchasing goods and services in the Rangsit Municipality area, Pathum Thani Province. It analyzes the factors influencing the use of cashless payment methods such as mobile banking, electronic wallets (e-wallets), QR code payments, and credit/debit cards. A quantitative research methodology was employed, using online questionnaires to collect data from a sample of 400 residents who purchase goods and use services in the Rangsit Municipality area. The findings indicate trends in cashless spending, levels of user satisfaction, and factors influencing decisions to use either cash or electronic payment systems for goods and services. The results of this research can be used to support government policy planning in managing currency (banknotes and coins), promoting digital financial behavior, and advancing the development of a cashless economy at the community level

The findings revealed that: 1) Personal factors such as age, income, occupation, and digital literacy significantly influence the choice of payment method. 2) Behavioral differences lead to varied preferences in using cash or E-Payment. 3) Several key factors, including convenience, perceived security, and technological familiarity, contribute to the behavioral shift toward E-Payment. 4) Levels of satisfaction with payment methods vary, depending on individual experiences and the context of usage. 5) Decision-making in selecting between cash and E-Payment differs according to the type of product or service being purchased. These insights highlight the importance of understanding user preferences and behaviors in order to support policy development, enhance financial inclusion, and promote the broader adoption of cashless transactions in society.

KEYWORDS : Cashless Society, Satisfaction, Decision-making in selecting payment methods

บทนำ

ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การดำเนินวิถีชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และในปัจจุบันผู้คนเริ่มเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) อย่างรวดเร็ว สังคมไร้เงินสดคือการทำธุรกรรมทางการเงินโดยใช้ระบบการชำระเงินผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต และ แอปพลิเคชันการเงินต่าง ๆ ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปจากยุคเดิมที่ใช้เงินสด ได้แก่ ธนบัตร เหรียญกษาปณ์ มาชำระค่าสินค้าและบริการ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากรัฐบาลของประเทศไทยได้ให้ความสำคัญต่อการปฏิรูปประเทศสู่เศรษฐกิจดิจิทัล ควบคู่กับ ความพร้อมของสังคมไร้เงินสด โดยปฏิรูประบบราชการให้เป็นระบบดิจิทัลเต็มรูปแบบ

เพื่อให้มีความทันสมัยทันต่อนานาประเทศที่ก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างต่อเนื่อง โดยมีนโยบายที่จะดำเนินการให้ระบบการให้บริการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลมีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น สอดรับกับเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ ในการยกระดับการแข่งขันในด้านสังคมเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ โดยรัฐบาลร่วมกับธนาคารแห่งประเทศไทยดำเนินการขับเคลื่อนสังคมไร้เงินสด ดำเนินการเชื่อมโยงการโอนเงินแบบพร้อมเพย์กับหลายประเทศอาเซียน ซึ่งเป้าหมายสำคัญคือส่งเสริมให้ประชาชนภายในประเทศวางแผนการใช้จ่ายเงินในชีวิตประจำวันด้วยการใช้ระบบการชำระเงินแบบไร้เงินสดเพิ่มมากขึ้น และปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนทั่วโลกปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างรวดเร็วคือการเกิดโรคโควิด-19 แพร่ระบาดไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ซึ่งผู้ป่วยด้วยโรคโควิด-19 จำเป็นต้องกักตัว และไม่สามารถสัมผัสร่างกายกับผู้อื่นได้ จึงทำให้ประชากรทั่วโลกปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างรวดเร็ว

จากนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล ภาครัฐ และเอกชนที่ได้ร่วมมือกันดำเนินการผลักดันให้ประชากรภายในประเทศเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการชำระเงินของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการสนับสนุนให้ประชาชนหันมาใช้ การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Payment: E-Payment) แทนการใช้เงินสด เช่น การโอนเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร การสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) การใช้พร้อมเพย์ (PromptPay) รวมถึงระบบการชำระเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet)

อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านพฤติกรรมทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องได้รับการศึกษาและวิเคราะห์อย่างลึกซึ้ง เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางหรือกลยุทธ์ในการส่งเสริมให้ประชาชนยอมรับและใช้ E-Payment อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมของประชากรที่ซื้อสินค้าและบริการด้วยการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในชีวิตประจำวัน เช่น พฤติกรรมของประชากรในการใช้เงินสดในการชำระเงินสินค้าและบริการ เปรียบเทียบกับการใช้ระบบ e-payment ในการชำระค่าสินค้าและบริการ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการเงินตราเป็นอย่างมาก หากประชาชนนิยมใช้ระบบ e-payment ในชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลกระทบต่อการผลิตธนบัตรและเหรียญกษาปณ์เพื่อป้อนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยลดน้อยลง ทำให้หน่วยงาน รวมถึงบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และประชาชนที่ยังมีความนิยมในการใช้เงินสดในชีวิตประจำวันต้องปรับตัวเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ของประชากรที่ซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

2. เพื่อสำรวจการตัดสินใจต่อการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ของประชากรที่ซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

3. เพื่อสำรวจความพึงพอใจต่อการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ของประชากรที่ซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในชีวิตประจำวัน

2. พฤติกรรมที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในชีวิตประจำวัน

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมจากการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)

4. ความพึงพอใจที่แตกต่างกันต่อการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในชีวิตประจำวัน

5. การตัดสินใจที่แตกต่างกันเลือกรูปแบบการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในการซื้อสินค้าและบริการที่ต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยต้องการศึกษาพฤติกรรมการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากรที่ซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี โดยมีขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี จากข้อมูลสถิติจำนวนประชากรในเขตเทศบาลนครรังสิต มีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 173,186 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณตัวอย่างของ Yamane (อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ $\pm 5\%$ จากผลการคำนวณ ผู้วิจัยต้องสอบถามประชากรในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี อย่างน้อยมีจำนวน 396.277 คน หรือ 397 คน ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยมีขนาดตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อการวิเคราะห์และประมวลผลแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ต่อไป

2. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา

ตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมและความพึงพอใจพฤติกรรมการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในชีวิตประจำวัน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมจากการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกรูปแบบการชำระค่าสินค้าและบริการ ความพึงพอใจต่อการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในการซื้อสินค้าและบริการ การตัดสินใจเปลี่ยนรูปแบบการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยเงินสดเป็นการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

เขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่เดือนเมษายน จนถึงเดือนมิถุนายน 2568

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในชีวิตประจำวัน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมจากการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)

2. การตัดสินใจเลือกรูปแบบการชำระค่าสินค้าและบริการ ความพึงพอใจต่อการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในการซื้อสินค้าและบริการ การตัดสินใจเปลี่ยนรูปแบบการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยเงินสดเป็นการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)

3. ในส่วนของหน่วยงานจะได้นำผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) และความพึงพอใจต่อการใช้เงินสดในชีวิตประจำวัน นำมาปรับปรุงแนวคิดและรูปแบบการบริหารจัดการเงินสดเข้าสู่เศรษฐกิจให้เหมาะสมในยุคสังคมไร้เงินสดที่ได้จากงานวิจัยฉบับนี้

บททบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากรที่ซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลรังสิต จังหวัดปทุมธานี” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความทางวิชาการแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสังคมไร้เงินสด

สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) คือ สังคมที่ลดการใช้เงินสดด้วยการชำระเงินสด แล้วหันมาใช้ในการชำระเงินด้วยสมาร์ทโฟน ผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งในประเทศไทยเองก็มีแพลตฟอร์มสำหรับชำระเงินค่อนข้างหลากหลาย เช่น การสแกนจ่ายผ่าน QR Code การชำระเงินผ่านพร้อมเพย์ (PromptPay) และการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอื่นๆ ซึ่งสะดวกทั้งผู้จ่ายและผู้รับเงิน แม้ว่าปัจจุบันสังคมไร้เงินสดในประเทศไทยอาจจะยังไม่เต็มรูปแบบ แต่ความนิยมในการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยการสแกนจ่ายแทนการชำระด้วยเงินสดก็เพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกวัน แม้แต่ร้านค้าปลีกเล็กๆ ร้านอาหารตามสั่ง หรือกระทั่งรถเข็นข้างทางก็มี QR Code สำหรับสแกนจ่ายให้บริการแล้ว สังคมไร้เงินสดในประเทศไทยเริ่มมีขึ้นในช่วงปี พ.ศ 2561 เมื่อระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) เริ่มเข้ามาทำให้การทำธุรกรรมต่างๆ โดยเฉพาะการจ่ายค่าสาธารณูปโภค การซื้อของกินของใช้ หรือแม้แต่การโอนเงิน

กลายเป็นเรื่องที่สะดวกสบายมากขึ้น ซึ่งสังคมไร้เงินสดนี้เป็นแนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่เข้ามาแทนที่การใช้เงินสด ในอนาคตความสำคัญของเงินสดเริ่มลดน้อยลง และผู้คนจะเริ่มหันมาใช้ผ่านแอปพลิเคชันและบัตรเครดิตมากขึ้น ปัจจุบันประเทศผู้นำที่เข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ ได้แก่ เบลเยียม แคนาดา สวีเดน ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เกาหลีใต้ และจีน โดยมีเปอร์เซ็นต์การใช้จ่ายด้วยเงินสดน้อยกว่า 4% ซึ่งในอนาคตการใช้เงินสดในประเทศไทยก็จะลดน้อยลงและเข้าสู่สังคมแบบไร้เงินสดด้วยเช่นกัน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในชีวิตประจำวัน

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินสดหมายถึงรูปแบบหรือแนวโน้มในการใช้เงินสดของบุคคลในการซื้อสินค้าหรือบริการในชีวิตประจำวัน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย เช่น ความสะดวกในการพกพาความมั่นใจในความปลอดภัย ความคุ้นเคยทางวัฒนธรรม การเข้าถึงบริการทางการเงิน การใช้เงินสดมักสัมพันธ์กับกลุ่มประชากรที่มีรายได้ไม่แน่นอน หรือเข้าถึงเทคโนโลยีทางการเงินได้น้อย เช่น ผู้สูงอายุ หรือแรงงานนอกระบบ

2. แนวคิดและพฤติกรรมทางการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)

การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) หมายถึง การทำธุรกรรมทางการเงินโดยใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต พร้อมเพย์ โอมายแบงก์กิ้ง หรือแอปพลิเคชัน เช่น TrueMoney Wallet, Line Pay, Shopee Pay ฯลฯ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ E-Payment ได้แก่ ความสะดวกและรวดเร็ว ความมั่นใจในความปลอดภัยของระบบ

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Icek Ajzen (1991) อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลถูกกำหนดโดยเจตนาพฤติกรรม (Behavioral Intention) ซึ่งเกิดจาก 3 ปัจจัยหลัก คือ

1. เจตคติ (Attitude toward the behavior) ความเชื่อส่วนบุคคลว่า การกระทำนั้นมีผลดีหรือผลเสีย เช่น มองว่าการใช้ E-Payment สะดวกและทันสมัย

2. อิทธิพลจากสังคม (Subjective Norms) การรับรู้ถึงความคาดหวังของคนรอบข้าง เช่น เพื่อนหรือครอบครัวสนับสนุนให้ใช้ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

3. การควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ (Perceived Behavioral Control): ความมั่นใจของบุคคลที่สามารถกระทำพฤติกรรมนั้นได้ เช่น ความสามารถในการใช้แอป E-Wallet หรือ Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) – Davis, 1989 ทฤษฎี TAM ใช้เพื่ออธิบายการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภค โดยมี 2 ปัจจัยหลักคือ

Perceived Usefulness (PU): การรับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์

Perceived Ease of Use (PEOU): การรับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นใช้งานง่าย

เมื่อนำมาใช้กับ E-Payment ผู้ใช้ที่รู้สึกว่าการชำระเงินแบบ E-Payment ใช้งานง่ายและช่วยประหยัดเวลา จะมีแนวโน้มที่จะใช้งานมากขึ้น

3.2 Theory of Planned Behavior (TPB) – Ajzen, 1991

TPB ใช้อธิบายพฤติกรรมของมนุษย์โดยพิจารณาจากเจตคติ ความตั้งใจ และการควบคุมพฤติกรรม Attitude toward behavior: ทศนคติที่มีต่อการใช้ E-Payment Subjective Norm: อิทธิพลของคนรอบข้างต่อพฤติกรรม Perceived Behavioral Control: ความรู้สึกที่สามารถควบคุมการใช้เทคโนโลยีได้

3.3 Diffusion of Innovation Theory – Rogers, 2003 อธิบายว่าการนำเทคโนโลยีใหม่ (เช่น E-Payment) จะได้รับการยอมรับอย่างค่อยเป็นค่อยไปผ่าน 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ (Knowledge) ความสนใจ (Persuasion) การตัดสินใจ (Decision) การทดลองใช้ (Trial) การยอมรับ (Adoption)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้จ่ายเงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในการซื้อสินค้าและบริการ

แนวคิดเรื่อง “ความพึงพอใจ” (Customer Satisfaction Concept) ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกของผู้บริโภคที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ที่ได้รับจากสินค้า หรือบริการจริง หากผลลัพธ์เป็นไปตามความคาดหวังหรือเกินกว่าที่คาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกพึงพอใจ

Kotler (2000) ระบุว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค (Customer Satisfaction) คือ “ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นหลังจากเปรียบเทียบประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่รับรู้ (Perceived Performance) กับความคาดหวัง (Expectation)” ในการศึกษาเกี่ยวกับการชำระเงิน ไม่ว่าจะเป็นการใช้จ่ายเงินสดหรือระบบ E-Payment ความพึงพอใจของผู้ใช้มักสะท้อนผ่านประเด็น ได้แก่ ความรวดเร็วในการทำธุรกรรม ความสะดวกสบายในการใช้งาน ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ความสามารถในการเข้าถึงบริการ ประสบการณ์ใช้งานโดยรวม

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ Technology Acceptance Model (TAM) – Davis, 1989 TAM เป็นทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ โดยมี 2 ตัวแปรหลักที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งาน คือ Perceived Usefulness (PU): การรับรู้ว่าคุณประโยชน์ Perceived Ease of Use (PEOU): การรับรู้ว่าคุณใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ในบริบทของ E-Payment ผู้ใช้ที่รับรู้ว่าคุณประโยชน์หรือระบบ E-Payment ใช้งานง่ายและช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ จะมีความพึงพอใจและความตั้งใจที่จะใช้ซ้ำมากขึ้น

Expectation Confirmation Theory (ECT) – Oliver, 1980 ECT เป็นทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับ “ความพึงพอใจ” โดยอธิบายว่าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบประสบการณ์จริงกับความคาดหวังก่อนการใช้งาน

ในกรณีของ E-Payment หากผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่รวดเร็ว ใช้งานง่าย และปลอดภัยตามที่คาดหวัง จะนำไปสู่ความพึงพอใจและการใช้บริการต่อเนื่อง

SERVQUAL Model – Parasuraman et al., 1988 แบบจำลอง SERVQUAL ใช้วัดคุณภาพการให้บริการผ่าน 5 ด้านหลัก ได้แก่ การประเมินความพึงพอใจต่อการชำระเงินทั้งแบบเงินสดและ E-Payment สามารถใช้โมเดล SERVQUAL ในการวิเคราะห์คุณภาพและความคาดหวังที่มีผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภค

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ E-Payment จากการสังเคราะห์งานวิจัยหลายฉบับพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้ E-Payment ขึ้นอยู่กับความง่ายและรวดเร็วในการชำระเงิน ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม การประหยัดเวลาและลดขั้นตอน ความสามารถในการตรวจสอบย้อนหลัง (Transaction Record) สิทธิประโยชน์ต่างๆ เช่น ส่วนลดหรือโปรโมชั่น

การศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้จ่ายเงินสดและ E-Payment ในการซื้อสินค้าและบริการจำเป็นต้องพิจารณาองค์ประกอบทั้งด้านพฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยี และคุณภาพของบริการ โดยทฤษฎี TAM, ECT และ SERVQUAL สามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความรู้สึกพึงพอใจของผู้ใช้อย่างเป็นระบบ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนากระบวนการชำระเงินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดและระดับความพึงพอใจในการใช้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำเป็นต้องอ้างอิงกรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลและอธิบายผลการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการวิจัยในครั้งนี้

ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค หรือ ทฤษฎีความคาดหวังและการยืนยันผล (Expectation-Confirmation Theory: ECT) ได้รับการเสนอโดย Oliver (1980) ซึ่งเป็นแนวคิดสำคัญที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค Oliver (1980) ได้สรุปกระบวนการของทฤษฎีไว้ ดังนี้ ความคาดหวัง (Expectations) – การคาดการณ์ของผู้บริโภคต่อคุณภาพหรือประสิทธิภาพของสินค้า/บริการก่อนการใช้งาน การรับรู้ผลลัพธ์ (Perceived Performance) – ประสิทธิภาพที่ได้รับจริงหลังจากใช้สินค้า/บริการ การยืนยันผล (Confirmation/Disconfirmation) – การเปรียบเทียบผลลัพธ์กับความคาดหวัง เพื่อดูว่าผลลัพธ์ "ยืนยัน" หรือ "ไม่ยืนยัน" ความคาดหวังนั้น

ความพึงพอใจ (Satisfaction) – ผลลัพธ์สุดท้ายที่แสดงถึงระดับของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ทฤษฎีนี้ถูกนำไปใช้ประยุกต์ในหลากหลายบริบท เช่น การประเมินความพึงพอใจในบริการของธุรกิจออนไลน์ แอปพลิเคชันธนาคารดิจิทัล และระบบชำระเงินแบบไร้เงินสด (Cashless Payment Systems) ซึ่งเป็นบริบทสำคัญของการวิจัยฉบับนี้

4. แนวคิดและทฤษฎีทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกรูปแบบการใช้จ่ายเงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในการซื้อสินค้าและบริการ

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision-Making Behavior)

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยทั่วไปประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-purchase Behavior) ในการเลือกระหว่าง เงินสด และ E-Payment ผู้บริโภคจะพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความสะดวก ความปลอดภัย ความมั่นใจในเทคโนโลยี ตลอดจนสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้แต่ละช่องทาง

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกวิธีชำระเงิน

2.1 Theory of Reasoned Action (TRA) – Fishbein & Ajzen (1975) TRA อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคล ถูกกำหนดโดยความตั้งใจ (Intention) ซึ่งได้รับอิทธิพลจาก เจตคติ (Attitude) ต่อพฤติกรรมนั้น เช่น ความรู้สึกต่อการ ใช้ E-Payment บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norms) หรือความกดดันทางสังคม เช่น คนรอบข้าง แนะนำให้ใช้ หากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อการ ใช้ E-Payment และได้รับแรงสนับสนุนจากคนรอบตัว ก็มีแนวโน้ม ที่จะเลือกใช้ E-Payment มากกว่าเงินสด

2.2 Theory of Planned Behavior (TPB) – Ajzen (1991) TPB เป็นการขยาย TRA โดยเพิ่มองค์ประกอบ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เช่น การเข้าถึงแอปพลิเคชัน ความมั่นใจในการใช้งาน หรือความสามารถในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจใช้ E-Payment

2.3 Innovation Diffusion Theory (IDT) – Rogers (2003) IDT อธิบายกระบวนการที่บุคคลรับเทคโนโลยีใหม่ โดยอาศัย 5 ปัจจัยหลัก ได้แก่ Relative Advantage – ความเหนือกว่าของเทคโนโลยี Compatibility – ความ สอดคล้องกับวิถีชีวิต Complexity – ความยุ่งยากในการใช้งาน Trialability – การลองใช้ได้ Observability – การ สังเกตเห็นผลลัพธ์ได้ หาก E-Payment มีความได้เปรียบ ชัดเจน ใช้งานง่าย และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของ ผู้บริโภค ก็จะถูกเลือกใช้อย่างแพร่หลายแทนเงินสด

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดหรือ E-Payment การศึกษาหลายฉบับพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการ เลือกใช้วิธีชำระเงิน ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ความเชื่อมั่นในระบบและ เทคโนโลยี ความเคยชิน/วัฒนธรรมการใช้จ่าย โปรโมชันและสิทธิประโยชน์ การสนับสนุนจากร้านค้าและผู้ ให้บริการ

สรุปแนวคิดจากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีข้างต้น การตัดสินใจเลือกรูปแบบการชำระเงินของ ผู้บริโภคเป็นผลลัพธ์ของทั้งปัจจัยด้าน เจตคติ, ความคาดหวังจากสังคม, ความสามารถในการใช้งาน, และ ความรู้สึกต่อเทคโนโลยี โดยทฤษฎี TPB, TRA และ IDT เป็นกรอบที่เหมาะสมในการวิเคราะห์พฤติกรรม การเลือกใช้ระหว่างเงินสดและ E-Payment ในบริบทของการซื้อสินค้าและบริการในชีวิตประจำวัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปานนภา ชากรประดิษฐ์ (2561) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจใช้สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้ สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครจากกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้ หรือใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือจำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็น ผู้หญิง อายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท มีการยอมรับเทคโนโลยี รับรู้ถึงประโยชน์ ความง่าย ความตั้งใจในการ ใช้ งาน และใช้งานจริงอยู่ในระดับดีมาก ผู้บริโภคที่มีอายุรายได้ต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้ สังคมไร้เงินสดที่แตกต่างกัน การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน และความตั้งใจในการใช้งาน มี ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้สังคมไร้เงินสด โดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูงทิศทางเดียวกัน รูปแบบ

การดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้สังคมไร้เงินสดมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ทิศทางเดียวกัน จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท มีการตัดสินใจใช้สังคมไร้เงินสดมากกว่ากลุ่มอื่น และการยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

เจษฎา ศรีเพชร , มนตรี โสคติยานุรักษ์ (2564) ศึกษาเรื่อง สังคมไร้เงินสด จากเศรษฐกิจแบบใช้เงินสดสู่เศรษฐกิจแบบไร้เงินสดในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงสังคมไร้เงินสดจากเศรษฐกิจแบบการใช้เงินสดไปสู่สังคมไร้เงินสดในประเทศไทยเพื่อพัฒนารอบแนวคิดการทำงานของระบบเศรษฐกิจแบบสังคมไร้เงินสดโดยมีกลุ่มตัวอย่างจากประชากรกลุ่มตัวแทนภูมิภาคพบว่า 400 ตัวอย่างและกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าประชากรทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคมีแนวโน้มพัฒนาจากระบบสังคมเศรษฐกิจแบบใช้เงินสด ไปสู่ระบบเศรษฐกิจแบบไร้เงินสด โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เพศ การศึกษารายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากรที่ซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยทำการวิจัยโดย มีขั้นตอนของวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

รูปแบบที่นำมาใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยพฤติกรรมการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากรที่ซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จากข้อมูลสถิติจำนวนประชากรในเขตเทศบาลนครรังสิต มีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 173,186 คน (เทศบาลนครรังสิต, 2565)

2. กลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณตัวอย่างของ Yamane โดยสอบถามประชากรในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี อย่างน้อยมีจำนวน 396.277 คน หรือ 397 คน จึงเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยมีขนาดตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบให้เลือกตอบจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือนซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในการซื้อสินค้าและบริการ ให้ระดับความพึงพอใจทั้งหมด 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกรูปแบบการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในการซื้อสินค้าและบริการ ให้ระดับความคิดเห็นทั้งหมด 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าแสดงความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อศึกษาประชากรที่ซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี โดยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตัวบุคคลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 400 คน สามารถสรุปลักษณะข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมาได้แก่ เพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 50 ปี รองลงมา อายุระหว่าง 51 – 60 ปี มีสถานภาพ สมรส รองลงมาได้แก่ โสด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา คือ ปริญญาโท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา คือ รับจ้าง ธุรกิจส่วนตัว พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,000 บาทขึ้นไป ตามลำดับ ซื้อสินค้าและบริการจากตลาดสด รองลงมาคือ ร้านค้าออนไลน์ ร้านสะดวกซื้อ และห้างสรรพสินค้าซูเปอร์มาร์เก็ต ซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่ทุกวัน รองลงมา คือ 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ทุกวัน และเดือนละครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อของใช้ในชีวิตประจำวัน รองลงมาคือ อาหารและเครื่องดื่ม เสื้อผ้า

เครื่องใช้ไฟฟ้า และบริการ ส่วนใหญ่โอนผ่าน QR Code รองลงมาคือ E-Money Internet Banking Mobile Banking โอนผ่าน ATM/CDM e-Money ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เงินสดและการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ของประชาชนในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี พบข้อค้นที่น่าสนใจหลายประการ ซึ่งสามารถอภิปรายได้ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ลักษณะประชากรและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาเบื้องต้นชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงาน (31-50 ปี) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงานเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท ซึ่งสะท้อนถึงกลุ่มประชากรที่มีศักยภาพในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังคงใช้จ่ายผ่าน ตลาดสด ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึง 40.9% แสดงให้เห็นว่าแม้ระบบดิจิทัลจะเข้ามาแทนที่ในหลายบริบท แต่การใช้นเงินสดยังคงมีบทบาทสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าท้องถิ่นและธุรกิจขนาดเล็ก อย่างไรก็ตาม การโอนผ่าน แอปธนาคาร กลับเป็นวิธีชำระเงินที่ช่ย่อยที่สุด (50.0%) สะท้อนให้เห็นถึงคณณนิยมของ E-Payment ที่เพิ่มขึ้นในชีวิตประจำวัน

2. พฤติกรรมการเลือกใช้ E-Payment รูปแบบการให้บริการ E-Payment ที่โดดเด่นคือการใช้ QR Code และ e-Money ซึ่งสะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มองหาความสะดวก รวดเร็ว และรองรับกับเทคโนโลยีที่คุ้นเคย โดยมีความถี่ในการใช้งาน ทุกวัน มากถึง 46.3% ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) ที่ชี้ว่าความสะดวกและความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่

3. ความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกรูปแบบการชำระเงิน ประชาชนแสดงระดับความพึงพอใจในระดับมากต่อทั้งเงินสดและ E-Payment โดยเฉพาะในด้าน “ความสะดวก” และ “ความเร็ว” ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (4.26 และ 3.95 ตามลำดับ) แสดงถึงการรับรู้ในแง่บวกต่อทั้งสองระบบ และเป็นปัจจัยสนับสนุนการเลือกใช้ที่หลากหลาย

4. การทดสอบสมมติฐาน

- เพศ ผลการทดสอบพบว่าเพศมีผลต่อพฤติกรรมการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับหลายงานวิจัยที่พบว่า เพศหญิง มีแนวโน้มเปิดรับและใช้ E-Payment มากขึ้น โดยเฉพาะในการซื้อสินค้าออนไลน์และการจ่ายค่าสินค้าในร้านสะดวกซื้อ

- อายุ / สถานภาพสมรส / รายได้ กลับไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจตีความได้ว่าเทคโนโลยีการชำระเงินในปัจจุบันมีความแพร่หลายและเข้าถึงง่ายในทุกกลุ่ม ทำให้ความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ในบางตัวแปรไม่มีผลชัดเจน

- การศึกษา / อาชีพ พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสนับสนุนข้อสมมติฐานที่ว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูง และ ประกอบอาชีพในภาคเอกชน มักจะมีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากกว่า และมีแนวโน้มใช้ E-Payment สูงกว่า

- ความพึงพอใจ พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อ E-Payment ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง Customer Satisfaction and Loyalty โดยชี้ว่าความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการใช้งานซ้ำและการแนะนำต่อผู้อื่น

- ประสิทธิภาพการใช้ E-Payment การมีประสบการณ์การใช้ E-Payment มาก่อน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญ ยิ่งผู้บริโภคเคยใช้และพบว่าไม่มีปัญหาในการทำธุรกรรม ยิ่งมีแนวโน้มจะเปลี่ยนพฤติกรรมจากการใช้เงินสดมาเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์

สรุปภาพรวมการอภิปรายโดยรวมแล้ว การศึกษาแสดงให้เห็นว่า ประชาชนในเขตเทศบาลนครรังสิตมีแนวโน้มเข้าสู่สังคมไร้เงินสดเพิ่มมากขึ้น โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญ ได้แก่ ความสะดวก ความพึงพอใจในระบบ และประสบการณ์ใช้งานที่ดี ขณะที่บางปัจจัย เช่น รายได้หรือสถานภาพสมรส กลับไม่มีผลต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน อันสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นกลางทางเทคโนโลยีในสังคมปัจจุบัน ที่ไม่จำกัดเฉพาะกลุ่ม

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2565) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต่างหลีกเลี่ยงการสัมผัสเงินสดที่อาจมีเชื้อไวรัสปะปนโดยจะมีการชำระเงินค่าสินค้าและบริการแบบไร้การสัมผัส (Contactless Payment) ในชีวิตประจำวันทดแทนการใช้เงินสดมากขึ้น เช่น การใช้บัตรสมาร์ตการ์ดทั้งในรูปแบบบัตรเครดิตและบัตรเดบิตที่ไร้การสัมผัส (Contactless Card) รวมไปถึงการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์อย่าง Mobile Banking และ e-Wallet นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมสั่งซื้ออาหาร สินค้าและบริการต่างๆ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Online Food Delivery หรือ e-Market place เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับ “พฤติกรรมการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากรที่ซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี” ผู้วิจัยสามารถนำข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยเพื่อให้ประชาชนในเขตเทศบาลนครรังสิต รวมถึงห้างร้านต่าง ๆ มีการบริหารจัดการการรับชำระเงินที่เหมาะสมในยุคสังคมไร้เงินสด โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ร้านค้าควรจัดระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในการซื้อสินค้าและบริการอย่างทั่วถึง
- 2) ลดการผลิตธนบัตร หรือ เหรียญกษาปณ์ที่ไม่ได้ใช้งานบ่อย
- 3) ไม่จำกัดวงเงินการชำระเงินทุกรูปแบบเงินสด และการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้เก็บแบบสอบถามผ่าน Google Form ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี ซึ่งแบบสอบถามอาจจะไม่ทั่วถึงไปในทุกส่วนเท่าที่ควร

เอกสารอ้างอิง

สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) คืออะไร ข้อดี-ข้อเสียมีอะไรบ้าง

<https://www.ktc.co.th/article/knowledge/financial/cashless-society>

อर्จเซน, ไอเซก. (1991). ทฤษฎีการวางแผนพฤติกรรม. วารสารพฤติกรรมองค์การและกระบวนการตัดสินใจของมนุษย์, 50(2), 179–211.

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการให้บริการ – สวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ – ศิริวัฒน์ ชนะคุณ

APEC กับการก้าวสู่สังคมไร้เงินสด - ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

<https://www.rangsit.org/New/index.php/th/2014-11-07-07-51-09/normal-data/2014-11-03-07-37-35>

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Pearson Prentice Hall.

สุรีย์พร ธนเกียรติชัย. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตเมือง. *วารสารบริหารธุรกิจดิจิทัล*, 3(1), 45–60.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Chen, S., & Li, H. (2020). Understanding mobile payment users' continuance intention: A trust transfer perspective. *Information & Management*, 57(5), 103289. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103289>

Lim, W. M. (2018). Dialectic antidotes to critics of the technology acceptance model: Conceptual, methodological, and replication treatments for behavioural modelling in technology-mediated environments. *Australasian Marketing Journal*, 26(3), 177–183.

<https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2018.05.003>